UNIVERSIDAD DE JAÉN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA

TESIS DOCTORAL

EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

PRESENTADA POR:
ENRIQUE BERNAL JURADO

DIRIGIDA POR:
DR. D. ANTONIO MARTÍN MESA

JAÉN, 15 DE MAYO DE 2000

ISBN 84-8439-044-6

EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Bernal Jurado

Enrique

I.S.B.N 84-8439-044-6

Centro **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

Departamento Economía Aplicada

Nombre y apellidos del autor

Apellidos **BERNAL JURADO**

Nombre **ENRIQUE**

Título de la Tesis Doctoral

EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Fecha de lectura

15 DE MAYO DE 2000

Centro y Departamento en que fue realizada la lectura

Centro **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

Departamento **Economía Aplicada**

Composición del Tribunal / Dirección de la tesis

Dirección de la Tesis **Dr. D. Antonio Martín Mesa**

Presidente/a del Tribunal **Dr. D. Juan Ramón Cuadrado Roura**

Vocales

Dr. D. Manuel Martín Rodríguez

Dr. D. Braulio Medel Cámara

Dr. D. José Alberto Parejo Gámir

Secretario/a **Dr. D. José Manuel Domínguez Martínez**

Calificación obtenida

SOBRESALIENTE "CUM LAUDE" POR UNANIMIDAD

RESUMEN

El mercado español de tarjetas bancarias es uno de los mejor dotados del ámbito mundial en lo que se refiere a puntos de ventas de estos servicios (cajeros automáticos y terminales en puntos de venta). Ello contrasta, sin embargo, con la reducida utilización de estos instrumentos en nuestros mercados, en comparación con el resto de países desarrollados. En este contexto, el análisis del funcionamiento, evolución reciente y situación actual del mercado español de tarjetas de pago bancarias, así como de las condiciones (económicas, legales, etc.) en las que son ofrecidos los servicios del pago con tarjetas en nuestro país constituye un objetivo prioritario de la presente tesis doctoral. El objetivo genérico que se persigue con este trabajo es el conocimiento de las posibles causas que explican la infrautilización de las tarjetas de pago bancarias en España, en relación con la mayoría de países desarrollados.

ABSTRACT

The credit cards Spanish market is one of the best equipped in the world due to its great teal of means and instruments (cash dispenser and EFTS). However, all these means and instruments are less used in the Spanish market than in others developed countries markets. For this reason, the main objective of this doctoral thesis is the analysis of the credit card Spanish market, its evolution and present situation besides the conditions (legal, economic and so on) of credit card payments in our country. In this paper, we pursue to get knowledge about the possible reasons that allow us to explain the underuse of credit cards in Spain if we compare it with most developed countries.

UNIVERSIDAD DE JAÉN

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA

TESIS DOCTORAL

EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Tesis dirigida por el Prof. Dr. D. ANTONIO MARTÍN MESA, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Jaén y presentada por ENRIQUE BERNAL JURADO para la obtención del grado de Doctor

Jaén, febrero de 2000

D. ANTONIO MARTIN MESA, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Jaén, en calidad de director y tutor

CERTIFICA:

Que la presente tesis, titulada “EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS”, ha sido realizada por D. Enrique Bernal Jurado, bajo mi dirección y tutoría y reúne los suficientes méritos para ser presentada y defendida con el fin de alcanzar el grado de Doctor.

Y para que conste, firmo el presente certificado en Jaén, a once de febrero de dos mil.

DIRECTOR Y TUTOR

Antonio Martín Mesa

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL

Pág

Capítulo 1: Introducción 23

1.1. Antecedentes y motivos de la investigación 25
1.2. Objeto y campo de estudio 27
1.3. Delimitación temporal 30
1.4. Fuentes y método de la investigación 33
1.4.1. De la información secundaria 33
1.4.2. De la información primaria 36
1.5. Estructura de la investigación 37
1.6 Agradecimientos 42

PARTE I: ASPECTOS GENERALES 45

Capítulo 2: Sistemas, medios e instrumentos de pago. Especial referencia a los sistemas de pago con tarjetas 47

2.1. Introducción 49
2.2. Sistemas de pago 49
2.2.1. Introducción 49
2.2.2. Concepto y elementos fundamentales de un sistema de pago 51
2.2.3. Clasificación de los sistemas de pago 57
2.3. Medios de pago 59
2.4. Instrumentos de pago 64
2.4.1. Clasificación de los instrumentos de pago minoristas 64
2.4.1.1. Pagos con efectivo 64
2.4.1.2. Pagos sin efectivo 66
2.4.2. Determinantes del grado de uso de los instrumentos de pago minoristas 72
2.5. Transformaciones recientes de los sistemas de pago minoristas y el papel desempeñado por las tarjetas de pago bancarias 83

Pág

Capítulo 3: Las tarjetas de pago bancarias. Aspectos generales 93

3.1. Antecedentes históricos de las tarjetas de pago 95
3.1.1. Origen de las tarjetas de pago 95
3.1.1.1. Origen de las tarjetas de pago en Europa 106
3.1.1.2. Origen y desarrollo de las tarjetas de pago bancarias en España 108
3.1.2. Orígenes de las principales innovaciones introducidas en los sistemas de pago con tarjeta 112
3.2. Concepto de tarjetas de pago 116
3.3. Funciones de las tarjetas de pago 119
3.4. Clasificación de las tarjetas de pago 123
3.4.1. Clasificación por razón del emisor 124
3.4.2. Clasificación en función del momento de liquidación de la deuda mantenida por su titular ante la entidad emisora 125
3.5. Agentes implicados en las transacciones financieras realizadas con tarjetas 127
3.6. Aspectos legales en torno a las tarjetas de pago 130
3.6.1. Naturaleza jurídica de las tarjetas de pago 130
3.6.2. Regulación de las transacciones con tarjetas en el ámbito de la UE 134

Capítulo 4: Relaciones económicas de los sistemas de pago con tarjetas bancarias 147

4.1. Implicaciones económicas de la utilización de los autoservicios bancarios: especial referencia a sus efectos sobre la actividad bancaria 150
4.1.1. Cajeros automáticos (CA) 150
4.1.1.1. Implicaciones sobre la estructura del sector bancario 150
4.1.1.2. Consecuencias sobre el negocio bancario 156
4.1.1.3. Efectos sobre la estructura de costes e ingresos en la actividad bancaria 158
4.1.1.4. Efectos sobre la estrategia competitiva de las entidades bancarias 163
4.1.2. Terminales en puntos de venta (TPV) 169
4.1.2.1. Implicaciones de los descuentos sobre ventas en el nivel de precios 170

Pág

4.1.2.2. Los nuevos sistemas de pago con tarjetas en el punto de venta como fuente de desintermediación financiera 172
4.2. Implicaciones económicas del uso de las distintas modalidades de pago con tarjetas: especial referencia a sus efectos sobre la instrumentación de la política monetaria 175
4.2.1. Tarjetas de débito y su utilización en cajeros automáticos 176
4.2.2. Tarjetas de crédito 181
4.2.3. Monederos electrónicos 185

Capítulo 5: Estructura y evolución de los sistemas de pago minoristas en la UE 193

5.1. Uso del efectivo *versus* "otros instrumentos de pago" 196
5.1.1. Situación actual y evolución reciente del uso del efectivo en la UE y otros países desarrollados 196
5.1.2. Situación actual y evolución reciente del uso de "otros instrumentos de pago" distintos del efectivo en la UE y otros países desarrollados 205
5.1.3. Características de los instrumentos de pago y su relación con la intensidad de uso del efectivo 208
5.2. Nivel de utilización y características de los instrumentos de pago minoristas en la UE: especial referencia al sistema de pago español 215
5.2.1. Utilización de los distintos instrumentos de pago en la UE 215
5.2.2. Distintos modelos de pago en la UE y tendencias recientes: especial referencia al caso español 226
5.3. La utilización de tarjetas de pago no bancarias en la UE 234
5.3.1. Las tarjetas de pago comerciales 235
5.3.2. Las tarjetas de pago *T&E* 244

Apéndice I al capítulo 5: Agrupaciones de países europeos según estructura de uso de los instrumentos de pago minoristas, 1997 249

Apéndice II al capítulo 5: Grupos de países según evolución de sus patrones de pago durante el período 1989-1997 252

Pág

PARTE II: ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS..... 255

Capítulo 6: Análisis de la oferta en el mercado español de tarjetas de pago bancarias 257

6.1. Dotación de los sistemas de pago con tarjetas 259
6.1.1 Dotación de sistemas de autoservicio bancario..... 259
6.1.1.1. Cajeros automáticos (CA) 260
6.1.1.1.1. Características del parque de cajeros automáticos en España 260
6.1.1.1.2. Análisis comparativo de la dotación de cajeros automáticos en los principales países desarrollados..... 271
6.1.1.2 Terminales en puntos de venta (TPV) 281
6.1.1.2.1. Características del parque de TPV en España 281
6.1.1.2.2. Análisis comparativo de la dotación de terminales en puntos de venta en los principales países desarrollados 289
6.1.2. La oferta de tarjetas de pago bancarias..... 293
6.1.2.1. La oferta de tarjetas de pago bancarias en España..... 293
6.1.2.1.1. Tarjetas de crédito 295
6.1.2.1.2. Tarjetas de débito 299
6.1.2.1.3. Tarjetas monedero..... 303
6.1.2.2. Análisis comparativo de la dotación de tarjetas de pago bancarias en los principales países desarrollados 306
6.1.2.3. Análisis comparativo de la dotación de monederos electrónicos en los principales países desarrollados..... 319
6.2. Características de la oferta de servicios de pago con tarjetas en España..... 324
6.2.1. Condiciones en las que se ofrecen los servicios de pago con tarjetas a sus titulares.. 325
6.2.1.1. Política de precios..... 325
6.2.1.2. Grado de aplicabilidad de las recomendaciones de la Comisión Europea: algunos estudios empíricos..... 336
6.2.1.3. Estrategias de comunicación en la emisión de tarjetas de pago bancarias 347
6.2.2. Condiciones en las que se ofrecen los servicios de pago con tarjetas a los comerciantes 356
6.2.2.1. La adhesión de comercios a los sistemas de pago con tarjetas..... 357

Pág

6.2.2.2. Condiciones económicas de la oferta de servicios financieros a través de tarjetas aplicadas al sector de la distribución comercial 361
6.2.2.2.1. Estructura y formación de los descuentos sobre ventas aplicados a los comercios 361
6.2.2.2.2. Análisis comparativo de las condiciones económicas vigentes en España con relación a las del resto de países de la UE. 366

Apéndice al capítulo 6: Importancia del negocio de las tarjetas sobre el activo crediticio y partidas de ingresos de las entidades bancarias españolas 377
A.1. Importancia de la financiación vía tarjetas sobre el activo crediticio de bancos y cajas de ahorros 377
A.2. Importancia de los ingresos por tarjetas sobre los ingresos totales de bancos y cajas de ahorros 381

Capítulo 7: Análisis de la demanda en el mercado español de tarjetas de pago bancarias 391

7.1. Evolución general de la demanda de servicios financieros a través de tarjetas de pago bancarias 393
7.1.1. Aspectos generales de la demanda de servicios financieros a través de tarjetas bancarias en España 394
7.1.2. Demanda de servicios de pago a través de tarjetas de pago bancarias en la UE: un análisis comparativo 401
7.1.2.1. Dotación de redes de autoservicios bancarios y sus efectos sobre la demanda de servicios con tarjetas en los países de la UE 408
7.2. Demanda de financiación a través de tarjetas de crédito 417
7.3. Demanda de servicios de pago por adelantado a través de monederos electrónicos en España y en la UE 429
7.4. Características de la demanda de servicios de pago con tarjetas en España 436
7.4.1. Algunas consideraciones generales en torno al usuario español de tarjetas de pago bancarias 436
7.4.2. Respuesta de la demanda ante la ausencia de cobertura legal 447
7.4.3. Grado de conocimiento de las tarjetas de pago bancarias y de sus funciones por los consumidores españoles 450
7.4.4. La actitud de los comerciantes ante las condiciones económicas ofrecidas por el uso de los sistemas de pago con tarjetas 460

Pág

7.5. Principales causas del reducido uso de las tarjetas de pago bancarias en España: un estudio empírico.. 471
7.5.1. Causas generales que más han contribuido a la infrautilización de las tarjetas de pago bancarias en España.. 474
7.5.1.1. Actitud de la demanda ante el uso de las tarjetas de pago.. 478
7.5.1.2. Estrategias de comunicación de las entidades en la emisión de tarjetas de pago bancarias.. 484
7.5.1.3. Política de precios en la oferta de servicios de pago a través de tarjetas.. 489
7.5.1.4. La competencia en el mercado español de tarjetas de pago bancarias.. 494
7.5.1.5. Aspectos estructurales del mercado español de tarjetas de pago bancarias 501
7.5.1.6. Utilización de la financiación vía tarjetas de crédito en España 506

Capítulo 8: Perspectivas futuras del mercado de tarjetas de pago bancarias en España 511

8.1 Tendencias actuales en el mercado español de tarjetas de pago bancarias 514
8.2. Nuevas aplicaciones tecnológicas y oportunidades para las tarjetas de pago bancarias: el comercio electrónico 521
8.2.1. Aspectos generales relacionados con el comercio electrónico 522
8.2.2. El papel de las tarjetas de pago como mecanismos para la liquidación de las transacciones del comercio electrónico 527
8.2.3. Situación del comercio electrónico en España 535
8.2.4. Retos para el desarrollo del comercio electrónico y avances en su consecución 540
8.3. Implicaciones de la creación de la Unión Monetaria 544
8.4. Cambios y tendencias en la actividad bancaria minorista 551
8.4.1. Mejora de la calidad de los servicios bancarios ofrecidos al cliente.. 555
8.4.2. Reestructuración de los canales de distribución 557
8.5. Perspectivas futuras del mercado de tarjetas de pago bancarias en España: un estudio empírico 560

Capítulo 9: Conclusiones 567

BIBLIOGRAFÍA 601

ANEXO I: Relación de participantes en el cuestionario sobre el mercado español de tarjetas de pago bancarias 625
ANEXO II: Cuestionario 629

ÍNDICE DE CUADROS

Pág

Cuadro 2.1. Sistemas de transferencia de fondos interbancarios según tipos de transacciones y características operativas 60
Cuadro 2.2. Costes para el usuario de la utilización de los diferentes instrumentos de pago en EE.UU. (costes por transacción en dólares) 81
Cuadro 4.1. Comparación del número de sucursales y de cajeros de bancos y cajas de ahorros en los principales países de Europa, 1987-1997 152
Cuadro 4.2. Incremento en el número de sucursales y cajeros automáticos en bancos y cajas de ahorros españoles, 1986-1997 (en unidades) 153
Cuadro 4.3. Evolución en España del número de sucursales y empleados en bancos y cajas de ahorros, 1986-1997 (en unidades) 155
Cuadro 4.4. Costes para el sistema bancario noruego de los servicios de transferencias, 1994 (pesetas) 159
Cuadro 4.5. Ingresos y costes anuales estimados asociados a un cajero automático en EE.UU., 1998 (en miles de pesetas) 162
Cuadro 4.6. Previsión del número de tarjetas inteligentes en el mundo por usos, 1994 y 2000 (porcentajes de tarjetas en cada actividad sobre el total) 175
Cuadro 4.7. Importancia del efectivo sobre el pasivo de los bancos centrales de los principales países desarrollados, 1994 186
Cuadro 4.8. Efectos potenciales del desarrollo del dinero electrónico en España 187
Cuadro 4.9. Comparación de señoreaje y gastos de los bancos centrales, 1994 191
Cuadro 5.1. Situación actual y evolución reciente del uso del efectivo en la UE y otros países desarrollados, años 1989 y 1997. 197
Cuadro 5.2. Factores que afectan a la demanda de efectivo 198
Cuadro 5.3. Indicadores de la oferta de servicios de pago al por menor en la UE, 1997 206
Cuadro 5.4. Situación actual y evolución reciente del uso de "otros instrumentos de pago" distintos del efectivo en la UE y otros países desarrollados, años 1989 y 1997 (transacciones por habitante) 207
Cuadro 5.5. Características de los instrumentos de pago utilizados en los países de la UE y otros países desarrollados, 1997 (porcentajes sobre total transacciones) 210
Cuadro 5.6. Número de transacciones realizadas con instrumentos de pago distintos del efectivo en la UE y otros países desarrollados, 1989-1997 (por habitante) 217
Cuadro 5.7. Aportación de cada instrumento de pago al incremento total de las transacciones realizadas sin efectivo en la UE y otros países desarrollados, 1989-1997 (incremento porcentual del uso de cada instrumento con relación al total de transacciones correspondientes a 1989) 219
Cuadro 5.8. Evolución y situación actual del número de transacciones realizadas con instrumentos de pago distintos del efectivo en la UE y otros países desarrollados, años 1989 y 1997 (en porcentajes sobre el total) 227
Cuadro 5.9. Estadísticas básicas de grupos de países según el patrón de uso de los instrumentos de pago distintos del efectivo 229

Pág

Cuadro 5.10. Componentes de los distintos grupos de países y rasgos diferenciales respecto al conjunto comunitario 230
Cuadro 5.11. Evolución de la participación relativa del uso de cada instrumento de pago sobre el total transacciones liquidadas sin efectivo en la UE y otros países desarrollados, 1989-1997 (en puntos porcentuales) 231
Cuadro 5.12. Estadísticas básicas de grupos de países según el patrón de uso de los instrumentos de pago distintos del efectivo (evolución en puntos porcentuales)..... 233
Cuadro 5.13. Componentes y rasgos diferenciales de grupos de países según evolución de sus patrones de pago durante el periodo 1989-1997 234
Cuadro 5.14. Evolución de la importancia de las tarjetas bilaterales en España, 1986-1997 (porcentaje sobre total tarjetas emitidas)..... 237
Cuadro 5.15. El negocio en España de los principales emisores de tarjetas de pago privadas, 1995..... 240
Cuadro 5.16. Condiciones en las que se ofrecen las principales tarjetas comerciales en España, 1998..... .241
Cuadro 5.17. Condiciones en las que se ofertan las principales marcas de tarjetas *T&E* en España, 1997 246
Cuadro 5.18. Cuotas de mercado de principales marcas de tarjetas *T&E* en países de la UE, 1995 (en porcentajes) 247
Cuadro 5.19. Evolución de la importancia de las tarjetas *T&E* en España, 1986-1997 (porcentaje sobre total tarjetas)..... .247
Cuadro 6.1. Incremento interanual del número de cajeros automáticos de bancos y cajas de ahorros españoles, 1986-1997 (en porcentajes) 262
Cuadro 6.2. Distribución de cajeros automáticos por comunidades autónomas, 1998..... 264
Cuadro 6.3. Distribución de cajeros automáticos entre la población andaluza, 1998 264
Cuadro 6.4. Evolución de cuotas de mercado por redes de cajeros automáticos, 1986-1997 (en porcentajes) 269
Cuadro 6.5. Evolución del número de cajeros automáticos en los principales países desarrollados, 1989-1997 (por millón de habitantes) 272
Cuadro 6.6. Número de redes de autoservicios bancarios en países de la UE, 1997 (en unidades) 277
Cuadro 6.7. Concentración de propiedad de cajeros automáticos en algunos países de la UE, 1995..... 279
Cuadro 6.8. Indicadores de dotación de TPV por comunidades autónomas, 1997..... 283
Cuadro 6.9. Evolución del número de terminales en puntos de venta en los principales países desarrollados, 1989-97 (por millón de habitantes) 290
Cuadro 6.10. Situación actual y evolución reciente de la estructura de la oferta de tarjetas de pago en España, período 1986-1997 (en miles) 294
Cuadro 6.11. Evolución cuotas de mercado por número de tarjetas de crédito, según marcas, 1986-1997 (en porcentajes) 296
Cuadro 6.12. Evolución de la cuota de mercado por número de tarjetas de débito, según marcas1989-1997 (en porcentajes) 301
Cuadro 6.13. Número de titulares de *Eurocheque*, de tarjetas *Eurocard*/*Mastercard* y *Visa* en países de Europa, 1990 (en porcentaje de la población total)..... 309
Cuadro 6.14. Estructura del mercado europeo de tarjetas de pago bancarias, 1995 310
Cuadro 6.15. Cuota de mercado de marcas internacionales de tarjetas de crédito/débito diferido en países de Europa, 1996 311
Cuadro 6.16. Número de tarjetas de pago bancarias en la UE según funciones, 1996 (por mil habitantes) 313
Cuadro 6.17. Concentración de emisión de tarjetas de crédito en países de la UE 318

Pág

Cuadro 6.18. Situación en Europa de los principales programas de monedero electrónico, 1997 320
Cuadro 6.19. Condiciones de la oferta de tarjetas de crédito y débito en principales entidades bancarias españolas 327
Cuadro 6.20. Costes de la oferta de tarjetas bancarias en los principales países de la UE, 1996 (en porcentajes) 334
Cuadro 6.21. Principales ofertas de créditos al consumo instrumentados con tarjetas en el mercado español 335
Cuadro 6.22. Costes para el titular de los principales proyectos de monedero electrónico en Europa 337
Cuadro 6.23. Cumplimiento de los términos establecidos en la Recomendación 88/590/CE por parte de las principales entidades emisoras españolas, 1991 342
Cuadro 6.24. Cumplimiento de las recomendaciones de la Comisión Europea en los contratos establecidos en distintos países de la UE, 1992 344
Cuadro 6.25. Acciones promocionales de principales emisoras de tarjetas españolas 351
Cuadro 6.26. Ejemplos de oferta de tarjetas *affinity* en el mercado, 1996 354
Cuadro 6.27. Monopolios europeos de adquisición de comercios por marcas internacionales de tarjetas, 1995 359
Cuadro 6.28. Relación alfabética de códigos de actividad, tasas de intercambio y límites de consulta, de fecha 01.12.96 364
Cuadro 6.29. Análisis comparativo de las condiciones económicas por prestación de servicios de pago con tarjetas en los puntos de ventas comerciales, 1997 368
Cuadro 6.30. Evolución de las tasas medias de descuento y valores extremos aplicados a comercios de distintos países de la UE 369
Cuadro 6.31. Estimación de las tasas de intercambio aplicadas por rama de actividad en España, 1995 (en porcentajes) 371
Cuadro 6.32. Cuantías de los descuentos sobre ventas de los comercios por uso de tarjetas bancarias, 1999 (en porcentajes) 372
Cuadro 6.33. Tasas multilaterales de intercambio, tasas de descuento máximas y mínimas, tasas de descuento medias ponderadas por la facturación realizada con tarjeta como medio de cobro y diferencia entre la tasa de descuento media y la tasa multilateral de intercambio, 1999 (en porcentajes) 374
Cuadro 6.34. Costes para el comerciante de los principales proyectos de monedero electrónico en Europa 375
Cuadro 6.35. Participación del consumo privado en el PIB y del crédito al consumo concedido por las entidades de depósito en la financiación del consumo privado, 1986-1997 (en porcentajes) 378
Cuadro 6.36. Evolución del peso relativo de la financiación vía tarjeta sobre los deudores a la vista de bancos y cajas de ahorros, 1986-1997 (en porcentajes) 379
Cuadro 6.37. Evolución del peso relativo de la financiación disponible vía tarjetas sobre el crédito total disponible de bancos y cajas de ahorros, 1987-1997 (en porcentajes) 381
Cuadro 6.38. Evolución del peso relativo de los ingresos por intereses de créditos concedidos a través tarjetas sobre productos financieros totales de bancos y cajas de ahorros, 1992-1997 (en porcentajes) 385
Cuadro 6.39. Evolución del peso relativo de intereses y comisiones en los ingresos totales procedentes de tarjetas en bancos y cajas de ahorros, 1992-1997 (en porcentajes)…… ..... …..386

Pág

Cuadro 6.40. Composición de los ingresos por comisiones procedentes de tarjetas de crédito y débito en bancos y cajas de ahorros, 1996… ... ……387
Cuadro 6.41. Fuentes de comisiones por servicios de cobros y pago y total comisiones netas en bancos y cajas de ahorros, 1992-1997 (en miles de millones de pesetas)..... 390
Cuadro 7.1. Diferentes estimaciones sobre la posesión de tarjetas por parte del público español (en porcentajes)..... 395
Cuadro 7.2. Evolución de volúmenes de ventas con tarjetas de crédito y débito, 1986-1997 (millones de pesetas)..... 396
Cuadro 7.3. Incremento interanual del volumen de ventas con tarjetas de crédito y débito, 1986-1997 (en porcentajes)..... 396
Cuadro 7.4. Participación de tarjetas de crédito y débito en ventas totales realizadas con tarjetas bancarias, 1986-1997 (en porcentajes)..... 397
Cuadro 7.5. Principales usos de las tarjetas de pago bancarias en España, 1997..... 398
Cuadro 7.6. Posesión de tarjetas por parte de la población de distintos países europeos, 1996 (en porcentajes) 402
Cuadro 7.7. Número de reintegros y pagos por habitante y tarjeta en países de la UE, 1997(en unidades) 404
Cuadro 7.8. Usos de las tarjetas de pago bancarias en los principales países desarrollados 405
Cuadro 7.9. Evolución del peso relativo de las operaciones de pago respecto al total de operaciones realizadas con tarjetas en países de la UE, 1989-1997 (en porcentajes) 408
Cuadro 7.10. Fondos efectivamente utilizados por los titulares de tarjetas respecto al crédito total puesto a su disposición por bancos y cajas de ahorros, 1987-1997 (en porcentajes) 419
Cuadro 7.11. Evolución de la participación de las distintas categorías de crédito sobre la financiación total a personas físicas otorgada por entidades de depósitos, 1986-1997 (en porcentajes) 420
Cuadro 7.12. Evolución de deudores por uso de tarjetas de crédito de bancos y cajas de ahorros, 1986-1997 (miles de millones de ptas.)..... 422
Cuadro 7.13. Incrementos interanuales de la financiación vía tarjetas de bancos y cajas de ahorros y crédito al consumo de entidades de depósito, 1986-1997 (en porcentajes) 423
Cuadro 7.14. Incremento interanual del número de tarjetas de crédito y débito, ventas con tarjetas de débito y deuda contraída vía tarjetas, 1986-1997 (en porcentajes) 427
Cuadro 7.15. Volumen de cargas y descargas por terminales y tarjetas monedero, 1996 y 1997 (en unidades)..... 431
Cuadro 7.16. Responsables de compras del hogar en diversos países, 1994 (en porcentajes) 443
Cuadro 7.17. Diferencias culturales entre países europeos: valores de índices de Hofstede 446
Cuadro 7.18. Grado de conocimiento, utilización y utilidad media percibida por los usuarios de servicios bancarios, 1992 452
Cuadro 7.19. Principales ventajas e inconvenientes percibidos por los usuarios de tarjetas de débito y crédito, 1992 (en porcentajes) 454
Cuadro 7.20. Conocimiento espontáneo y sugerido de marcas de tarjetas bancarias, 1993 (en porcentajes) 458
Cuadro 7.21. Principales cuestiones del debate actual entre comerciantes y sector bancario en torno a la aplicación de los descuentos sobre ventas..... 463

Pág

Cuadro 7.22. Distribución de encuestados sectores 472
Cuadro 7.23. Autovaloración media por grupos de expertos..... 473
Cuadro 7.24. En líneas generales, ¿cuáles son en su opinión la causas que más han contribuido al bajo nivel de utilización en España de las tarjetas de pago bancarias, con relación a los países de nuestro entorno? Señale el grado de importancia que conceda a cada una de las siguientes causas, de acuerdo con una escala de 1 a 5..... 475
Cuadro 7.25. En líneas generales, ¿cuáles son en su opinión la causas que más han contribuido al bajo nivel de utilización en España de las tarjetas de pago bancarias, con relación a los países de nuestro entorno? Señale el grado de importancia que conceda a cada una de las siguientes causas, de acuerdo con una escala de 1 a 5..... 477
Cuadro 7.26. Con relación a la demanda, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5 481
Cuadro 7.27. Con relación a la demanda, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5 482
Cuadro 7.28. Respecto a los resultados de las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5..... 486
Cuadro 7.29. Respecto a los resultados de las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5..... 487
Cuadro 7.30. Hablemos de las políticas de precios seguidas por las entidades emisoras de tarjetas. Indique al respecto su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5 491
Cuadro 7.31. Hablemos de las políticas de precios seguidas por las entidades emisoras de tarjetas. Indique al respecto su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5 492
Cuadro 7.32. A continuación se tratan cuestiones generales relacionadas con la competencia en el mercado español de tarjetas. Indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5..... 496
Cuadro 7.33. A continuación se tratan cuestiones generales relacionadas con la competencia en el mercado español de tarjetas. Indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5..... 499
Cuadro 7.34. Con relación a la estructura del mercado español de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5..... 502
Cuadro 7.35. Con relación a la estructura del mercado español de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5..... 504
Cuadro 7.36. Centrándonos en las posibles razones que explican el reducido uso del crédito vía tarjetas en España, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5 507

Pág

Cuadro 7.37. Centrándonos en las posibles razones que explican el reducido uso del crédito vía tarjetas en España, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5 508
Cuadro 8.1. Estimaciones sobre el valor de las transacciones de comercio electrónico 526
Cuadro 8.2. Diferencias entre comercio electrónico tradicional y a través de *Internet*..... 528
Cuadro 8.3. Instrumentos de pago utilizados en comercio electrónico, 1998 (porcentajes de empresas que los utilizan)..... 531
Cuadro 8.4. Evolución del grado de acceso y uso de la red *Internet* en España, 1996-1998 (porcentaje sobre población de 14 años o más)..... 536
Cuadro 8.5. Penetración de *Internet* en los principales países desarrollados (porcentaje de adultos con acceso a *Internet* sobre población total)..... 537
Cuadro 8.6. Personas con acceso y usuarios de la red *Internet* en las distintas comunidades autónomas de España, 1998 (porcentajes sobre población total) 538
Cuadro 8.7. Principales barreras al desarrollo del comercio electrónico, 1998 (en porcentajes) 539
Cuadro 8.8. Directivas y otros documentos generales sobre comercio electrónico 542
Cuadro 8.9. Distribución de costes de la implantación de la moneda única para las entidades de crédito europeas (porcentaje sobre el coste total) 547
Cuadro 8.10. Principales motivos de los usuarios españoles para la elección de la entidad bancaria principal con la que opera, 1996 (en porcentajes)..... 558
Cuadro 8.11. Distribución de las transacciones financieras minoristas por canal de distribución: situación actual y previsiones..... 558
Cuadro 8.12. Estrategias de las entidades financieras a nivel mundial respecto a los cajeros automáticos para el período 1997-1999 559
Cuadro 8.13. Respecto a las tendencias futuras, ¿cuáles de los siguientes usos de las tarjetas bancarias tendrá mayor importancia en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5 561
Cuadro 8.14. Respecto a las tendencias futuras, ¿cuáles de los siguientes usos de las tarjetas bancarias tendrá mayor importancia en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5 562
Cuadro 8.15. ¿En qué grado cree Vd. que influirá cada uno de los siguientes acontecimientos en el fomento del uso de las tarjetas bancarias en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5 564
Cuadro 8.16. ¿En qué grado cree Vd. que influirá cada uno de los siguientes acontecimientos en el fomento del uso de las tarjetas bancarias en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5 565

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág

Figura 1.1. Estructura de la investigación sobre "el mercado español de tarjetas de pago bancarias" 38
Figura 2.1. Flujo de valores monetarios y bienes en las transacciones económicas 52
Figura 2.2. Participantes en un sistema de pago, flujo de mensajes y transferencias de fondos 56
Figura 2.3. Clasificación de los instrumentos de pago 64
Figura 2.4. Transferencias de débito y crédito 69
Figura 2.5. Escenario competitivo del sector bancario: factores de cambio 86
Figura 3.1. Crecimiento del volumen de negocio de *bankamericard,* 1961-1967 (millones de dólares) 104
Figura 3.2. Principales acontecimientos en el mercado español de tarjetas de pago, 1970-1999 110
Figura 3.3. Producción normativa de la comisión europea relativa a los sistemas de pagos transfronterizos de los Estados miembros 137
Figura 4.1. Gestión de dinero y activos rentables 178
Figura 4.2. Utilización de tarjetas de crédito y gestión de efectivo y activo renta 184
Figura 4.3. Comparación del flujo de valores: efectivo y tarjetas de prepago 189
Figura 5.1. Estimación de la economía sumergida en los países de la UE, 1994 (porcentaje de economía oculta sobre el PIB) 202
Figura 5.2. Evolución de la economía irregular en España, 1973-1996 (porcentajes sobre el PIB legal contabilizado) 203
Figura 5.3. Situación actual y tendencia en el uso de instrumentos de pago con base electrónica *versus* efectivo, 1989 y 1997 212
Figura 5.4. Relación entre la intensidad de uso del efectivo y del resto de instrumentos de pago para transacciones "cara a cara" en distintos países desarrollados, 1997 214
Figura 5.5. Importancia de tarjetas privadas en los mercados de la UE, 1995 (porcentaje de tarjetas privadas sobre total emitidas en el país) 238
Figura 5.6. Importancia relativa de las tarjetas *T&E* en mercados europeos, 1995 (porcentajes sobre total tarjetas emitidas en el país) 248
Figura 5.7. Agrupaciones de países europeos según estructura de uso de los instrumentos de pago minoristas, 1997 249
Figura 5.8. Evolución del uso de los instrumentos de pago minoristas sin efectivo en los países de la UE, 1989-1997 252
Figura 6.1. Distribución de cajeros automáticos entre la población andaluza, 1998 (Curva de Lorenz) 265
Figura 6.2. Conexiones básicas entre sistemas españoles de tarjetas de pago bancarias 268
Figura 6.3. Número de cajeros automáticos en los principales países desarrollados, 1997 (por millón de habitantes) 272
Figura 6.4. Ubicación de los cajeros automáticos en Europa, 1993 273

Pág

Figura 6.5. Número de sucursales y cajeros automáticos en países de la UE, 1997 (por millón de habitantes) 274
Figura 6.6. Número de terminales de carga de monederos electrónicos en algunos países de Europa, 1997 (por millón de habitantes) 280
Figura 6.7. Cuota de mercado de redes nacionales de TPV por número de terminales instalados, 2º trimestre 1997 283
Figura 6.8. Presencia de datáfonos en el comercio minorista por grupos de actividad, 1997 (en porcentajes) 288
Figura 6.9. Número de terminales en puntos de venta en los principales países desarrollados, 1997 (por millón de habitantes) 291
Figura 6.10. Número de establecimientos comerciales minoristas y de TPV en países de la UE, 1993 (por millón de habitantes) 292
Figura 6.11. Número de terminales de descarga en algunos países de Europa, 1997 (por millón de habitantes) 293
Figura 6.12. Evolución del número de tarjetas de crédito, 1986-1997 (incrementos interanuales, en porcentajes) 295
Figura 6.13. Evolución del número de tarjetas de débito, 1986-1997 (incrementos interanuales, en porcentajes) 300
Figura 6.14. Situación de las tarjetas *chip* en España, 1998 304
Figura 6.15. Distribución del mercado mundial de *Visa* y *Mastercard*, 1995 (porcentajes sobre volumen total de ventas) 307
Figura 6.16. Evolución del uso de los descubiertos en cuenta corriente en Alemania, 1986-1995 (en miles de millones de marcos alemanes) 312
Figura 6.17. Importancia relativa de principales modalidades de tarjetas de pago bancarias en 1996 (en porcentaje) 314
Figura 6.18. Número de monederos electrónicos en algunos países de Europa, 1997 (por millón de habitantes) 323
Figura 6.19. Ejemplo de fijación de tipos de interés sobre créditos suministrados vía tarjetas 331
Figura 6.20. Relaciones económicas entre distintos agentes de un sistema de pagos con tarjetas 358
Figura 6.22. Cuotas de mercado de bancos y cajas de ahorros en la financiación vía tarjetas, 1986-1997 (en porcentajes) 380
Figura 6.23. Comparación de la rentabilidad media de la inversión crediticia a través de tarjetas de bancos y cajas de ahorros y la del mercado interbancario a tres meses (medias trimestrales) 383
Figura 6.24. Composición de los ingresos por comisiones procedentes de tarjetas de crédito y débito en bancos y cajas de ahorros, 1996 388
Figura 7.1. Composición de las ventas totales con tarjetas de débito, 1997 (en porcentaje) 400
Figura 7.2. Composición de las ventas a través de tarjetas de crédito, 1997 (en porcentaje) 400
Figura 7.3. Importancia del importe de las transacciones efectuadas con el conjunto de tarjetas de pago en países de la UE, 1997 (porcentajes sobre el PNB) 402
Figura 7.4. Relación entre dotación de cajeros automáticos y número de operaciones de reintegro en los principales países desarrollados, 1997 410
Figura 7.5. Volumen de transacciones por cajero automático en principales países desarrollados, 1997 (en unidades) 411
Figura 7.6. Relación entre dotación de terminales en puntos de venta y número de operaciones de pago en los principales países desarrollados, 1997. 414

Pág

Figura 7.7. Volumen de transacciones por TPV en principales países desarrollados, 1997 (en unidades) 416
Figura 7.8. Evolución de la financiación vía tarjetas y de los deudores a la vista, en bancos y cajas de ahorros, y del crédito al consumo del conjunto de entidades de depósito, 1986-1997 (en porcentajes) 425
Figura 7.9. Segmentación del mercado de tarjetas bancarias por importe de las transacciones 431
Figura 7.10. Perfil de los usuarios de tarjetas bancarias de crédito y débito 439
Figura 7.11. Personas que dicen no poseer ningún tipo de tarjetas en distintos países de Europa en función del sexo, 1996 (en porcentajes) 440
Figura 7.12. Uso medio mensual de las tarjetas de crédito en función del sexo, 1996 (en porcentajes) 441
Figura 7.13. Gasto mensual medio con tarjeta en función del sexo, 1996 (en libras) 442
Figura 7.14. Evolución del número de reclamaciones presentadas ante el servicio de reclamaciones del banco de España por titulares de tarjetas bancarias, 1988-1997 (porcentaje sobre el total de reclamaciones) 448
Figura 7.15. Resumen de informes favorables a los titulares de tarjetas por materia de denuncia en el período 1988-1997 (porcentaje sobre el total) 449
Figura 8.1. Principales acontecimientos producidos en el mercado español de tarjetas de pago bancarias durante la segunda mitad de los años noventa 516
Figura 8.2. Áreas transaccionales asociadas al comercio electrónico 523
Figura 8.3. Evolución de *Web* comerciales en la red *Internet*, 1993-1996 (porcentajes sobre el total de paginas en la red) 524
Figura 8.4. La interacción de agentes en el comercio electrónico 535

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

CA	Cajero Automático
AMEX	*American Express*
AUSBANC	Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios
BCE	Banco Central Europeo
BEUC	Bureau Européen Des Unions de Consommateurs
BPI	Banco de Pagos Internacionales
CECA	Confederación Española de Cajas de Ahorros
DG	Dirección General
EC/MC	*Eurocard*/*Mastercard*
GVU	Graphics, Visualization&Usability Center
I+D	Investigación y Desarrollo
IME	Instituto Monetario Europeo
INEM	Instituto Nacional de Empleo
ISTP	Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias
NIP	Número de Identificación Personal
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económico
OCU	Organización de Consumidores y Usuarios
OMC	Organización Mundial de Comercio
S/D	Sin Datos
SEMP	Sociedad Española de Medios de Pago
SET	Secure Electronic Transactions
T&E	Tarjetas de Viaje y Entretenimiento *(Travel and Entertaiment Cards*)

TAE	Tasa Anual Equivalente
TARGET	Trans-European Automated Real-Time Gross Settlement Express Transfer
TPV	Terminal en Puntos de Venta
UE	Unión Europea

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

En esta primera parte introductoria de la tesis doctoral, exponemos la cuestión investigada, los objetivos y el método de la investigación. Asimismo, hacemos constar los motivos y razones que nos llevaron a escoger y desarrollar el trabajo que hoy presentamos como tesis doctoral. Finalmente, exponemos la estructura de la investigación y algunos aspectos formales.

1.1. ANTECEDENTES Y MOTIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Uno de los momentos más importantes en la carrera profesional de todo profesor universitario lo constituye la realización de la tesis doctoral, debido a que significa la culminación de los estudios de doctorado y supone, lógicamente, un evidente desafío a la capacidad investigadora del doctorando. Todo el esfuerzo y dedicación que su realización requiere persigue, como apunta Sierra (1988, p. 115), dos objetivos fundamentales: la formación del doctorando y efectuar una aportación considerable al esclarecimiento de alguna cuestión interesante.

El proceso que ha precedido y desencadenado la realización del presente trabajo de investigación se inició con mi incorporación a la enseñanza universitaria, en el Departamento de Economía Aplicada durante el curso académico 1994-1995. La línea de investigación seguida por este Departamento, centrada en el estudio del sistema financiero, y las precisas orientaciones del Director de esta tesis nos brindaron la oportunidad de elegir

como tema central del presente trabajo de investigación “el mercado español de tarjetas de pago bancarias”.

Varios han sido los motivos que justifican la elección de dicho tema.

Las grandes transformaciones acontecidas en la banca minorista durante la última década y las que, previsiblemente, se darán en un futuro, hacen necesario fomentar formas de canalizar los servicios financieros hasta los clientes, principalmente, mediante los denominados sistemas de autoservicios bancarios, en los que las tarjetas juegan un papel primordial como “llaves de acceso” y forma de identificación de los usuarios cuando intentan movilizar fondos bancarios. En efecto, estos sistemas dan respuestas a problemas fundamentales ante los que se enfrenta el sector bancario en la actualidad, como son la reducción de los márgenes financieros, ante los que los sistemas de autoservicios responden con reducciones de costes de explotación o generando nuevos ingresos vía comisiones, o la satisfacción de la demanda de una mayor calidad de los servicios, mayor rapidez, mayor cercanía al punto de venta, etc., por parte de una clientela bancaria cada vez mejor informada, más exigente y que valora más su tiempo libre.

La segunda razón está relacionada con la importancia adquirida por estos instrumentos en los sistemas financieros de los principales países desarrollados. En el caso particular de España, nos encontramos ante un instrumento de pago cuyo uso ha crecido de manera espectacular durante los últimos años, alcanzando en 1997 un volumen de transacciones de 953 millones y de ventas por un importe de más de 11 billones de pesetas, representando aproximadamente el 23 por 100 del consumo privado en España durante dicho año. A la importante magnitud que actualmente representan las ventas mediante tarjetas de pago bancarias hay que añadir las posibles repercusiones que las distintas modalidades de pago asociadas a estos instrumentos, esto es, a débito, crédito o por adelantado, pueden tener sobre la instrumentalización de la política monetaria.

Por último, es preciso señalar el papel fundamental que las tarjetas de pago bancarias están llamadas a desempeñar ante dos acontecimientos futuros de importantes impactos económicos. Nos referimos al proceso de culminación de la UEM y al desarrollo y consolidación del denominado "comercio electrónico". Respecto a lo primero, el uso de las tarjetas de pago bancarias, especialmente, por su capacidad de cálculo, las denominadas tarjetas *chip*, puede reducir la cantidad física necesaria de efectivo nominado en euros, reduciendo con ello los costes de transición de éstos, al mismo tiempo que puede aliviar la confusión que traerá consigo los cambios entre dichas monedas, máxime si tenemos en cuenta la incorporación de los céntimos en dichos cambios. En lo que se refiere al comercio electrónico, todo apunta a que, entre los distintos instrumentos de pago alternativos existentes para la liquidación de transacciones realizadas a través de *Internet*, las tarjetas de pago bancarias constituirán el mecanismo de pago por excelencia, por motivos de seguridad, rapidez y difusión entre la población de los principales países desarrollados.

Estos tres aspectos señalados, unido a la escasez en España de otros estudios que, desde un punto de vista económico, traten de profundizar en el conocimiento del mercado tarjetas de pago bancarias, fueron considerados en su momento como motivos suficientemente interesantes para iniciar el trabajo que hoy exponemos.

1.2. OBJETO Y CAMPO DE ESTUDIO

Una vez mostradas las razones generales que nos impulsaron a elegir el mercado español de tarjetas bancarias como fenómeno u objeto de investigación, acotaremos el problema a investigar, esto es, qué es lo que queremos saber o descubrir respecto a dicho objeto y expondremos los motivos específicos que justifican su elección.

El sistema de pago minorista español posee una configuración peculiar respecto al resto de países de nuestro entorno, en lo que se refiere al nivel de utilización de los distintos instrumentos de pago de pequeños importes puestos a disposición del público por el sistema financiero. En concreto, un uso del efectivo muy por encima de los niveles que corresponden a la mayoría de los países desarrollados y un empleo muy reducido en el caso de aquellos métodos de pago cuyo uso ha gozado de un gran arraigo entre la población de dichos países, esto es, el cheque y la transferencia bancaria, son las características básicas que han definido históricamente nuestro sistema de pago.

En este contexto, con unas necesidades de servicios de pagos de pequeños importes no cubiertas, prácticamente, por otro instrumento que no fuese el efectivo, se desarrolla en España el sistema de pago con tarjetas. La importante apuesta de las entidades bancarias españolas por la difusión de estos "nuevos" métodos de pago y la colaboración entre ellas ha permitido que hoy en día nuestro país cuente con una de las mayores dotaciones per cápita del mundo, tanto de cajeros automáticos como de terminales en puntos de venta, sistemas que cuentan, además, con una tecnología, basada en la operativa *on-line*, que permite situarlos entre los más seguros a nivel mundial.

Ambos aspectos, inexistencia de competencia procedente de otros servicios de pago de origen bancario y el despliegue de una red de cajeros y terminales en puntos de venta que se encuentra entre los más desarrollados del ámbito mundial, tanto cuantitativa como cualitativamente, parecen constituir, en principio, unas bases idóneas para que el uso de estos instrumentos se haya difundido ampliamente entre la población española.

Sin embargo, lejos de ello, el análisis previo de la literatura en torno a los sistemas de pago minoristas revela la escasa utilización de las tarjetas en el mercado español, en relación con su nivel de uso en otros países desarrollados. Así, en 1997, en España se realizaban 24 transacciones por

habitante y año, una cifra muy alejada de las 46 transacciones per cápita que, de media, se realizaron en el ámbito de la Unión y que representa un nivel de utilización sólo superior a la que presentan cuatro países de la Unión, a saber, Alemania, Austria, Grecia e Italia. Como justificación de esta situación prevalecen en la escasa literatura existente razones relacionadas con la demanda que, en muchos casos, tienen un carácter subjetivo y de difícil cuantificación, como son la baja cultura financiera de la clientela bancaria, factores culturales de carácter general -cultura latina-, actitud reacia hacia la utilización de sistemas de pago electrónicos, etc., sin que en ningún estudio se haya profundizado suficientemente en la búsqueda de posibles motivos que, provenientes del lado de la oferta, hayan provocado esta actitud reacia hacia la demanda de estos instrumentos.

En este contexto, el análisis del funcionamiento, evolución reciente y situación actual del mercado español de tarjetas de pago bancarias, así como de las condiciones (económicas, legales, etc.) en las que son ofrecidos los servicios de pago con tarjetas en nuestro país constituye un objetivo prioritario de la presente tesis doctoral. De este modo, el campo científico en el que se enmarca nuestro trabajo de investigación es el sistema financiero, siendo el sector, fenómeno u objeto de investigación el mercado español de tarjetas de pago bancarias. El objetivo genérico que perseguimos con nuestro trabajo es el conocimiento de las posibles causas que explican la infrautilización de las tarjetas de pago bancarias en España, en relación con la mayoría de los países desarrollados. Para abordar este objetivo, nuestra hipótesis de trabajo es que el bajo uso relativo de los sistemas de pago con tarjetas en nuestro país no se debe tanto a la actitud reacia de la demanda hacia estos servicios como a una deficiente política de oferta -precios, condiciones contractuales, suministro de información, etc.- de estos servicios por parte de las entidades bancarias.

Cabe señalar que, dentro del conjunto de entidades de depósito españolas, el análisis se ha centrado en los bancos y cajas de ahorros, no abarcando las cooperativas de crédito. La no inclusión de este último grupo de

entidades en nuestro estudio se justifica por las dificultades encontradas a la hora de recabar información estadística específica –concretamente, de aquella procedente de la SEMP y del Banco de España- sobre su actividad en el mercado de tarjetas. Con ello dejamos sin abarcar en torno a un cinco por ciento del mercado, limitación ésta de la que somos conscientes y que pretendemos superar en próximos estudios.

1.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La acotación temporal que se efectúa en este trabajo de investigación comprende los 12 ejercicios económicos que van desde 1986 hasta 1997, ambos inclusive.

El hecho de haber elegido el año 1986 como inicio del espacio temporal analizado en esta tesis obedece a varias razones. En primer lugar, a partir de mediados de los ochenta comienza el período de máxima difusión de los sistemas de pago con tarjetas. La década anterior se caracteriza por haberse configurado paulatinamente el mercado español de tarjetas, apareciendo las primeras organizaciones encargadas de la difusión de estos productos, así como nuevos desarrollos en los sistemas que lo sustentan, como fue la instalación de los primeros cajeros automáticos por la CECA en 1981 o de los datáfonos por el sistema 4B en 1983. Tras esta fase preparatoria, a partir de mediados de los ochenta comienza la difusión masiva de la red de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta por todo el territorio nacional, así como de las tarjetas, como accionadoras de estos sistemas, entre la clientela bancaria. Ello vino favorecido por una serie de acuerdos alcanzados entre los distintos sistemas existentes para compartir sus redes de cajeros automáticos y multiplicar así el número de puntos de ventas en los que sus respectivos clientes podían acceder a tales servicios, como fue el caso del acuerdo alcanzado entre la CECA y 4B en 1986 para compartir sus redes de cajeros automáticos.

De otro lado, en el ámbito comunitario, a través del Libro Blanco sobre la plena realización del mercado interior (Comisión Europea, 1985) la Comisión Europea se comprometía expresamente en sus artículos 122 y 123 a formular propuestas relacionadas con la homogeneización de los sistemas de pago de los Estados miembros, en general, y para el desarrollo y búsqueda de características comunes relacionadas con las tarjetas de pago, en particular. Tras este compromiso se inicia la elaboración, por parte del citado organismo, de una serie de acciones legislativas y de elaboración de documentos que han marcado las estrategias generales a seguir por los sistemas de tarjetas de los Estados miembros, al mismo tiempo que, como consecuencia de la ausencia de legislación específica en cada uno de ellos, han servido de referencia para delimitar los derechos y responsabilidades de las partes intervinientes en estos sistemas. Todo ello afectaba plenamente al mercado español de tarjetas, debido a que dicho compromiso asumido por la Comisión prácticamente coincide temporalmente con la entrada en vigor en 1986 del Tratado de Adhesión de España a la Comunidad Europea, constituyéndose así en miembro de pleno derecho de la actual UE.

Pese a lo anterior, cabe realizar dos precisiones respecto al citado ámbito temporal:

La primera se refiere a la ausencia de información estadística referida a la utilización de los distintos instrumentos de pago en los distintos países que conforman la UE con anterioridad a 1989. Sólo para algunos de ellos que, a su vez, pertenecían al denominado "Grupo de los Diez", ha existido información disponible desde principios de los ochenta, a través del informe periódico publicado por el Banco de Pagos Internacionales bajo el título *"Payment system in eleven developed countries*", también denominado "Libro Rojo". Para el resto de países comunitarios, habría que esperar hasta 1992 para que el Comité de Gobernadores de los Bancos Centrales de los Estados Miembros de la Comunidad Europea lanzara su informe "*Payment system in EC member*

states", también denominado "Libro Azul" y que contenía información estadística sobre los distintos sistemas de pago minoristas de los Estados miembros correspondientes a 1989. Además, cabe señalar que la tardía incorporación de Suecia, Finlandia y Austria como nuevos miembros de la UE, ha provocado que las series estadísticas correspondientes a estos países comiencen en 1990 y no en 1989 como en el resto.

Como consecuencia de lo anterior no nos ha sido posible considerar el mismo período temporal para el análisis del mercado nacional (1986-1997) que para el análisis comparativo realizado entre los países que conforman la Unión (1989-1997).

Un segundo aspecto que es preciso destacar es la ausencia en nuestro país de cualquier estadística oficial que, de manera periódica, suministre información sobre los sistemas de pago minoristas. Esta carencia se extiende no sólo a datos básicos sobre la situación del mercado como, por ejemplo, número de tarjetas de débito o de crédito emitidas, número de terminales en puntos de venta instalados en los comercios, etc., sino también a las condiciones económicas en las que estos servicios son ofrecidos a los titulares de tarjetas en nuestro país, debido a que la máxima autoridad monetaria no obliga a las entidades bancarias a hacer públicos datos elementales como son, por ejemplo, los tipos de interés aplicados al crédito suministrado vía tarjetas. La consecuencia de ello ha sido que en algunos casos la negativa de las entidades bancarias a suministrar la información que se le solicitaba no nos ha permitido cumplir con nuestros deseos de homogeneizar todas las series presentadas en el trabajo. No obstante, cabe señalar, que éstos han sido casos muy aislados y que no responden, en modo alguno, a la tónica general con la que se presenta este trabajo de investigación.

Por su parte, la razón que justifica que 1997 sea el último año del período elegido para el análisis se debe a que la finalización de este trabajo se ha producido durante el último trimestre de 1999 y no existían datos

disponibles a nivel internacional para actualizar el análisis comparativo realizado.

1.4. FUENTES Y MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

En nuestro trabajo de investigación hemos utilizado tanto información secundaria como primaria.

1.4.1. DE LA INFORMACIÓN SECUNDARIA

Hemos requerido un análisis documental tanto en la primera fase de la investigación, al objeto de delimitar de forma clara y concisa el problema a investigar, como durante el proceso de investigación. En concreto, la investigación documental ha estado orientada hacia la búsqueda, localización y consulta de la literatura teórica y empírica relacionada con el tema elegido, así como la localización de información estadística publicada o inédita a la que nos ha sido posible acceder.

La búsqueda de información la iniciamos con la consulta de dos de las bases de datos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas: ISOC, creada por el Instituto de Información en Ciencias Sociales y Humanidades, y la ICYPT, del Instituto de Información y Documentación en Ciencias y Tecnologías.

Las búsquedas retrospectivas nos permitieron conocer una serie de libros y seleccionar un conjunto de revistas en las que se abordan aspectos relacionados con los temas de nuestro interés. En lo que se refiere a las revistas, las más utilizadas han sido las siguientes: *Card International, Electronic Payment*, ICADE, Ahorro, Ausbanc, Banca y Finanzas, Actualidad Financiera, *Payment System Worldwide*, *Mondex Magazine*, Actualidad Económica, Papeles de Economía Española, Perspectivas del Sistema

Financiero, Cuadernos de Información Económica, Boletín Económico ICE, Información Comercial Española y Andalucía Económica.

Por su parte, las principales fuentes de información utilizadas fueron:

- **Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (AUSBANC)**

  - Informe sobre Tarjetas Bancarias
  - Libro Blanco de los Medios de Pago Electrónicos en España

- **Banco de España**

  - Boletín Económico
  - Boletín Estadístico
  - Memoria del Servicio de Reclamaciones

- **Banco Central Europeo (BCE)**

  - *Payment Systems in the European Union*

- **Banco de Pagos Internacionales (BPI)**

  - *Payment System in Eleven Developed Countries*

- **Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC)**

  - Estudios del BEUC

- **Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA)**

  - Informes Anuales de la CECA

- Memorias de la CECA
- Estudios de Mercado y Calidad de la Tarjeta 6000
- Jornadas del Sistema 6000

- **Committe of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic**

  - *Payment System in EC Member States*

- **Ernst and Young**

  - *Technology in Banking Reports*

- **Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (ISTPB)**

  - Enciclopedia Bancaria y Financiera sobre Sistemas de pago y Contratos Bancarios y Empresariales
  - Foros sobre Medios de Pago

- **Instituto Monetario Europeo (IME)**

  - *Payment Systems in the European Unión*

- **Lafferty**

  - *The Cards Research Service for Europe*

- **Sistema 4B**

  - Informes anuales

- **Sociedad Española de Medios de Pago (SEMP)**

  - Informes anuales

También tuvimos acceso a diferentes informaciones no publicadas, facilitadas amablemente por las siguientes entidades y organismos

- **Sociedad Española de Medios de Pago**
- **Banco de España**
- **Confederación Española de Comercio**

1.4.2. DE LA INFORMACIÓN PRIMARIA

Hemos incluido un trabajo de campo en el que, basándonos en un cuestionario estructurado, realizábamos una entrevista por correo a 64 expertos, distribuidos sectorialmente de la siguiente forma: sector bancario (15 cuestionarios a entidades bancarias y 3 a los tres sistemas de tarjetas existentes), sector de la distribución comercial (21 cuestionarios) y a asociaciones de consumidores y usuarios (25).

El cuestionario fue diseñado de manera que las respuestas que nos ofrecieran los expertos sobre las preguntas planteadas pudiesen apoyar o refutar las principales hipótesis de trabajo surgidas como fruto del análisis realizado en la presente investigación.

El cuestionario definitivo está estructurado en 9 preguntas semicerradas, que corresponden a otros tantos bloques temáticos, de la forma que aparece a continuación: causas generales que explican el reducido uso de las tarjetas de pago bancarias, causas específicas del reducido uso del crédito vía tarjetas, motivos específicos relacionados con la demanda, con las estrategias de comunicación de las entidades emisoras, con las políticas de precios, con la

competencia en el mercado español y con la estructura del mercado español de tarjetas bancarias. Además, se incluyen otras dos cuestiones dirigidas a determinar los principales factores que pueden, en un futuro, incentivar el uso de estos instrumentos de pago. Las nueve cuestiones tratadas engloban a un total de 52 afirmaciones en las que el entrevistado tendría que manifestar su grado de acuerdo o desacuerdo, según una escala de 1 a 5.

En cada una de las cuestiones se ofrecía la oportunidad a los encuestados de realizar cuantos comentarios estimasen pertinentes, así como de añadir posibles respuestas que no habían sido tenidas en cuenta en la elaboración del cuestionario. Por último, es importante señalar que cada una de las cuestiones finalizaba con una autovaloración del entrevistado respecto al grado de conocimiento que poseía con relación a los aspectos tratados.

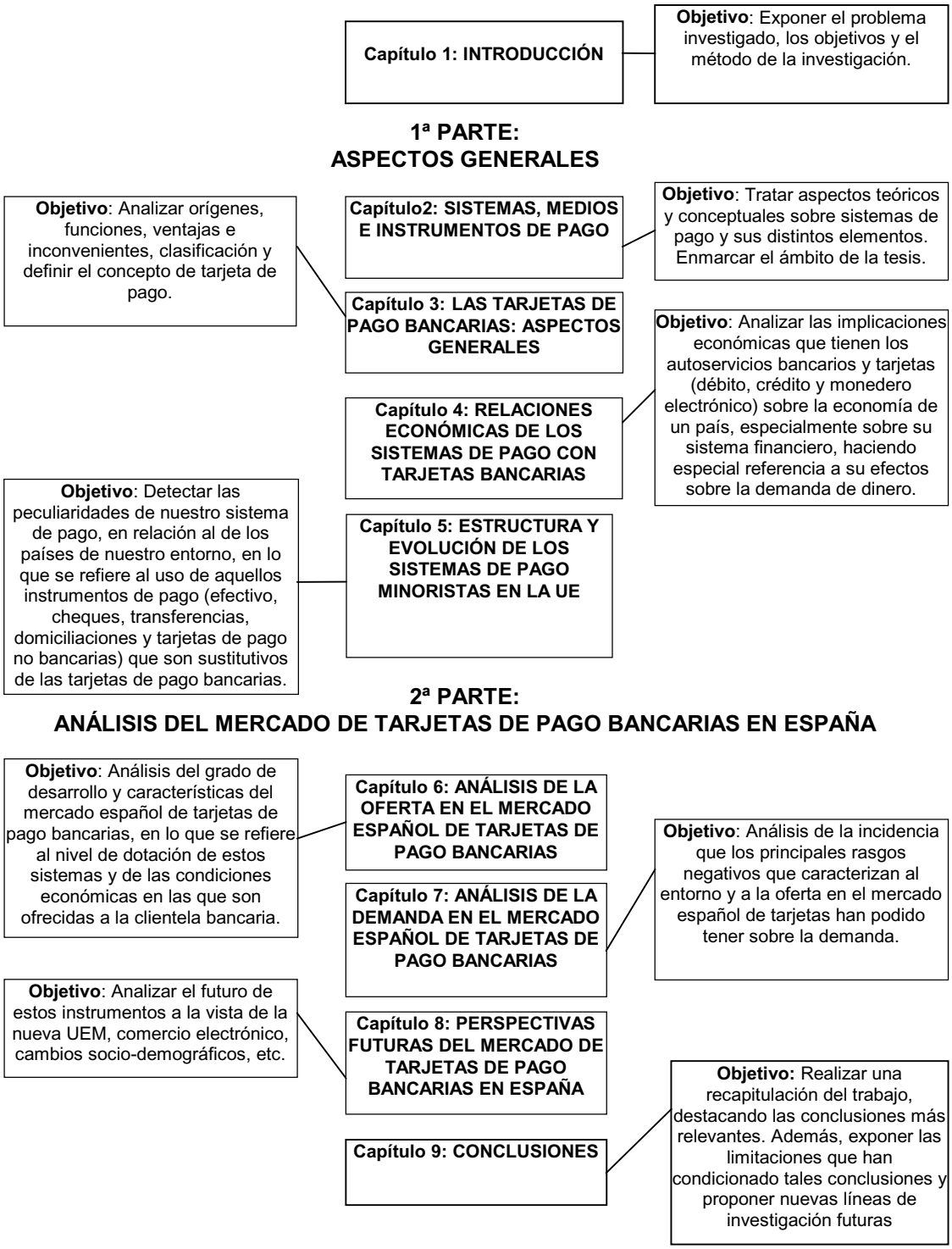
En lo que se refiere a la explotación de los datos, el programa que se ha utilizado para su tratamiento y análisis ha sido el SPSS para Windows.

1.5. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

Presentamos el trabajo estructurado en nueve capítulos a los que precede la presente introducción (véase figura 1.1). En cada capítulo hemos pretendido agrupar aquellos contenidos que, a nuestro juicio, permitían una exposición secuencial de los resultados de la investigación, con relación a los objetivos planteados.

FIGURA 1.1

ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE "EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS"



En el segundo capítulo se define el marco donde los instrumentos de pago objeto de la presente investigación desarrollan su actividad, a fin de delimitar el contenido de conceptos básicos utilizados a lo largo del presente estudio, esto es, el concepto de sistema de pago y de sus distintas clases, así como la identificación de sus principales componentes y de las relaciones que se producen entre ellos. Incluye, además, un último apartado en el que se pone de relieve la importancia que históricamente y aún en nuestros días han tenido las tarjetas bancarias en la configuración de los modernos sistemas de pago, basados, fundamentalmente, en las transferencias electrónicas de fondos.

En el tercer capítulo se tratan aspectos generales relacionados con las tarjetas de pago bancarias. En este sentido, se intenta delimitar el origen de estos instrumentos, así como el contenido del concepto “tarjeta de pago”, las funciones que desempeñan, clasificación de las distintas modalidades existentes en el mercado, agentes implicados en las transacciones financieras realizadas con tarjetas y, por último, los aspectos jurídicos relacionados con estos métodos de pago.

El cuarto capítulo se dedica a recoger las posibles repercusiones que el uso de las tarjetas bancarias puede tener sobre el sistema bancario, en particular, y sobre el sistema financiero de un país, en general. En concreto, se realiza, en un primer apartado, un estudio sobre las implicaciones que el uso de estos instrumentos y de los sistemas que los sustentan -autoservicios bancarios- ha podido tener sobre la actividad bancaria, haciendo especial referencia a los posibles cambios estructurales provocados en el sector, a las transformaciones en la delimitación conceptual y geográfica de la actividad bancaria, a las modificaciones de la estructura de costes e ingresos asociada al negocio bancario, como consecuencia de la reducción de algunas partidas de costes, y el surgimiento de nuevas fuentes de ingresos y, por último, a las consecuencias sobre las estrategias competitivas de las entidades que operan en el sector. Por su parte, en un segundo apartado se tratan aspectos de

política macroeconómica, realizando un tratamiento del estado de la cuestión en torno a las repercusiones que sobre la instrumentación de la política monetaria puede tener el uso de las distintas formas de pago ofertadas a través de tarjetas, esto es, a débito, crédito o con pago por adelantado.

En el quinto capítulo se analiza el nivel de arraigo en España y en los países de nuestro entorno del conjunto de instrumentos de pago que, en mayor o menor grado, pueden ser sustitutivos del uso de las tarjetas de pago bancarias. Para ello hemos dividido el mismo en varios apartados: en uno primero, analizamos el nivel de utilización del efectivo en nuestro país y sus causas, al mismo tiempo que se trata de determinar cual ha podido ser su influencia sobre el uso del resto de instrumentos de pago minoristas, en general, y sobre el de las tarjetas bancarias, en particular; en uno segundo, se intenta identificar las características que definen el patrón de uso en España del conjunto de instrumentos de pago minoristas ofertados por el sistema; por último, estudiamos el nivel de utilización de otras tarjetas de pago emitidas por entidades no bancarias, esto es, las tarjetas privadas y las tarjetas *T&E.*

En un sexto capítulo se profundiza en las características que definen la oferta de servicios financieros vía tarjetas bancarias en nuestro mercado, al objeto de destacar aquellos posibles aspectos que pueden explicar el reducido uso de estos instrumentos en España. Para ello, se realiza, en primer lugar, un análisis comparativo de la dotación y características de los sistemas de pago con tarjetas -cajeros automáticos, terminales en puntos de venta y de las distintas modalidades de tarjetas- en nuestro país y en el resto de países desarrollados. En un segundo apartado, igualmente mediante un análisis comparado, nos centramos en las condiciones en las que se ofrecen los servicios de pago con tarjetas en el caso español, haciendo especial referencia a la política de precios, al grado de aplicabilidad de las recomendaciones emanadas de la Comisión Europea y a las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de estos productos. Además, en un apéndice al capítulo, se incluye un análisis de la importancia que el negocio de

tarjetas de pago bancarias tienen sobre el activo crediticio y sobre las partidas de ingresos de las entidades de depósito españolas.

En un capítulo séptimo, siguiendo estructura similar al sexto, se trata de constatar si aquellos factores detectados en relación con la oferta de las tarjetas de pago bancarias que, en principio, han podido tener algún efecto negativo sobre el nivel de demanda de estos instrumentos, lo han hecho en realidad. Para conseguir dicho objetivo, el capítulo se ha estructurado de forma que, en un primer apartado, se realiza un planteamiento de la situación actual y evolución reciente de la demanda de tales servicios en España y países de nuestro entorno, seguido de un segundo apartado en el que se analiza cómo los distintos aspectos negativos encontrados en relación con la oferta de estos productos han quedado reflejados en los diversos estudios y encuestas que han intentado profundizar en la actitud, comportamiento, etc., de la demanda (titulares de tarjetas y comerciantes). En un último apartado, las principales conclusiones obtenidas del análisis anterior han sido contrastadas con las opiniones de expertos procedentes de los tres sectores implicados en las transacciones con tarjetas, esto es, el sector de consumidores, sector comercial y sector bancario, opiniones éstas que han sido obtenidas mediante la realización de un estudio empírico para tal objeto.

En el capítulo octavo se analizan las perspectivas futuras del mercado español de tarjetas de pago bancarias ante los cambios que se están produciendo en el propio mercado, así como en su entorno. Para ello, hemos creído conveniente comenzar, en un primer apartado, con una recapitulación de las principales tendencias y transformaciones que se han venido manifestando en nuestro mercado de tarjetas bancarias, principalmente, desde mediado de los noventa. En el siguiente apartado, se abarca el tema correspondiente al comercio electrónico, centrándonos en las oportunidades que ofrece al desarrollo de las tarjetas bancarias. En un tercer apartado, se realiza un análisis de las distintas repercusiones -técnicas, competitivas y sobre el efectivo en circulación- que la culminación de la UEM puede tener sobre el

uso del instrumento de pago objeto de estudio. En un cuarto apartado, se hace un recorrido por las tendencias presentes y previstas en relación con el negocio minorista bancario, prestando especial atención al papel que las tarjetas bancarias pueden desempeñar. El último apartado lo dedicamos a contrastar mediante un análisis empírico las principales conclusiones obtenidas a lo largo del capítulo con las opiniones que los expertos tienen en relación con las tendencias futuras en el mercado español de tarjetas de pago bancarias.

Para finalizar este trabajo de investigación, se concluye con un noveno capítulo en el que se sintetizan los aspectos tratados más relevantes y se exponen las principales conclusiones obtenidas. Además, se hace referencia a las principales limitaciones que han condicionado tales conclusiones y se proponen nuevas líneas de investigación futuras.

1.6. AGRADECIMIENTOS

Durante el tiempo que me he dedicado a la realización de la tesis doctoral he tenido la oportunidad de relacionarme con un grupo de personas que, directa o indirectamente, ha contribuido de alguna forma a su realización. A todas ellas les manifiesto mi más profunda gratitud. Me es imposible, sin embargo, personalizar mi reconocimiento, por lo que, aún a riesgo de omitir nombres y pidiendo disculpas de antemano por ello, quiero dejar constancia de mi agradecimiento al menos a aquellas que han colaborado de una forma más significativa.

Mi primer agradecimiento quiero dirigirlo al profesor Dr. D. Antonio Martín Mesa, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Jaén y director de esta tesis doctoral, por su dedicación, por el apoyo incondicional prestado en los momentos más difíciles de la realización de este trabajo y por sus críticas y sugerencias, siempre acertadas, que han permitido encauzar la

investigación de la forma correcta. Por todo ello, he contraído con él una deuda que difícilmente podré saldar.

Quisiera también dejar constancia de mi reconocimiento y agradecimiento al resto de compañeros del Departamento de Economía Aplicada, cuyas constantes muestras de apoyo y de amistad han servido para crear el ambiente idóneo en el que poder desarrollar la siempre difícil tarea de investigar.

Asimismo, debo personalizar mi agradecimiento en mis amigos y compañeros Francisco Torres Ruiz y Manuel Parras Rosa, por sus consejos y valiosa ayuda prestada, sobre todo en la última fase de la investigación.

Fuera de esta Universidad, mi mayor deuda la he contraído con D. José Manuel Domínguez Martínez, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad de Málaga y Director del Gabinete Técnico de Unicaja, por sus consejos y asesoramiento en torno al tema investigado. No puedo dejar de nombrar a una serie de personas que han colaborado de manera desinteresada poniendo a mi disposición una valiosa documentación que ha sido imprescindible para llevar a cabo la presente tesis doctoral. Entre ellas debo mencionar a D. Lucas Arias Arias, Jefe del Área de Asistencia Técnica, Estudios, Documentación y Difusión del Instituto Catalán de Consumo, a D. José Ramón Santolaya, Responsable de Medios de Pago de la Federación Española de Comercio y miembro del Comité de Expertos de Nuevos Medios de Pago de *Eurocommerce*, a D. Dionisio Martín Padilla, Director de División de Medios de la Caja Provincial de Ahorros de Jaén y a D. Rafael Morales Palacios, Jefe de Canales Alternativos de Cajasur.

Finalmente, mi más sincero agradecimiento a mi familia, a la que tanto tiempo de convivencia he robado y a la que espero poder recompensar en un futuro. Quisiera mencionar especialmente a mi esposa Dori, con la que comparto también profesión, por su apoyo, comprensión y total disponibilidad

en todo cuanto he necesitado durante el tiempo que ha durado la ejecución de esta tesis doctoral.

Por último, aún cuando aprecio y agradezco todo el apoyo, los consejos y sugerencias de todas estas personas, asumo, naturalmente, la responsabilidad total de los errores y omisiones del trabajo que presento como tesis doctoral.

PARTE I

ASPECTOS GENERALES

CAPÍTULO 2

SISTEMAS, MEDIOS E INSTRUMENTOS DE PAGO. ESPECIAL REFERENCIA A LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS

CAPÍTULO 2

SISTEMAS, MEDIOS E INSTRUMENTOS DE PAGO. ESPECIAL REFERENCIA A LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS

2.1. INTRODUCCIÓN

Siendo el objeto de presente trabajo de investigación el análisis de las tarjetas de pago bancarias, creemos conveniente dedicar este segundo capítulo a definir el marco donde, como instrumentos de pago, desarrollan sus funciones. Esto obliga a la delimitación del contenido del concepto "sistema de pago" junto al de cada uno de sus elementos principales, así como la definición de las interrelaciones que se producen entre éstos últimos. Estas son las cuestiones abarcadas en el presente capítulo.

2.2. SISTEMAS DE PAGO

2.2.1. INTRODUCCIÓN

Es comúnmente aceptado que las razones últimas que justifican la existencia de un sistema financiero son, por un lado, la necesidad de ajustar los comportamientos de ahorradores e inversores y, por otro, la de facilitar los pagos e intercambios en el sistema económico. El eficiente cumplimiento de ambas finalidades es fundamental para facilitar la movilidad de fondos hacia su mejor uso, acelerando así el crecimiento y mejorando el funcionamiento de la economía en su conjunto. Pese a su importancia, los desarrollos acontecidos en los mecanismos o sistemas de pago no se han visto acompañados de una

literatura paralela que intente tratarlos desde un punto de vista teórico, sino que, por el contrario, su estudio se ha visto relegado a niveles de discusión interna de cada institución en un intento de búsqueda de información sobre el mercado, que le permitiera adquirir alguna ventaja competitiva sobre las demás entidades (Revell, 1983, p. 2; Gil, 1992, p. 74; Hitachi Research Institute, 1993, p. 4).

Como consecuencia de ello, tal y como apunta Casilda (1992, pp. 301-302), el tratamiento que, en la mayoría de los casos, se le ha dado en la literatura económica a las innovaciones introducidas en el sector financiero se ha centrado en la aparición de nuevos productos sofisticados o en las mejoras de algunos ya existentes, cuyos destinatarios eran los inversores y ahorradores, sin hacer un especial énfasis en la investigación y desarrollo de la implantación de aquellas innovaciones tecnológicas cuya utilización afecta a una gran mayoría de la clientela bancaria.

Fue a partir de la década de los setenta[1] y debido, sobre todo, al desconocimiento de los efectos que sobre el sistema financiero podría tener el rápido desarrollo en los procesamientos de datos y de las telecomunicaciones, cuando se comenzó a prestar por parte de instituciones públicas y privadas una especial atención a los sistemas de pago y a los distintos elementos que los conforman (Revell, 1983, p. 2; LeRoy y Pulsinelli, 1992, pp. 203-205; *Hitachi Research Institute,* 1993, p. 4). Y es que, la teoría del dinero y del sistema monetario que aparece en la mayoría de los manuales de economía en general y de sistema financiero en particular aún está construida sobre la base de un sistema que emergió de una revolución tecnológica a través de la

[1] El Banco de Pagos Internacionales (BPI) viene realizando estudios desde 1969 sobre los sistemas de pago de los países componentes del Grupo de los Diez y Suiza. A partir de 1980 estos estudios, que hasta entonces estaban reservados sólo para uso interno de los bancos centrales, se vienen publicando de forma periódica. Por ello, el BPI representa, no sólo una de las principales fuentes públicas de datos estadísticos en el ámbito internacional sino, también, una de las instituciones internacionales que más se han esforzado en delimitar el contenido de los conceptos de cada uno de los componentes de los sistemas de pago, sirviendo ambas aportaciones de base para investigaciones similares llevadas a cabo en el seno de la actual UE.

cual se pasó del dinero-mercancia al papel-dinero y, por tanto, presenta importantes limitaciones a la hora de dar respuesta a los múltiples interrogantes que surgen tras las aplicaciones de nuevas tecnologías a los sistemas de pago de, prácticamente, todos los países desarrollados. En este sentido, tal y como señala Padoa-Shioppa (1994, p. 91), hoy en día los conceptos básicos acerca del dinero y del sistema de pago deben ser replanteados a la luz de la presencia de nuevos cambios tecnológicos.

Siendo escasa y, en algunos casos, confusa[2] la literatura existente sobre los sistemas de pago, máxime cuando se trata del segmento de pagos de pequeña cuantía, hemos creído conveniente dedicar este capítulo a delimitar el contenido de los principales conceptos utilizados a lo largo del presente trabajo, a la vez que se pretende destacar el papel desempeñado por las tarjetas de pago bancarias en las transformaciones que dicho sistema ha sufrido en las últimas décadas.

2.2.2. CONCEPTO Y ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE UN SISTEMA DE PAGO

En la escasa bibliografía existente sobre sistemas de pago, la mayoría de las definiciones que nos encontramos destacan que su función es la de canalizar el dinero -entendido éste en un sentido amplio-, al objeto de que pueda cumplir su finalidad principal como medio de cambio en las transacciones económicas. En esta dirección, Summers (1993, p. 174) indica que un sistema de pago es un instrumento a través del cual las obligaciones resultantes de la actividad económica son cumplidas mediante transferencias de valores monetarios. Las obligaciones pueden ser satisfechas a través del

[2] En 1983, Revell realizó un informe para la OCDE titulado *Banking and Electronic Fund Transfers*, cuyo objetivo era analizar las implicaciones sobre el sistema bancario del desarrollo de los sistemas de transferencia electrónica de fondos. De una manera muy expresiva, en la introducción al citado estudio se referían las dificultades encontradas en el desarrollo del trabajo de investigación en los siguientes términos: la literatura sobre este tema es una jungla de jergas y un bosque de siglas.

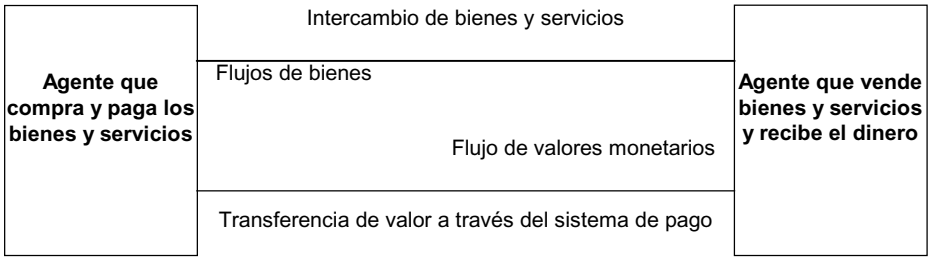
sistema de pago usando efectivo o depósitos mantenidos en los bancos. En el caso de pagos realizados usando depósitos bancarios, es necesario alguna forma de instrumento de pago, tales como crédito electrónico o en papel o un instrumento de débito para movilizar los fondos.

De acuerdo con lo anterior, el análisis de los mecanismos a través de los cuales las diferentes formas de "dinero" son transferidas entre los agentes cuando liquidan sus propias obligaciones constituye el tema central de estudio en los sistemas de pago[3].

En igual sentido, Humphrey (1995, p. 3) señala que, en su nivel más básico, un sistema de pago es meramente un acuerdo sobre la forma de transferir valor entre compradores y vendedores en una transacción (figura 2.1).

FIGURA 2.1

FLUJO DE VALORES MONETARIOS Y BIENES EN LAS TRANSACCIONES ECONÓMICAS



Fuente: Tomado de Humphrey (1995, p. 3).

[3] Por "pago" se entiende el "cumplimiento efectivo o abono de una obligación o deuda, ya consista ésta en dinero o en otros bienes" (Diccionario Empresarial Standford, 1990, Tomo 3, p. 364). Por tanto, esta definición no recoge la posibilidad de que dicha movilización de fondos en el sistema se produzca sin implicar pago alguno por parte de los agentes. Este sería el caso de las transferencias de fondos producidas por un agente cuando actúa como intermediario para terceras partes en la provisión de servicios de pago (por ejemplo, transferencias interbancarias), las transferencias de fondos entre cuentas de un mismo titular o la habitual retirada de efectivo de una cuenta a la vista con una tarjeta o cualquier otro instrumento de pago. En el presente trabajo, al tratar las transacciones de pago realizadas con los distintos instrumentos analizados, se han excluido, en la medida de lo posible, las movilizaciones de fondos entre cuentas pertenecientes a un mismo titular -véanse al respecto las notas metodológicas del IME (1996, p. 714).

Partiendo de su forma más rudimentaria, el desarrollo en los métodos de pago ha dado lugar en la actualidad a un sistema complejo de relaciones entre los diversos elementos que los conforman. Una definición más amplia de sistema de pago es la dada por el *Committee of Governors of the Central Banks of EC* (1992, p. 327), según el cual consiste en un grupo definido de instituciones y de un conjunto de instrumentos y procedimientos, utilizados para asegurar la circulación de dinero bajo un área geográfica, normalmente un país.

En esta definición se distinguen los distintos componentes que, de acuerdo con Borio, Russo y Van den Vergh (1992, p. 7), conforman un sistema de pago: las instituciones que proporcionan servicios de pago, las diversas formas de dinero, los medios para transferirlos -incluyendo las órdenes de pago y los canales de comunicación- y las relaciones contractuales que vinculan a las partes. Estos elementos conjuntamente deben ser capaces de canalizar eficientemente el flujo de valores monetarios y de información implicados en cada una de las etapas del proceso de pago, siendo éstas (Sato y Humphrey, 1995, introducción):

a) La iniciación de las instrucciones por el deudor para realizar los pagos al acreedor. En este inicio del proceso de pago interviene el conjunto de instrumentos ofertados por aquellos agentes que intermedian en el pago, tales como cheques, órdenes de transferencias, tarjetas de pago, etc.

b) Intercambio de información sobre el pago entre instituciones bancarias, de forma que se posibilite a la del pagador adeudar su cuenta y a la del acreedor acreditarla.

c) La liquidación de las transferencias de fondos entre las instituciones bancarias, normalmente a través de cuentas mantenidas en el banco central.

Dicho proceso puede dividirse, a su vez, en dos subprocesos claramente diferenciados entre sí: uno primero, compensación (que englobaría las dos primeras etapas anteriores), mediante el cual se intercambia información sobre el pago entre el pagador y el beneficiario y entre sus respectivos bancos y, un segundo, liquidación, en el cual se realiza la transferencia del valor asociado al pago (Summers, 1993, p. 174).

Cabe señalar respecto a lo anterior que, siendo el objetivo último de la política monetaria afectar a la actividad económica a través de la creación o destrucción del dinero, principalmente el de origen bancario, el grado de consecución de aquel vendrá afectado por el nivel de eficacia y seguridad alcanzado por los mecanismos de liquidación y compensación en cada sistema de pago (Gil, 1992, p. 76).

Si observamos el sistema de pago desde un punto de vista jurídico, su función esencial es regular y controlar los mecanismos mediante los cuales el dinero pueda cumplir su objetivo como medio de pago, independientemente de sus otras cualidades esenciales. En este sentido, la generalidad del uso y aprovechamiento del sistema y el hecho de ser la base sobre la que se transmiten activos líquidos, que representan derechos disponibles y exigibles en un determinado ámbito territorial (nacional o internacional), justifica la universalidad de su carácter público (ISTPB, 1997-2, BSF 01, p. 5)[4], siendo el Estado, por tanto, el que en última instancia delimita las fronteras del ámbito geográfico a través del cual circulan los flujos monetarios en un determinado sistema de pago[5].

[4] A lo largo del presente trabajo utilizaremos con frecuencia esta nomenclatura para referirnos a las diferentes actualizaciones de la Enciclopedia Bancaria y Financiera sobre "Sistemas de pago y Contratos Bancarios y Empresariales", editada en 1993 por el Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (ISTPB). A modo de ejemplo, la cita (ISTPB, 1997-2, BSF 01, p. 5), se refiere a la segunda actualización del año 1997 en la parte BSF 01 del trabajo, página 5.

[5] Los bancos no residentes pueden y suelen participar en los sistemas interbancarios de transferencia de fondos en países extranjeros, bien indirectamente a través de su banco corresponsal o, directamente, a través de sus propias sucursales localizadas en cada país. En este caso, algunos aspectos añadidos en los pagos transfronterizos sobre los realizados en el

Por otro lado, cabe destacar la falta de homogeneidad en las características esenciales que definen los sistemas de pago domésticos en cada país. Por motivos históricos, económicos y sociales éstos se han desarrollado de diversos modos y en diferentes grados, dando como resultado un desigual uso relativo en cada sistema financiero de los diversos instrumentos de pago (dinero en efectivo, cheques, transferencias, tarjetas de pago, etc.), lo que a su vez explica las diferencias existentes respecto a costes y plazos en la realización de operaciones de pago y en relación con el desarrollo de la aplicación de las nuevas tecnologías al sistema. Pese a lo anterior, como señala Revell (1983, p. 11), cada sistema de pago nacional tiene sus propias características, pero los "ladrillos" con los que han sido construidos (los métodos de pago) son comunes a todos ellos. Ello permite analizar de una forma genérica sus componentes, así como las relaciones y conexiones que se establecen entre ellos, tal y como se recogen en la figura 2.2[6].

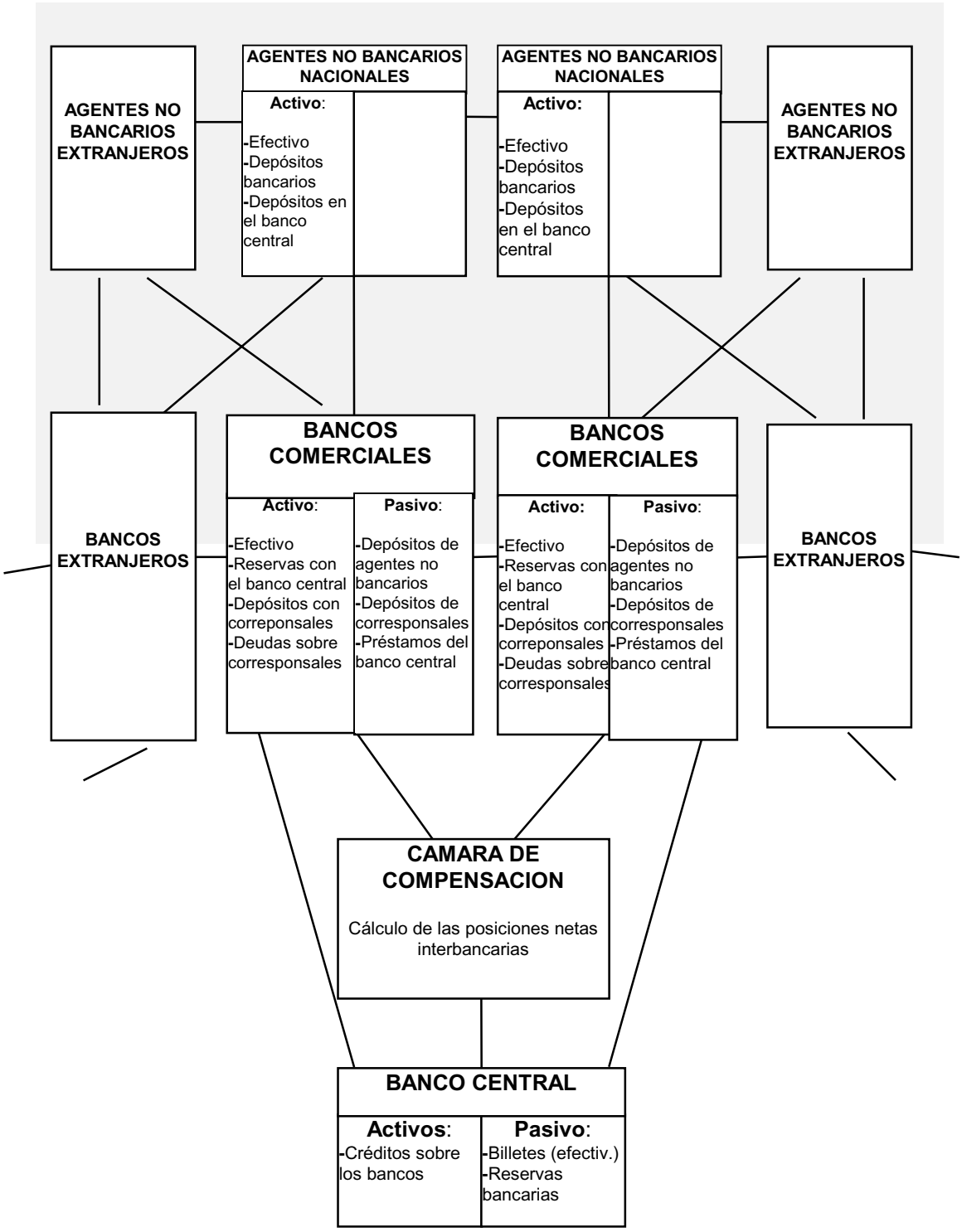
El elevado número y diversidad de instituciones, clientes y productos/servicios de pago que intervienen en dicho sistema nos obliga a delimitar conceptualmente la realidad que queremos investigar. En concreto, nuestro trabajo de investigación se centra en los sistemas de pago con tarjetas bancarias, entendiendo por tales al conjunto de instituciones, procedimientos y relaciones contractuales entre las partes que tienen por objeto asegurar la circulación de las diversas formas de dinero en una determinada área geográfica y que se caracterizan por la utilización de las

ámbito nacional son, entre otros, la existencia de más de un área geográfica, implicación de más de una jurisdicción política, utilización de múltiples monedas y uso de canales de comunicación especiales -generalmente suministrados por las redes de telecomunicaciones, telégrafos, etc. (Van den Bergh, 1994, pp. 30-33).

[6] Este esquema con forma de "pirámide invertida" trata de resaltar el peso o importancia que cada nivel soporta dentro del conjunto del sistema, destacando el papel fundamental que el banco central juega en el mismo como liquidador último de las posiciones netas bilaterales mantenidas entre las entidades bancarias derivada de su labor de intermediación, sin perjuicio de las operaciones llevadas a cabo por cuenta propia.

FIGURA 2.2

PARTICIPANTES EN UN SISTEMA DE PAGO, FLUJO DE MENSAJES Y TRANSFERENCIAS DE FONDOS



Fuente: Tomado de Van den Bergh (1994, p. 31).

tarjetas de pago bancarias como principales activadores de los sistemas de autoservicios bancarios -principalmente TPV y CA- y, junto al NIP, como medio de identificación de las partes implicadas en una transacción. Por otro lado, entendiendo en un sentido genérico por mercado el "… conjunto de actos de compra y venta que se refieren a un producto determinado" (Suárez y otros, 1985), al hablar de mercado de tarjetas de pago bancarias nos referiremos a aquel en el que el producto demandado y ofertado es la tarjeta de pago bancaria.

2.2.3. CLASIFICACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PAGO

La diversidad de agentes que actúan en la economía y las distintas necesidades de servicios para la liquidación de las obligaciones que surgen en el desarrollo de sus actividades han obligado a que las entidades financieras intenten satisfacerlas ofertando mecanismos de pago especializados para los distintos segmentos que conforman el mercado.

El criterio básico utilizado para distinguir dichos segmentos se ha basado en el valor de los pagos procesados, los cuales no son más que reflejos de las clases de operaciones que soportan y de los clientes a los que sirven. Atendiendo a dicho criterio se distingue entre segmento de pagos de gran valor, o de gran cuantía -que es soportado por los sistemas de transferencia de fondos de gran valor- y al por menor, o de pequeña cuantía -soportado por los sistemas de transferencia de fondos de pequeña cuantía.

Siguiendo las definiciones suministradas por el Instituto Monetario Europeo (1996), un sistema de transferencia de fondos de gran valor, o al por mayor, es aquel en el que los fondos de gran cuantía y alta prioridad son transferidos entre bancos por cuenta propia o en nombre de sus clientes. Por su parte, un sistema de transferencia de fondos de pequeño valor es aquel en el que se manejan un gran volumen de pagos de bajo valor relativo en formas

tales como cheques, transferencias bancarias, domiciliaciones bancarias, transacciones por CA y transferencias electrónicas de fondos en el punto de venta. Por tanto, son en estos últimos sistemas donde se incluyen los sistemas nacionales e internacionales de tarjetas bancarias, así como los canales a través de los que se distribuyen la mayor parte de sus servicios, esto es, las redes de CA[7] y TPV[8].

Cabe destacar al respecto que no existe un claro límite cuantitativo para enmarcar a un determinado sistema de pago dentro de una u otra categoría. En general, se considera que los sistemas especializados en pagos interbancarios, títulos valores y pagos interempresas, o mercados al por mayor configuran el sistema de pago de gran cuantía en una economía, debido al alto valor monetario de las transacciones procesadas. Por su parte, los sistemas de pago de pequeña cuantía, de acuerdo con Pingitzer y Summers (1994, p. 106), son los que cubren las necesidades de pagos de individuos y comercios para transacciones ordinarias en la economía.

Frente a estas diferencias, basadas en la distinta naturaleza de los agentes e instituciones implicados en los movimientos de fondos, otra característica que distingue a ambos sistemas es el gran número y variedad de transacciones de pequeña cuantía soportadas en los sistemas de transferencia de fondos de pequeño valor. Ello obliga a que estos sistemas deben ser, por un lado, extremadamente versátiles, es decir, ser capaces de movilizar fondos para una gran variedad de transacciones y tener una gran capacidad de procesamiento, debido al gran número de éstas que tienen que soportar

[7] El "cajero automático" (CA) se define como "Sistema autómata, basado en dispositivos de tratamiento de información que controlan unidades automáticas diversas, capaces de realizar operaciones comunes de caja: reintegros, ingresos e información" (ISTPB, 1992, Tomo I, p. 270).

[8] El "terminal en punto de venta" (TPV) constituye "el primer eslabón de una cadena de transmisión electrónica de datos desde un punto de venta hasta una base de datos con el fin de obtener una autorización para la transmisión o captura de datos contables" (Maudos, 1994, p. 2.209).

diariamente en una economía de mercado. Por otro lado, la gran variedad de participantes que los utilizan exige la existencia de un amplio mercado de servicios y sistemas en competencia entre sí que logren cubrir eficientemente la diversidad de necesidades a las que se enfrentan (Pingitzer y Summers, 1994, p. 107).

A pesar de que el grueso del valor monetario que fluye en una economía es soportado por el sistema de pago al por mayor, la operativa eficiente de un sistema financiero depende de la disponibilidad de un sistema de transferencia de pequeño valor que conecte a todos los agentes económicos a un bajo coste, con confianza y fuera de peligros. Utilizando el símil de los autores Pingitzer y Summers (1994, p. 106), en el que se trata de destacar la necesidad de tal complementariedad, si los sistemas de transferencia de gran valor son las principales arterias del sistema de pago, los sistemas de transferencia de pequeño valor pueden ser considerados como una compleja red de venas que conectan enteramente a la economía.

En el cuadro 2.1 podemos observar el conjunto de métodos de pago implicados en uno u otro sistema y apreciar la importancia de los sistemas de tarjetas de crédito en el segmento de pagos minoristas por medios electrónicos, tanto en el ámbito nacional como, principalmente, en el ámbito de las transacciones transfronterizas.

2.3. MEDIOS DE PAGO

Los flujos de valores monetarios que tienen lugar en un sistema de pago pueden materializarse en distintas formas de medios de pago[9], entendiéndose

[9] En la bibliografía existente sobre sistemas de pago se utilizan frecuentemente los términos "medio de pago" e "instrumento de pago" de manera indistinta, hecho que puede llevar a confusión. A lo largo del presente trabajo entenderemos por "medio de pago" todo aquello que tenga poder liberatorio de obligaciones, como es el caso del dinero de curso legal y del dinero bancario. Por "instrumentos de pago" entenderemos aquellos mecanismos mediante los cuales se inicia la transferencia de dichos medios de pago entre las partes implicadas en una transacción. En el caso de pago con efectivo, ambos conceptos coinciden por cuanto la entrega

como tal el "… dinero, moneda o activo financiero dotado de poder liberador de deudas y obligaciones" (Diccionario Empresarial Stanford, 1990, Tomo III, p. 315).

CUADRO 2.1

SISTEMAS DE TRANSFERENCIA DE FONDOS INTERBANCARIOS SEGÚN TIPOS DE TRANSACCIONES Y CARACTERÍSTICAS OPERATIVAS

Características operativas	**Tipos fundamentales de transacciones**			
	Transacciones comerciales o de clientes	**Transacciones del mercado monetario**	**Transacciones extranjeras de intercambio internacional**	**Transacciones en el mercado de valores**
Basadas en papel (netting)	- Cámaras de compensación manuales	- Cámaras de compensación manuales - Sistemas de cheques del banco central - Sistemas DVP[10]	- Cámaras de compensación manuales	- Cámaras de compensación manuales - Sistemas de cheques del banco central - Sistemas DVP
Electrónica/Automáticas: - de pequeño valor (netos)	- Cámaras de compensación automática - **Redes de CA y TPV** - **Sistemas de tarjetas de crédito**		- **Sistemas de tarjetas de crédito** - **Sistema *Eurocheque***	
- de gran valor - Sistemas netos	- Sistemas de transferencia de fondos de gran valor	- Sistemas de transferencia de fondos de gran valor - Sistemas DVP		- Sistemas de transferencia de fondos de gran valor - Sistemas DVP
- Sistemas brutos	- Sistemas de transferencia de fondos de gran valor	- Sistemas de transferencia de fondos de gran valor - Sistemas DVP		- Sistemas de transferencia de fondos de gran valor - Sistemas DVP

Fuente: Borio, Russo y Van den Bergh (1993, p. 12).

de moneda o billete tiene por sí misma poder liberatorio de deudas. Sin embargo, en caso de pago sin efectivo, el medio de pago transmitido es el dinero bancario y los mecanismos utilizados para ello (tarjetas, cheques, transferencias, domiciliaciones, etc.) son simples sustitutivos transitorios de aquellos. Tal es el caso de una transferencia bancaria; en este caso el instrumento utilizado sería la transferencia y el medio de pago el dinero bancario (véase Núñez, 1994, p. 27).

[10] El DVP, o "entregas contra pago" (*Delibery Against Payment*) es un mecanismo utilizado para la liquidación de transacciones en los mercados monetarios y bursátiles por el cual se asegura que la entrega ocurre sólo cuando se realiza el pago.

El concepto teórico del "dinero"[11] no ha permitido a lo largo de la historia distinguir claramente qué activos constituyen la contrapartida empírica de tal concepto y cuáles no (Hall and Taylor, 1986, p. 317; LeRoy y Pulsinelli, 1992, pp. 34-35). Hoy en día son aceptadas como tales, enfatizando la función del dinero como medio de cambio, el efectivo (dinero de curso legal) y las cuentas disponibles a la vista (dinero bancario)[12].

De acuerdo con lo anterior, el origen del "dinero" que circula en un sistema de pago puede ser cualquiera de los siguientes:

- El pasivo del banco central mantenido por el público no bancario (billetes).
- Los depósitos mantenidos por los bancos comerciales con el banco central (reservas de los bancos comerciales en el banco central).
- El pasivo mantenido por los bancos respecto al público no bancario (depósitos bancarios).
- Pasivos de los bancos con respecto a otros bancos (depósitos en bancos corresponsales).

Existen ocasiones en las que no es fácil distinguir entre "medio" e "instrumento de pago". En el caso del dinero bancario, los distintos instrumentos de pago ofertados por las entidades financieras (cheques, tarjetas de débito, tarjetas de crédito, etc.) tienen como misión, bien convertir en efectivo o bien traspasar todo o parte del valor monetario contenido en las

[11] "Dinero" es "... todo aquello que pueda utilizarse de forma inmediata para cumplir obligaciones, contraprestaciones o actos de voluntad que se expresan explícita o implícitamente en una suma de unidades de valor o monetarias de manera satisfactoria para todas las partes implicadas" (ISTPB, 1992, Tomo II, p. 104).

[12] El único medio de pago que cumple en sentido estricto con las funciones que tradicionalmente se le ha venido otorgando al dinero es el "dinero de curso legal", principalmente por ser aceptado por imperativo legal. Sin embargo, la gran liquidez de las cuentas a la vista ha permitido a estos activos realizar el mismo papel que aquel como medio de pago, aún no siendo dinero en un sentido estricto, ya que no es obligada su aceptación y pueden ser rechazadas como medios de pago por cualquier parte en una transacción (Andreu, 1990, p. 10).

cuentas bancarias a la vista a otra cuenta bancaria, con el objetivo principal de saldar una deuda o liquidar una transacción entre distintos agentes. Sin embargo, a pesar de que son simples sustitutivos transitorios del dinero bancario, algunos de estos instrumentos, en determinadas circunstancias, pueden ser considerados como verdaderos medios de pago. Tal es el caso de aquellos instrumentos transmitidos por su emisor a un tercero que los admite como medios de liquidación de deudas frente a terceros, debido a la confianza que se tiene *a priori* en la solvencia de la entidad financiera contra la que se han girado las órdenes o mandamientos de pago (ISTPB, 1992, Tomo II, p. 666) -un ejemplo sería la liquidación de una deuda mediante "endoso" [13] de efectos- o el pago mediante el valor almacenado en algunos de los sistemas actuales de monedero electrónico[14], en la medida en que puedan ser transmitidos entre diferentes personas sin intermediación de entidad financiera. En ambos casos se cumpliría con las funciones necesarias de todo medio de pago, esto es, ser medio de cambio y depósito de valor.

En otras ocasiones, la dificultad estriba en distinguir entre "crédito" *y* "dinero"[15], por cuanto la disponibilidad del primero permite a su titular liberarse de sus obligaciones de la misma forma que lo haría mediante la entrega del segundo. A este respecto, refiriéndose al caso concreto de las tarjetas de crédito, Dornbusch y Fisher (1988, p. 364) señalan lo siguiente: "Aunque los conceptos de oferta monetaria se han revisado, la definición actual de M1 todavía no corresponde exactamente al papel del dinero como medio de efectuar los pagos. Por ejemplo, existe el problema de si las tarjetas de crédito

[13] El endoso consiste en una "… forma de transmisión y circulación de los documentos de crédito mediante una declaración escrita en el título por la que el actual tenedor (endosante) transmite a una persona (endosatario) el derecho incorporado al título, mandando que se pague a esa nueva persona designada a su orden" (ISTPB, 1992, Tomo II, p. 197).

[14] Los "monederos electrónicos" son tarjetas prepagadas de finalidad múltiple recargables que pueden ser utilizadas para pagos pequeños al detalle u otros en lugar de monedas (IME, 1996, p. 746).

[15] Un análisis extenso en el que se trata de justificar la condición de dinero de las tarjetas de crédito se puede encontrar en Fernández (1995, pp. 13-33).

deberían considerarse como un medio de pago. Si es así -y el argumento a favor es ciertamente convincente- deberíamos de incluir probablemente, como parte del dinero, la cantidad que las personas están autorizadas a pagar utilizando sus tarjetas de crédito". De hecho, el Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (1992, Tomo II, p. 104) reconoce como una de las contrapartidas empíricas del concepto teórico de dinero a "… las tarjetas de crédito y los cheques de diferentes clases cuya utilización como medio de pago implique la creación de dinero". Sin embargo, la mayoría de los autores[16] señalan el incumplimiento por parte de dichos instrumentos de una de las funciones tradicionales del dinero: ser depósito de valor. En este sentido, Lipsey (1994, p. 487) señala que "… con una tarjeta de crédito, se pueden efectuar muchas transacciones sin necesidad de efectivo o de un cheque. Pero en realidad, el crédito, en la forma del trozo de papel que firmamos, no constituye dinero porque no puede ser utilizado para efectuar transacciones posteriores". De esta forma, si bien se reconoce que estos instrumentos cumplen con las funciones de medios de cambio a corto plazo, lo hacen sólo temporalmente, siendo el dinero bancario, generalmente[17], el que desempeña dicho cometido en las operaciones de pago realizadas a través de aquellos instrumentos[18].

[16] Véanse, entre otros, Wonnacott and Wonnacott (1994, p. 221), Parkin (1993, p. 795), Lipsey (1989, p. 608) y Hall and Taylor (1986, p. 317).

[17] En sus orígenes, era habitual liquidar el saldo pendiente en cuenta de tarjetas de crédito mediante entrega de efectivo o cheques.

[18] Galbraith y Salinger (1997, p. 127) dicen al respecto que "… algunos pretenden que una tarjeta de crédito del *American Express* o del *Diner´s Club* son lo mismo que un talonario de cheques de cualquier banco y que este depósito implícito es también dinero. No llevaremos este argumento demasiado lejos. Basta con comprender el proceso de creación y de gestión de la masa monetaria. Y dejemos el detalle de su composición para que lo discutan aquellos que no saben nada pero que ignoran su ignorancia".

2.4. INSTRUMENTOS DE PAGO

2.4.1. CLASIFICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO MINORISTAS

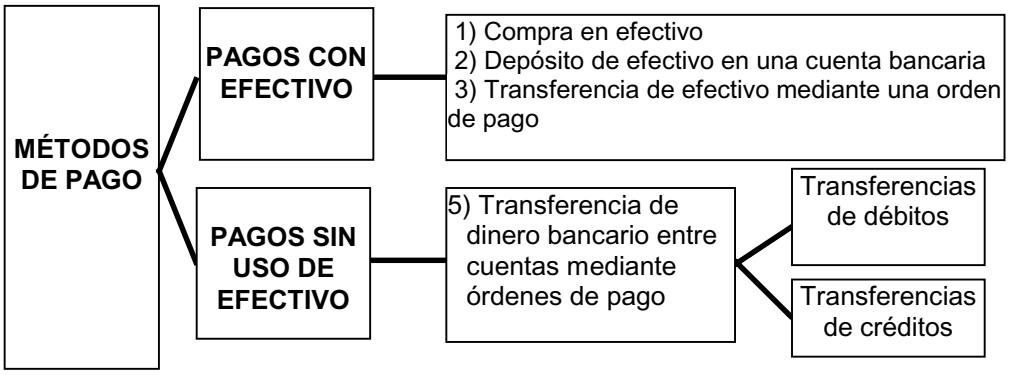
La amplia gama de instrumentos de pago existentes en el mercado permite su clasificación con base en multitud de criterios[19]. De acuerdo con Revell (1983, pp. 12-15), una primera ordenación general del conjunto de instrumentos de pago es aquella que los distingue en función del medio de cambio utilizado (figura 2.3).

2.4.1.1. PAGOS CON EFECTIVO

Todas las estimaciones sobre el nivel de uso del efectivo apuntan a que se trata del instrumento de pago más extendido para la liquidación de transacciones de muy pequeño importe. Así lo sugieren los resultados obtenidos por las encuestas realizadas en distintos países al apuntar que en torno al 80 por 100 de dichas transacciones son saldadas por este medio (Pingitzer y Summers, 1994, p. 106).

FIGURA 2.3

CLASIFICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO



Fuente: Elaboración propia.

[19] Siendo pretensión del presente capítulo dar un marco de referencia general donde desarrollar el resto del trabajo, y no un análisis pormenorizado de cada uno de los instrumentos, hemos creído conveniente elegir una clasificación lo más amplia posible que nos permita situar fácilmente cada uno de ellos.

El efectivo ha dominado hasta ahora un segmento de mercado donde la principal barrera para la entrada de los instrumentos de pago bancarios alternativos, tales como los cheques o tarjetas de pago bancarias, ha sido el pequeño valor unitario de las transacciones implicadas. En efecto, como señala Moore (1991), ninguna de las tecnologías existentes utilizadas para sustituir al efectivo tiene el potencial de reemplazarlo en su totalidad. Y es que todas las alternativas bajo consideración -tarjetas de débito o crédito, cheques, órdenes de dinero o pagos preautorizados- requieren transferencias de valor y, además, se muestran ineficientes para la realización de transacciones cuando sus importes son pequeños, debido a los altos costes de procesamiento en relación con el valor procesado. Sin embargo, en los últimos años, se ha venido desarrollando un instrumento de pago capaz de competir con el efectivo: el monedero electrónico. Su alta seguridad sin necesidad de incurrir en los costes que supone la conexión directa con el emisor y la simplificación de multitud de transferencias de fondos en una sola hacen a este instrumento, en principio, eficiente para la realización de pagos de muy pequeño valor[20].

Al mantenimiento de la importancia del efectivo como instrumento de pago en los principales países desarrollados ha contribuido, paradójicamente, algunas de las principales innovaciones introducidas en los sistemas de pago en las últimas décadas. Tal y como predice el modelo teórico de *Baumol-Tobin*[21], si bien el desarrollo de medios avanzados tecnológicamente para transferir dinero ha dado lugar a un intensivo uso de servicios de pago que permiten prescindir del efectivo, esta misma tecnología (por ejemplo, los CA) ha hecho que sea más fácil acceder a las cuentas bancarias para retirar dicho

[20] Según palabras de José Mª Pérez Soria, Jefe de Nuevas Tecnologías de la SEMP, "... se ha visto que estas tarjetas pueden suponer un nuevo negocio en campos donde hasta ahora no han llegado las de crédito y débito", debido a que se estima que las transacciones realizadas con estos instrumentos sólo son rentables cuando superan las 2.000 pesetas, justificando al menos el coste de las transmisiones entre el punto de venta y la central de pagos (Actualidad Económica de 6/12/93).

[21] "Enfoque de inventario de la demanda de dinero", desarrollado por primera vez por Willian Baumol (1952) y James Tobin (1956).

efectivo (Pingitzer y Summers, 1994, p. 106). El resultado ha sido, como se verá en capítulos posteriores, que a pesar de los grandes progresos producidos en los sistemas de pago de los países desarrollados, el peso del efectivo en el conjunto de medios de pago ha permanecido bastante estable en los últimos años.

Por último, cabe señalar que la forma en la que se realiza el pago con efectivo no siempre consiste en el intercambio directo de monedas y billetes entre las partes implicadas en una transacción, sino que diversos instrumentos han permitido la utilización de aquel con independencia de la presencia física de deudor y acreedor en un mismo lugar geográfico. Uno de estos métodos se basa en las denominadas "órdenes de pago"[22]. Éstas suelen utilizarse para evitar el envío de efectivo entre deudor y beneficiario cuando alguna de estas partes carezca de cuenta bancaria. Entre estos instrumentos se encuentran los giros postales y los cheques bancarios especiales (tales como cheques de viajes o cheques certificados o garantizados por una entidad bancaria) que pueden ser "comprados" a los bancos a cambio de efectivo. La característica común a todos estos instrumentos es que el deudor debe pagar el valor nominal de dichos instrumentos antes de adquirirlos.

2.4.1.2. PAGOS SIN EFECTIVO

La forma última en la que se realizan los pagos sin efectivo es mediante la transferencia de fondos entre cuentas bancarias de la misma o distintas entidades. Para facilitar dicho proceso existen una diversidad de instrumentos como el cheque o las tarjetas de pago, que tienen un carácter accesorio o vinculado a tal transferencia. Dichos instrumentos actúan como sustitutivos del

[22] En la práctica bancaria se utiliza indistintamente la denominación "orden de pago" o "transferencia bancaria", a pesar de que existen diferencias de tipo estrictamente doctrinal entre ambos conceptos. Dichas diferencias estriban en que la denominada "transferencia bancaria" es una instrucción para que el banco realice un abono en la cuenta del beneficiario, mientras que la "orden de pago" es una instrucción para que un banco ponga a disposición de un beneficiario una determinada suma de dinero que será normalmente liquidada por caja contra acuse de recibo. En la práctica ambos términos son utilizados como sinónimos.

dinero bancario y, como tales, cumplen la función de medio de cambio sólo temporalmente, no constituyendo en sí mismos depósitos de valor (Lipsey, 1994, p. 487).

Cabe puntualizar aquí que, tal y como señala Revell (1983, pp. 20 y 23), las tarjetas de pago, en un sentido estricto, no pueden ser consideradas como instrumentos de pago, debido a que no son por sí mismas órdenes de transferencias, sino que constituyen un medio, entre otros posibles, utilizado para identificar a su emisor y al titular en la realización de transacciones financieras. De este modo, cuando se utilizan conjuntamente con CA y TPV -al igual que se podría haber hecho por teléfono, telégrafo, fax o por escrito- permiten iniciar una cadena de transmisiones electrónicas de datos que, finalmente, darán lugar a la orden de transferencia, que es el verdadero instrumento utilizado.

Las innovaciones tecnológica introducidas para canalizar la oferta de dichos servicios de pago ligados al dinero bancario -depósitos a la vista- han reducido paulatinamente las diferencias de éste respecto al dinero de curso legal en lo que se refiere a la rapidez y a la seguridad. Si a ello añadimos la supremacía de estos servicios de pago en la realización de transacciones a distancia y el hecho de que, en la mayoría de los mercados actuales, no existe un encuentro físico entre los participantes en una transacción, hacen de ellos unos instrumentos imprescindibles para el normal desarrollo de una sociedad avanzada[23] (Pérez y Quesada, 1991, pp. 70-73).

La gran diversidad existente de estos instrumentos se ha venido clasificando tradicionalmente en función de si es el pagador o el beneficiario

[23] Como señala Humphrey (1995, pp. 18-19), la eficiencia de un sistema de pago se refleja en la tasa de rotación de los fondos monetarios ofertados en una economía (velocidad del dinero). Cuando éste es alto, refleja un sistema de pago eficiente y reduce la necesidad de una mayor oferta monetaria (suponiendo el resto de variables constante); al contrario ocurre en un sistema de pago ineficiente. Son los instrumentos de pago asociados al M1 los encargados de facilitar dichos flujos de fondos.

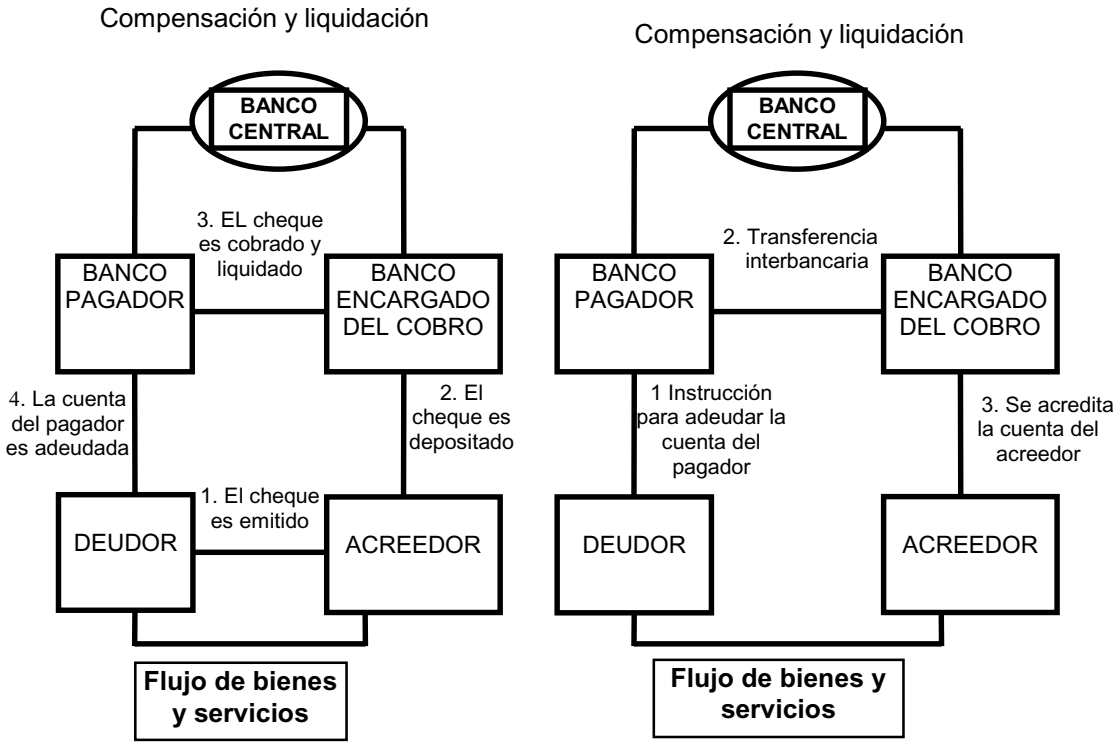
quien inicia la instrucción de transferencia última de fondos. Siguiendo este criterio, podemos enmarcar cualquier instrumento de pago dentro de alguna de las siguientes categorías: transferencias de débito o transferencias de crédito (figura 2.4).

De acuerdo con las definiciones del *Committee of Governors of the Central Banks of EC* (1992, pp. 323-324), un sistema de transferencia de débito es un sistema de transferencia de fondos en el cual las órdenes de cobro de deudas, realizadas o autorizadas por el pagador, se movilizan desde el banco del beneficiario hasta el banco del pagador y dan lugar a un cargo en la cuenta del pagador. Por su parte, se entiende por sistema de transferencia de crédito una orden de pago o, posiblemente, una secuencia de órdenes de pago, como es el caso del pago a través de tarjetas, realizadas con el propósito de colocar fondos a disposición del beneficiario. Tanto la instrucción de pago como los fondos se movilizan desde el banco del pagador/originador al banco del beneficiario, posiblemente a través de otros varios bancos intermediarios y/o más de un sistema de transferencia de crédito.

De acuerdo con lo anterior, como podemos observar en la figura 2.4, en el caso de transferencias de débito las instrucciones de pago son iniciadas por el acreedor y los instrumentos utilizados (por ejemplo, cheques o recibos domiciliados) circulan bajo el sistema bancario como una instrucción para adeudar la cuenta que el deudor mantiene con el banco pagador. Por contra, en el caso de transferencias de crédito (por ejemplo, una transferencia bancaria o giro) las instrucciones para realizar el pago las inicia el deudor circulando aquellas, en el sistema de pago, como unas instrucciones para acreditar o abonar la cuenta mantenida por el acreedor en el banco que debe recibir el pago (Revell, 1983, p. 13). Todos los pagos electrónicos utilizan este último sistema de forma que, como señala Humphrey (1995, p. 23), la elección entre un sistema de pago de transferencias de débito o crédito es, esencialmente, la elección entre pagos con cheques o pagos electrónicos.

FIGURA 2.4

TRANSFERENCIAS DE DÉBITO Y CRÉDITO



Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Humphrey (1995, pp. 24-25).

Además, dicha elección trae consigo una serie de ventajas e inconvenientes. En general, los instrumentos de pago que implican transferencias de crédito -por ejemplo, las tarjetas de pago bancarias-, son los que realizan de una forma más eficiente y segura el proceso de pago: más eficientes, por cuanto los costes de compensación, esto es, manejo, clasificación y entrega física o electrónica de los instrumentos son menores que el caso de la transferencia de débito; menor riesgo, porque mientras en la transferencia de débito cabe la posibilidad de devolución del instrumento por falta de fondos en la cuenta del deudor, en la transferencia de crédito el proceso de pago no se inicia normalmente si no existen fondos suficientes (Humphrey, 1995, pp. 23-27).

Por su parte, los instrumentos de débito, al incorporar el derecho del crédito en el mismo título, tienen como ventaja el que permiten transmitir aquel entre agentes mediante el "endoso", pudiendo servir de verdadero medio de cambio en la liquidación de transacciones económicas. Además, la tecnología ha posibilitado eliminar, en algunos casos, el intercambio físico de estos documentos sustituyéndolos por simples intercambios de información mediante anotaciones contables en soporte magnético entre las entidades implicadas en el pago, lo que permite su procesamiento informático y transmisión a través de canales de telecomunicación[24](ISTP, 1996-1, JTC 03, p. 1). Esto hace que cada vez tenga menos sentido hablar de instrumentos con soporte en papel y con soporte en medios electrónicos (*Hitachi Research Institute*, 1993, p. 47).

Por otro lado, la elección de uno u otro método de pago implica la elección de los agentes beneficiarios del *float*[25], en caso de haberlo: mientras que en una transferencia de débito es el consumidor quien se suele beneficiar de éste a expensas de los bancos comerciales, en el caso de la transferencia de crédito es el banco quien se beneficia del *float* a expensas del cliente.

Los principales instrumentos utilizados dentro de cada categoría, que serán objeto de un estudio comparado en posteriores capítulos, son, por un

[24] Hoy en día coexisten varias formas de gestionar estos documentos: bien convencionalmente, movilizando el propio título para su transmisión y presentación; bien inmovilizando el documento mediante el llamado "truncamiento", por el cual el documento original que es el que incorpora el derecho al crédito por parte del acreedor, es retenido por la entidad tomadora del documento en el punto de introducción en el sistema bancario y transmitido a la entidad presentadora mediante soporte magnético, volviendo a convertirse en papel cuando es aceptado por el destinatario; o bien mediante anotaciones contables, tanto en el origen, como en el destino, en soportes magnéticos de los que se pueden sacar extractos como prueba del derecho.

[25] El "*float*", o "saldos flotantes", se define como "... el valor añadido de unos fondos generado en el proceso de cobro" (Hitachi Research Institute, 1993, p. 217). El *float* aparece por la demora que se produce en la contabilización de las operaciones de cargo y abono en las cuentas de las respectivas partes intervinientes en una transacción. Normalmente, esta falta de sincronización entre cargo y abono se produce bien porque un intermediario está implicado en el pago (el cual, en busca de beneficios, tiende a demorar los abonos y mostrar la máxima diligencia en los cargos, dando lugar a unos saldos flotantes que son renovados constantemente), o bien porque el sistema utilizado para el procesamiento de éstos sea relativamente lento. El beneficio del *float* se deriva del mantenimiento de unos saldos flotantes permanentes a un interés nulo y de su posible utilización para inversiones a corto plazo.

lado, el cheque y la domiciliación bancaria (como instrumentos de débito) y, por otro lado, la transferencia bancaria (como instrumento de crédito). Las características básicas de estos instrumentos son las siguientes:

El cheque

Los cheques representan un mandato puro y simple de pago del emisor del cheque (librador) a un banco (librado) para que pague el importe debido al acreedor. El banco cumplirá normalmente dicho mandato haciendo uso de la provisión de fondos que tiene en su poder por cuenta del librador en una cuenta a la vista o de crédito. Por tanto, la característica que lo diferencia de otros instrumentos de débito, como los pagarés o letras de cambio, es que el librado es siempre una entidad de crédito.

La domiciliación bancaria

Se trata de una variante de transferencia de débito mediante la cual el deudor da una orden general a su banco autorizándolo para adeudar su cuenta siempre que un acreedor particular autorizado emita instrucciones de cobro. Es un instrumento muy utilizado para pagos regulares de rentas, tasas, suscripciones, etc., en los que el montante de las facturas es variable.

La transferencia bancaria

Se trata de una orden dada por una persona (deudor) instruyendo a su banco para que transfiera fondos a otra persona (acreedor). También llamado “giro bancario”, suele tener soporte electrónico y en muchos países este servicio ha sido cubierto por las agencias postales. Una modalidad muy utilizada de pagos a través de giros, son las denominadas “órdenes permanentes de transferencia” (*standing order*). Se trata de una variante de transferencias de crédito por una suma fija regular, en la cual la instrucción

ha sido dada por el cliente a su banco para realizar pagos en un día acordado (Revell, 1983, p. 16).

2.4.2. DETERMINANTES DEL GRADO DE USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO MINORISTAS

El instrumento de pago por excelencia en las transacciones de pequeño importe sigue siendo, en la totalidad de los países de nuestro entorno, el efectivo emitido por los bancos centrales. Próximos a la culminación del siglo XX las múltiples innovaciones introducidas en los sistemas de pago minoristas no han conseguido marcar la evolución de este medio de cambio con signos evidentes de decadencia.

Las cualidades intrínsecas del efectivo y su arraigo en las costumbres de los usuarios exigen para su sustitución por otros métodos de pago una serie de compensaciones difícilmente ofertables por los emisores privados de éstos. Así, la inmediatez en la transferencia de valor, su anonimato, su aceptación cuasiuniversal como consecuencia de la convertibilidad de la mayoría de las monedas nacionales, su bajo coste explícito, su difícil falsificación y su amplio respaldo legal son, básicamente, sus principales ventajas y, a su vez, los grandes retos a los que se enfrenta cualquier instrumento de pago ofrecido en el mercado que tenga como objetivo sustituirlo.

Frente a las anteriores ventajas, el uso del dinero de curso legal lleva asociado una serie de costes implícitos y limitaciones que son aprovechados por el resto de instrumentos para conseguir su cometido de desplazarlo/complementarlo dentro del sistema de pago. La posibilidad de robo o pérdida, su alto coste de manipulación[26] y transporte, su coste de oportunidad debido a su nula rentabilidad y pérdida de poder adquisitivo con el

[26] Se estima que el manejo del efectivo cuesta 45 billones de dólares al año en el ámbito de la UE (*Boston Consulting Group*, 1994).

paso del tiempo y su ineficacia para el traspaso de valor entre agentes implicados en transacciones "a distancia" constituyen las principales limitaciones de este medio de cambio. Nótese en relación con lo anterior, que la mayor parte de estos riesgos o inconvenientes asociados al pago con efectivo se acrecientan a medida que aumenta el importe de la transacción. No es de extrañar, pues, que algunos estudios, como el de Mot y Cramer (1992, p. 499) o el de Boeschoten (1992, p. 75), revelen la existencia de una estrecha relación inversa entre el nivel de uso de este medio de pago y el importe de las transacciones implicadas.

En relación a lo anterior, cabe señalar que la influencia negativa que aspectos tales como una alta inseguridad ciudadana puede tener sobre las tenencias de efectivo y, por tanto, positiva sobre la tenencia de dinero bancario, encuentra sustento teórico en el modelo clásico de *Baumol-Tobin*, ya que, tal y como sostiene el propio Baumol (1952, p. 546), el concepto de tipo de interés utilizado en la denominada "fórmula de la raíz cuadrada" puede extenderse para incluir el valor de la protección contra percances como pérdidas, robos o incendios.

Por su parte, la elección de otros medios de pago distintos del efectivo no está exenta de riesgos. Muy al contrario, cabe señalar que ello conlleva la sustitución del intercambio inmediato de valor monetario entre deudor y acreedor por instrucciones de pago que originan, normalmente, su transferencia en un momento posterior al de realización de la transacción, al mismo tiempo que se añade una mayor complejidad, coste y riesgo al proceso de pago como consecuencia de la intervención de tercera/s parte/s (intermediarios financieros). Como consecuencia de ello, afloran problemas que se encontraban ausentes en caso de utilización del dinero de curso legal y que son conocidos en la literatura económica como "selección adversa" y "riesgo moral" (Mot y Cramer, 1992, p. 490; Gil, 1992, p. 77; Roberd, 1997, pp. 32-33): el primero, se refiere a la posibilidad de que un atributo significativo de una de las partes intervinientes en una transacción -por ejemplo, la insolvencia

del deudor- sea inobservable por la otra parte -acreedor- antes de la celebración de un acuerdo entre ambos; el segundo, hace referencia a la posibilidad de que, después de logrado un acuerdo entre las partes implicadas, una de ellas actúe en beneficio propio y en perjuicio de la otra, sin que la acción sea observable por la parte perjudicada.

Todo lo anterior otorga al factor "confianza" entre las partes en una transacción un papel fundamental cuando se trata de explicar los motivos que les lleva a la elección de un determinado instrumento de pago. Así, el pago con instrumentos distintos del efectivo, en aquellos casos en los que no gozan de garantía por parte de sus emisores, se muestra poco conveniente cuando las partes implicadas se desconocen entre sí, tal y como suele ser habitual en los pagos realizados en tiendas, restaurantes, etc. Esta desconfianza puede aliviarse en aquellas situaciones en las que la relación se mantiene durante largos períodos de tiempo (por ejemplo, con médicos, abogados, etc.), en aquellas en las que existe un pago regular de renta y que, por tanto, limita el riesgo de impago al acreedor a un solo recibo o cuando la transacción se realiza de acuerdo con lo establecido en un contrato formal (por ejemplo, deudas con garantía hipotecaria). Así pues, tal y como sugieren Mot y Cramer (1992, p. 491), aspectos tales como la regularidad de la transacción o el aviso previo del pago entre las partes son factores que parecen relacionarse directamente con una mayor utilización de los instrumentos de pago bancarios en lugar del efectivo.

De acuerdo con Mot y Cramer (1992, p. 499), los anteriores "acuerdos institucionales" y relaciones contractuales existentes entre deudores y acreedores constituyen el determinante más importante en la elección de la forma de pago, al que siguen otros factores como son, por orden de importancia, el grado de disponibilidad de otros instrumentos de pago alternativos, aspectos sociales y, dentro de cada categoría de pago, el montante pagado (BPI, 1980, p. 4; Mot y Cramer, 1990; Boeschoten, 1992, pp. 74-76).

De todo lo planteado se infiere que los servicios de pago ofertados por bancos comerciales[27] (cheques, transferencias, tarjetas de pago, etc.) deben ser competitivos respecto al efectivo suministrado por el banco central, en el sentido de que sus usuarios deben encontrar suficientes ventajas para compensar, entre otros aspectos, el mayor coste y riesgo de aquellos en comparación con el dinero de curso legal. Según Blommestein y Summers (1994, p. 16) estas ventajas deben cumplir, al menos, dos condiciones:

- En primer lugar, que los instrumentos de pago suministrados por el sistema permitan movilizar de una manera fácil y atractiva para los usuarios los fondos depositados en sus respectivas cuentas. Este atractivo dependería de su fiabilidad, velocidad, bajo coste y la provisión de buenos registros de las transacciones.

- En segundo lugar, que el sistema que permite movilizar el dinero bancario sea flexible, en el sentido de que debe permitir a sus clientes realizar y recibir pagos en una variedad de formas que sean fácilmente convertibles entre sí, así como en efectivo.

La intensidad con la que cada una de las anteriores ventajas o inconvenientes que están asociadas al uso del efectivo y/o al resto de instrumentos de pago se presenta en cada sistema financiero nacional obedece a factores de muy diversa índole: económicos, psico-sociológicos, institucionales, legales, etc. A continuación se resumen, de acuerdo con los resultados de los estudios empíricos disponibles, aquellos factores concretos que se presentan como más relevantes a la hora de explicar el nivel de utilización en cada país de los diferentes instrumentos de pago.

[27] La palabra banco se utilizará genéricamente a lo largo del trabajo para representar a las distintas formas de entidades de depósito.

a) Aspectos institucionales

- Concentración bancaria. La transmisión de una orden de pago a través de instrumentos acogidos a los sistemas de transferencia de crédito parten de la previa comprobación de la tenencia de fondos suficientes por parte del deudor para cubrir el importe transferido. De acuerdo con ello, una alta dispersión bancaria dificultaría la posibilidad de centralizar la información sobre los distintos usuarios de los medios de cambio, así como de llegar a acuerdos para el establecimiento de redes conjuntas por las que fluya dicha información, desincentivando, de este modo, el uso de instrumentos tales como el giro o transferencia y las tarjetas de pago (Humphrey, 1996, pp. 929-930). Es por ello que la presencia en determinados países de unos sistemas postales domésticos que, a través de su red de sucursales, han sido capaces de suministrar eficazmente servicios de pago a la población ha podido contribuir, en gran medida, al desarrollo y extensión del uso de instrumentos basados en el sistema de transferencia de crédito.

- Densidad de las redes de distribución de servicios de pago. La mayor densidad de las redes de sucursales bancarias, CA y TPV afectan positivamente a la intensidad de uso del conjunto de instrumentos de pago emitidos por las entidades financieras, debido a la mayor comodidad que proporciona al cliente la proximidad de los puntos de acceso al sistema de pago. Dentro del conjunto de instrumentos de pago afectará en mayor medida, lógicamente, a aquellos que estén directamente asociados con el canal en cuestión. De este modo, una amplia red de sucursales bancarias favorece la utilización de instrumentos tales como los cheques o las transferencias, mientras que las redes de CA y TPV guardan una relación positiva con el uso que se hace de las tarjetas de pago[28] (Humprhey, 1996, p. 928).

[28] En algunos países como Francia el uso de los TPV han afectado más a los cheques, que al efectivo en circulación (Boeschoten, 1992, p. 141).

b) Factores económicos:

- Renta per cápita. El consumo privado y, por lo tanto, la demanda por motivo transacción del efectivo y resto de instrumentos de pago, estaría directamente relacionado con el nivel de renta per cápita existente en cada país. Este hecho ha sido constatado para el caso concreto de la demanda de efectivo por Boeschoten (1992) y para el resto de instrumentos de pago por Humphrey (1996).

- Patrones de gasto en consumo. Tal y como sugieren Santomero y otros (1996, p. 958), el patrón de uso de los instrumentos de pago puede diferir entre familias con el mismo nivel de ingresos pero con distinto reparto de éste en función de los bienes adquiridos, debido a la relación que existe entre el bien comprado y el instrumento utilizado para ello. Efectivamente, como ya se ha hecho alusión al principio del presente apartado, algunas de las características propias de la transacción en cuestión -tales como el conocimiento entre deudor y acreedor, la frecuencia con la que se realiza la operación, el importe implicado, etc.- son importantes determinantes de la elección final de uno u otro instrumento de pago.

- Niveles de tipos de interés y de tasas de inflación. Ambos conforman dos costes implícitos del uso del efectivo, que, por lo tanto, puede incentivar el uso del dinero bancario y de los instrumentos utilizados para movilizarlo entre cuentas o para hacerlo efectivo. En el caso concreto de la tasa de inflación, representa el coste de oportunidad del efectivo respecto al sector real de la economía.

- Economía sumergida. Debido a su anonimato, el efectivo se presenta como el instrumento ideal en el sector oculto de cada economía, en detrimento del uso de dinero bancario para el que se precisa registros contables. Así, por ejemplo, se estima que un hombre de negocios en Japón sólo declara de

media entre el 70 y 80 por 100 de sus ingresos. En Italia, según Boeschoten (1992, pp. 100-101), la *Banca D`Italia* considera la economía sumergida como la principal razón para el alto uso del efectivo.

- Tipos de cambio. En aquellos países en los que sus monedas cuentan con una considerable demanda en el extranjero (por ejemplo, Alemania, Suiza o EE.UU), el tipo de cambio puede ser un factor determinante para explicar su demanda global.

c) Factores sociodemográficos

- Características personales del individuo que realiza la transacción. La mayoría de los estudios sobre esta cuestión sugieren que el uso del efectivo declina con la edad, ingresos, educación y el número de cuentas a la vista mantenidas por el usuario, así como por su condición de masculinidad (Boeschoten, 1992, p. 76). Como apunta el informe del BPI (1980, p. 4), puede decirse que la clase de usuario y el tipo de instrumento utilizado por éste forman una pareja característica.

- Altas tasas de delincuencia. Los mayores niveles de robo y atraco en determinados países pueden desalentar la tenencia de efectivo por parte de los individuos, en favor del mantenimiento de fondos custodiados por el sistema bancario y de un mayor uso de los instrumentos de pago asociados a éste. Estos factores se muestran determinantes en el proceso de elección de un individuo, tal y como han demostrado los resultados de algunos trabajos como los llevados a cabo por Avery y otros (1986), Mot y Cramer (1990)[29] o Humphrey (1996).

[29] En el trabajo realizado por Avery y otros (1986) se pudo constatar que el 87 por 100 del público en EE.UU estaban de acuerdo en que llevaban menos efectivo consigo por estos motivos. Mot y Cramer (1990) identificaron los riesgos de pérdida y robo como el principal coste de utilizar el efectivo.

- Hábito. La evidencia muestra que el cambio en los métodos de pago por parte de los individuos se ha realizado de una forma más lenta que lo que sugerían las predicciones realizadas (ISTPB, 1992, pp. 706-707). Las preferencias locales, la actitud reacia hacia el abandono de aquellos instrumentos que se han estado utilizando con éxito a lo largo del tiempo y la resistencia a aceptar la intermediación de las nuevas tecnologías en el proceso de pago parecen ser las principales fuerzas que impiden una rápida extensión del uso de las innovaciones incorporadas a los sistemas de pago (Humphrey, 1996, p. 928; BPI, 1980, p. 4). Ello puede explicar el hecho de que sean los segmentos de población que tienen menos experiencia en el uso de los instrumentos ya establecidos (por ejemplo, individuos jóvenes) los más receptivos ante los nuevos métodos de pago.

d) Características propias de los servicios de pago

- Legislación. El marco legal que garantiza las transacciones realizadas con cada instrumento de pago es un factor imprescindible para una efectiva sustitución de un dinero de "curso legal" que está respaldado por los correspondientes bancos centrales. En este sentido, los derechos del pagador y del receptor deben de ser claros y hacerse cumplir en orden a permitir que todas las partes tengan una apreciación de los riesgos implicados en la utilización de los diferentes instrumentos de pago (Humphrey, 1995, pp. 19-20).

- Precios. Algunos trabajos han puesto de manifiesto la escasa relevancia de los precios directamente asociados al uso de los diferentes instrumentos de pago. Humphrey (1996, pp. 932-933) destaca entre los posibles factores que pueden explicar este hecho a los siguientes:

1) La dificultad del usuario para estimar los costes por transacción relacionados con el uso de cada instrumento. La práctica extendida entre las entidades financieras de algunos países (por ejemplo, Canadá, EE.UU y

Reino Unido) de exigir a sus clientes un saldo mínimo en cuenta si éstos quieren gozar de gratuidad en el uso de determinados instrumentos, o el hábito en otros (por ejemplo, Bélgica, Finlandia, Países Bajos, Alemania y Suecia) de cargar pequeños costes explícitos, mediante adeudos en las cuentas de sus clientes tomando como fecha el día anterior a la realización de la transacción, envuelven unos costes implícitos derivados del *float* cedido a las entidades emisoras que dificultan al usuario la estimación del coste por transacción asociado a cada instrumento de pago. De igual manera, otros instrumentos como los cheques o, sobre todo, las tarjetas de crédito permiten a los individuos que los utilizan gozar de un diferimiento de pago de manera gratuita. En ambos casos, los costes/beneficios del *float* (en este segundo caso capturado por los usuarios) son de difícil medición, debido a que su cuantía depende de los tipos de interés vigentes en cada momento, el período de tiempo en que se ha diferido el pago y el importe de la transacción.

De acuerdo con lo anterior, se pueden distinguir dentro de los costes totales asociados a la utilización de un determinado instrumento de pago, por un lado, los costes explícitos -costes directos de producción, compensación y liquidación- y, por otro, los implícitos -como son el riesgo inherente al uso de un instrumento por pérdida, robo o falsificación y el *float*. Una estimación realizada en 1990 en EE.UU de dichos costes se presenta en el cuadro 2.2.

Desde un punto de vista social, los precios de utilización de los diferentes instrumentos deberían fijarse de forma que cada usuario pudiese conocer el verdadero coste social asociado a cada instrumento, es decir, que incluyera tanto los costes soportados por el productor (costes de producción) como los que recaen sobre otros miembros de la sociedad (por ejemplo, el *float* soportado por el acreedor de una deuda liquidada mediante cheque). Sin

embargo, en el marco de un mercado competitivo, los precios de utilización de los diferentes instrumentos reflejan sólo los primeros[30].

CUADRO 2.2

COSTES PARA EL USUARIO DE LA UTILIZACIÓN DE LOS DIFERENTES INSTRUMENTOS DE PAGO EN EE.UU. (COSTES POR TRANSACCIÓN EN DÓLARES)

Instrumentos de pago	Costes de producción y procesamiento (a)	Costes por *float*[31] (b)	Costes totales del usuario (a+b)
Efectivo	0,04	0,05	0,09
Cheques	0,79	-0,83	-0,04
Pagos electrónicos en cámaras de compensación, terminales en puntos de venta y giros	0,29	0,00	0,29
Transferencias telegráficas	7,33	-0,02	7,31

Fuente: Tomado de Humphrey (1995, p. 21).

De acuerdo con lo anterior, cabría preguntarse por cuál de las citadas categorías de costes tiene más en cuenta el consumidor a la hora de decantarse por alguno de los instrumentos de pago alternativos. Humphrey (1995, p. 22) demuestra[32] que, desde el punto de vista del usuario de servicios de pago, son los costes totales (tercera columna del cuadro 2.2), y no los sociales, los que finalmente determinan el nivel de utilización de cada instrumento. Debido a que la proporción en la que se utiliza cada uno de dichos instrumentos se ve afectada por los precios relativos percibidos por los individuos, su no fijación teniendo en cuenta los citados costes implícitos impide a éstos, en su proceso de decisión, elegir el instrumento más

[30] El total de costes sociales soportados conjuntamente por pagadores, acreedores y bancos se estima que representa en EE.UU alrededor del 3 por 100 del PIB (Humphrey y Pulley, 1997).

[31] En el caso del efectivo, los costes indirectos se refieren al coste de oportunidad de no recibir ningún interés por el valor mantenido por este medio. En lo que se refiere al cheque se incluyen como costes indirectos, los beneficios del *float* (coste negativo) para quien emite tal instrumento, debido al transcurso de un tiempo entre el momento en que emite el cheque y el consiguiente adeudo en la cuenta corriente del emisor.

[32] En una estimación realizada en EE.UU Humphrey estimó un coeficiente de correlación de Spearman entre el uso de nueve instrumentos diferentes y su coste social estimado de 0,22. Sin embargo, el valor de este mismo coeficiente cuando se utilizaba el coste total de uso se elevaba a 0,65.

eficiente y de menor coste para liquidar una determinada transacción, impidiendo de esta forma el *trade-off* entre la demanda de un instrumento de pago y otro[33].

2) Existencia de diferencias poco significativas entre los precios explícitos asociados a los distintos instrumentos. Aún en el caso de que el usuario conociese exactamente los precios por transacción de cada instrumento, la diferencia entre éstos normalmente no supera el 1 por 100, por lo que pueden ser otros factores, tales como la comodidad o la conveniencia de uso, los que finalmente tengan mayor peso en la decisión final del individuo o empresa.

3) Estabilidad de precios de los servicios de pago. A los inconvenientes anteriores se une la dificultad de estimar empíricamente la elasticidad-precio del uso de cada instrumento de pago, debido a que en la mayoría de los países los precios de los distintos servicios de pago ofertados suelen permanecer estables a lo largo del tiempo, lo que impide estimar la reacción de los usuarios en caso de variaciones en aquellos.

Todas las variables analizadas afectan, en mayor o menor medida, al *trade-off* entre efectivo y resto de instrumentos de pago y, dentro del conjunto formado por estos últimos, a su composición. La dificultad de cuantificar la importancia relativa, que cada una de ellas pueda tener en el proceso de decisión de un solo individuo, se acrecienta cuando lo que se trata de identificar son las razones finales más relevantes que explican la mayor

[33] Este problema ha limitado la capacidad de algunos instrumentos que utilizan los sistemas de transferencia electrónica de fondo (por ejemplo, tarjetas de pago) para sustituir a otros métodos de pago menos eficientes (por ejemplo, cheques) en la realización de transacciones de pequeños importes. Un ejemplo típico es el de EE.UU: el bajo coste total de uso del cheque, como consecuencia de los beneficios del *float*, ha obstaculizado en este país el mayor uso de los pagos electrónicos que, aún con menores costes de producción, carecen de los beneficios del *float* y, por lo tanto, redundan finalmente en un mayor coste total para el usuario. El resultado ha sido que, en 1992, el 81 por 100 de los pagos sin efectivo en EE.UU se realizaban a través de cheques. Un estudio en profundidad al respecto se puede ver en Berger and Humphrey (1988).

importancia de unos instrumentos respecto a otros en un sistema financiero concreto, formado por multitud de agentes correspondientes a diversos sectores sociales, culturales y económicos, que se desenvuelven, en el ámbito doméstico, en un entorno económico que puede diferir significativamente del existente en los países vecinos. Ello puede explicar la escasez de estudios que intenten abarcar la difícil tarea de dar una explicación precisa de las diferencias internacionales en lo que se refiere al grado de utilización de los distintos instrumentos de pago.

2.5. TRANSFORMACIONES RECIENTES DE LOS SISTEMAS DE PAGO MINORISTAS Y EL PAPEL DESEMPEÑADO POR LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Los sistemas de pago minoristas, como partes fundamentales de todo sistema financiero, no han quedado al margen de las profundas transformaciones que en éstos se han producido durante las últimas décadas. Muy al contrario, los sistemas de pago con tarjetas se han situado entre los principales protagonistas antes y después de dicho cambio, debido a que las nuevas formas de atender al cliente que traían consigo -autoservicios bancarios- sirvió para dar respuesta, directa o indirectamente, a muchas de las nuevas necesidades que le han surgido al sector bancario tras ese proceso de transformación. En los siguientes párrafos profundizaremos al respecto.

A partir de la década de los setenta, una serie de cambios en el entorno de la empresa bancaria[34] rompe con el anterior escenario de estabilidad y

[34] Los principales cambios producidos en el entorno bancario a partir de la década de los setenta son debidos, principalmente, a las consecuencias de la crisis energética de 1973 y al inicio posterior del proceso de liberalización de la actividad bancaria. Dicha crisis energética trajo consigo un ambiente de incertidumbres y riesgos derivado de una elevada inflación que conllevó el alza y volatilidad en los tipos de interés y tipos de cambio, altos déficits públicos, cierres de empresas, etc. (Quintás, 1990, p. 402). Por su parte, el inicio del proceso de desregulación del sistema financiero dio lugar a la liberalización de los tipos de interés y las comisiones, homogeneización operativa y geográfica de todas las entidades, progresiva reducción de coeficientes bancarios, apertura a la competencia de los bancos europeos, inicio

simplicidad presente en el sector, obligando a estas entidades a mantener un enfoque mucho más orientado hacia el mercado y, dado el dinamismo de éste, a reajustar sus estructuras y procedimientos hacia esquemas más flexibles y mejor dotados para enfrentarse a la incertidumbre, al riesgo y al cambio de la estructura competitiva del sector. Este nuevo entorno originaría una intensificación de la competencia, de la que se derivó, tanto en España como en el resto de Europa, un estrechamiento de los márgenes financieros que obligaba a las empresas operantes a actuar sobre otros componentes de sus cuentas de resultados, bien desarrollando nuevas fuentes de ingresos o bien realizando esfuerzos encaminados a reducir los gastos de explotación (Liso, pp. 330-341).

Al mismo tiempo, de acuerdo con Amusátegui (1995), dicha competencia daba lugar a un suministro de información a la clientela bancaria que logró incrementar su nivel de cultura financiera y, de este modo, despertar su atención sobre aspectos tales como el precio y la calidad ligados a los servicios bancarios. Paralelamente se producen otras transformaciones sociodemográficas, como fueron la creciente complejidad de la vida ciudadana o la progresiva incorporación de la mujer al trabajo, que otorgan un mayor valor relativo al factor tiempo y, por tanto, una mayor apreciación de cualquier canal que permita su ahorro en el suministro de bienes y servicios.

En el anterior contexto, la coincidencia temporal del desarrollo del teleproceso[35] y el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecía su aplicación a la actividad bancaria -tanto a nivel de información y ayuda a la toma de decisiones, como a nivel de transferencias electrónicas de fondos

del proceso de desintermediación y eliminación de barreras internacionales a los movimientos de capitales (Amusátegui, 1995, p. 34).

[35] Se entiende por "teleproceso" "… un proceso de información en el que se opera en tiempo real (*on line*) mediante la recepción por el ordenador de datos y órdenes a través de líneas de comunicaciones desde terminales situados en otros lugares, sin que importe la distancia, devolviendo el ordenador, si el programa lo determina, los resultados correspondientes por el mismo procedimiento hacia el terminal" (ISTPB, 1992, Tomo III, p. 616).

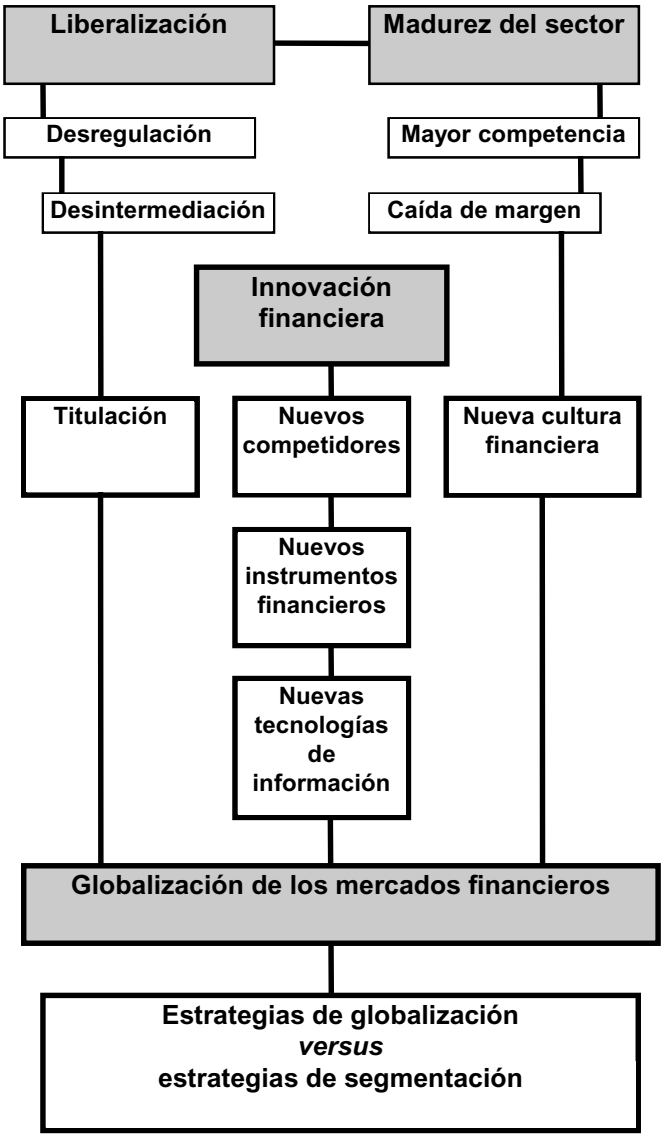
entre distintas cuentas a la vista (Pizarro, 1986, p. 7)- van a provocar en este sector "… los cambios más dramáticos de su historia, en una evolución intensamente condicionada por el cambio tecnológico" (Quintás, 1990, pp. 399 y 402). Los factores de cambio en el escenario competitivo del sector bancario, en el que aparecen las innovaciones financieras -de producto, proceso y mercado- como base y, a su vez, como "puntas de lanza" en dicho proceso se aprecian en la figura 2.5[36].

En este panorama de profundas transformaciones, ¿cuál ha sido el papel desempeñado por los sistemas de pago con tarjetas? Sin duda, uno de los elementos que más ha contribuido a la situación descrita en párrafos anteriores, especialmente en el segmento minorista de la actividad bancaria, fue la aparición de las primeras tarjetas de pago de origen bancario. Desde sus inicios, pese a que utilizaban como soporte el papel, las tarjetas de crédito consiguieron facilitar el camino a la aplicación de las nuevas tecnologías que estaban por venir. Concretamente, desempeñaron el papel de precursoras de los sistemas de transferencia electrónica de fondos al ser capaces, no sólo de acostumbrar a un segmento de la población a la utilización de nuevos métodos de pago -tarjetas-, sino también de aflorar muchos de los problemas legales, operacionales y de *marketing* a los que dichos sistemas electrónicos han tenido que hacer frente con posterioridad. Las cuestiones a las que nos referimos son las siguientes (Revell, 1983, pp. 20-24):

[36] Como señala Bueno (1995, p. 59), cuando se consideran los factores de cambio "desregulación" e "innovación financiera" es difícil saber cuál es la causa y cuál el efecto. En este sentido, Berry y otros (1989, pp. 8-19), refiriéndose al mercado norteamericano, señalaban entre las principales causas que originaron el proceso de desregulación, por un lado, el desmantelamiento de las barreras históricas y del espacio originado por la tecnología -lo cual hizo inútil la simple lucha de la expansión a través de la creación de oficinas o sucursales bancarias- y, por otro, la expansión del crédito fácil con el dinero de plástico o tarjetas de crédito.

FIGURA 2.5

ESCENARIO COMPETITIVO DEL SECTOR BANCARIO: FACTORES DE CAMBIO



Fuente: Bueno (1995, p. 56).

- Aspectos legales. Afloraron múltiples problemas relacionados con los derechos de los usuarios de estos sistemas -titulares y comercios- y de las responsabilidades de las compañías emisoras ante ellos, en los casos en los que se producían errores en las transacciones, robos de tarjetas, etc. Todo ello, al mismo tiempo que se comenzaba a cuestionar el estatus jurídico que las tarjetas de crédito debían tener en la ley bancaria.

- Aspectos operacionales. Las tarjetas de crédito consiguieron ofrecer un circuito alternativo a las formas tradicionales de liquidar las transacciones de pequeño importe, concentrando un gran número de diferentes pagos, realizados fuera del sistema bancario, en uno solo de carácter mensual por importe equivalente a la suma de aquellos. Con ello, en definitiva, se comenzaban a plantear las ventajas e inconvenientes de la utilización del crédito frente al débito en las operaciones de pago de pequeña cuantía (Fundesco, 1988, p. 64).

Si lo anterior posibilitaba la reducción de costes operativos en el sistema de pago, al mismo tiempo lograba extender el ámbito de actuación de las empresas bancarias, en lo que se refiere a sus servicios de pago y financiación, hasta la misma industria de la distribución comercial (Fundesco, 1988, p. 64), debido a que el pago vía tarjetas de crédito reemplazaba y/o complementaba la tradicional cuenta de crédito que los comerciantes ponían a disposición de sus mejores clientes. Esta previa intromisión en el sector comercial significó, sin duda, un paso transcendental en la difusión de los actuales TPV y en la ubicación de CA en los locales comerciales.

Es preciso recordar, además, que la prestación de servicios de pago fuera de las tradicionales sucursales bancarias afloró otras cuestiones relativas a la seguridad en las transacciones realizadas. En este sentido, los primitivos sistemas de control y autorización -a través de “listas negras de clientes”- para detener el pago con tarjetas perdidas, robadas o utilizadas fraudulentamente por sus titulares no fueron más que antecesores de los modernos sistemas de autorización por medios electrónicos.

- Aspectos de *marketing*. Desde sus orígenes en 1958, las tarjetas de crédito bancarias pusieron de manifiesto la necesidad de cooperación entre las distintas entidades en la prestación de servicios de pago por estos medios. Efectivamente, el desarrollo del sistema requería un rápido y simultáneo reclutamiento tanto de titulares de tarjetas como de comercios que la

aceptaran. De no ser así, los titulares no admitirían un instrumento de pago no aceptado ampliamente en los comercios y, por su parte, los comercios no permitirían la intromisión bancaria en su negocio si no contasen con un número aceptable de clientes que demandasen estos servicios de pago. Ambos factores apuntaron a la necesidad de la cooperación bancaria con el fin de desarrollar estos sistemas.

Esta cooperación, ya establecida con anterioridad al desarrollo de los modernos sistemas de pago electrónicos, facilitó en gran medida el establecimiento de acuerdos para compartir las actuales redes de CA y TPV nacionales e internacionales, requisito éste indispensable para alcanzar las economías de escala necesarias y rentabilizar así las fuertes inversiones realizadas en estos sistemas.

Por otro lado, a través de la financiación de las compras realizadas en los comercios, los bancos comerciales consiguen despojarlos, en beneficio propio, de uno de los elementos principales de su política de *marketing*: la información relativa a las compras de sus clientes.

A modo de síntesis de lo dicho hasta aquí, cabe concluir que el singular circuito seguido por los pagos realizados vía tarjetas de crédito obligó, desde sus comienzos, a la búsqueda de soluciones a cuestiones fundamentales que hasta entonces no se habían planteado en el ámbito de los sistemas de pago minoristas y que, aún hoy en día, siguen vigentes, pese a la incorporación del soporte electrónico a estos sistemas. Más aún, tras los éxitos alcanzados por las empresas emisoras de tarjetas en lo que se refiere a su intromisión en el sector comercial y en habituar a su clientela a la utilización de lo que hoy representa el principal activador de los complejos sistemas de pago electrónicos, no se puede dejar de reconocer el importante papel desempeñado por los primeros sistemas de pago con tarjetas respecto a la simplificación de los obstáculos con los que posteriormente se enfrentarían las

entidades al intentar extender el uso de los sistemas de transferencias electrónicas de fondos en el segmento de pagos de pequeño importe.

Una vez que aparecen en escena los modernos sistemas de pago electrónicos, constituidos básicamente por las tarjetas de plástico, los sistemas de autoservicio bancario -principalmente CA y TPV-, las transferencias electrónicas de fondos y la compensación electrónica entre bancos, comercios y clientes (Egea, 1991, p. 20), la función desempeñada por las tarjetas de pago bancarias ha consistido en ser su principal activador y, junto al NIP, medio de identificación de las partes implicadas en una transacción (Lipis y otros, 1985, pp. 18-19).

La posibilidad de cursar órdenes de transferencias por medios electrónicos va a revolucionar los canales de distribución a través de los cuales las entidades bancarias suministran sus servicios a clientes finales. Efectivamente, frente a la tradicional sucursal bancaria, la automatización de las relaciones con los clientes, llegando incluso al nivel de autoservicio, al mismo tiempo que un factor importante en la contención de costes en la distribución de los servicios bancarios, disminuye la importancia relativa de las sucursales en la red de distribución (Quintás, 1990, p. 416). Las principales consecuencias de este hecho sobre el sistema bancario, y que serán objeto de un análisis más profundo en el capítulo 3, se pueden resumir en las siguientes (Fundesco, 1988, p. 62):

- Se generaliza el uso de las tarjetas del plástico como medio de pago frente al uso de efectivo y talones.
- Prolongación de la red bancaria hasta el punto de venta o el domicilio del cliente.
- Conexión de equipos informáticos alejados de las entidades bancarias con los internos de la entidad.
- Uso masificado de servicios de telecomunicación.

- Cambios en la segmentación del mercado.
- Establecimientos de nuevos criterios de seguridad en el sistema.
- Cambios en la estructura de costes.
- Cambios en las relaciones clientes-comercio-banco.
- Aparición de nuevos participantes.
- Modificación del comportamiento de los clientes bancarios.
- Aparición de importantes economías de escala.
- Operación con el banco fuera del horario de apertura al público.

Muchas de estas modificaciones de la actividad bancaria eran capaces de dar respuestas a las nuevas necesidades surgidas en el mercado tras los cambio producidos en su entorno. De este modo, tanto los ingresos derivados de los servicios ofrecidos a través de estos canales -cuotas anuales por posesión de tarjetas, comisiones cobradas a comercios por los servicios de pago prestados a sus clientes, comisiones por uso de redes propias por parte de clientes de otras entidades, intereses cobrados por uso del crédito con tarjetas, etc.-, como la reducción de costes que trae consigo la automatización de las tareas bancarias más repetitivas y de menor valor añadido, son capaces de dar respuesta a la reducción de márgenes acontecidos en el sector. Si a ello añadimos la necesidad de diferenciación -mayor proximidad al cliente, amplia gama de productos y servicios, calidad de servicios, etc.- en un contexto de fuerte lucha por la captación/mantenimiento de clientes, hace que los aspectos relacionados con el desarrollo de los sistemas electrónicos de medios de pago constituyan una de las principales estrategias básicas a seguir por las entidades bancarias en nuestros días (Carenys, 1989, p. 374).

Una vez tratado el papel desempeñado hasta el momento presente por los sistemas de pago con tarjetas en el sistema financiero, cabría preguntarse por cuales son los grandes retos a los que deberán enfrentarse estos instrumentos en un futuro. Destacamos al respecto tres: en primer lugar, abordar, a través de los denominados monederos electrónicos, el hasta ahora

infranqueable segmento de los pagos de muy pequeña cuantía, desplazando con ello al efectivo emitido por los bancos centrales; en segundo lugar, convertirse, por razones de seguridad, rapidez y menor coste, en el instrumento de pago preferencial en la liquidación de las transacciones realizadas vía comercio electrónico, forma de venta ésta que promete revolucionar la actividad comercial en todos sus ámbitos durante la próxima década; por último, debemos subrayar el papel que como segundo "instrumento de pago europeo" por excelencia en el segmento minorista, tras el euro, puede desempeñar una vez alcanzada definitivamente la Unión Económica y Monetaria (UEM), algo que no ha sido posible conseguir plenamente hasta la actualidad debido a diversos motivos, entre los que se encuentran la falta de "interoperatividad" completa entre sistemas nacionales, insuficiente dotación de puntos de venta en algunos Estados miembros, elevados costes por cambio de moneda que, además, difieren considerablemente en función del país donde se realice, ausencia de una homogeneidad normativa aplicable a las transacciones realizadas con tarjetas, etc.

De lo dicho en párrafos anteriores se deduce que el nivel de arraigo alcanzado por las tarjetas como instrumentos de pago entre la población de cada país puede haber condicionado, en gran medida, el grado de éxito en la adaptación de su sistema bancario a los cambios producidos en el entorno, a la vez que pueden determinar en un futuro próximo en qué medida se alcanzan con éxito los nuevos retos planteados. Es preciso señalar, que España cuenta con uno de los niveles más bajos de utilización per cápita de estos instrumentos, pese a contar con una dotación de CA y TPV situada entre las más densas del mundo. La búsqueda de las razones últimas que pueden arrojar alguna luz sobre esta situación constituye el eje central sobre el que va a versar el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO 3

LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS. ASPECTOS GENERALES

CAPÍTULO 3

LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS. ASPECTOS GENERALES

3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS TARJETAS DE PAGO

3.1.1. ORIGEN DE LAS TARJETAS DE PAGO

Las tres modalidades de tarjetas de pago que coexisten en nuestros días (comerciales -tipo tarjeta de El Corte Inglés-, tarjetas de viaje y entretenimiento -*T&E*[1], tipo *American Express*- y bancarias -tipo *Visa*) no son resultados de un proceso de desarrollo común, sino que, por el contrario, han seguido caminos diferentes en su evolución, como consecuencia de los distintos motivos que impulsaron sus respectivas apariciones y la diferente naturaleza de las entidades que las respaldaron. Reflejo de ello son los dilatados períodos de tiempo que transcurren entre las apariciones de cada una de ellas. Así, tras el surgimiento de las primeras tarjetas comerciales debió transcurrir aproximadamente medio siglo para que vieran la luz las primeras tarjetas bancarias.

Una serie de hechos fundamentales en el desarrollo de dicho mercado marcan los inicios de tres etapas sucesivas y claramente diferenciadas entre sí:

[1] Las denominadas tarjetas *T&E* deben sus siglas a su denominación inglesa "*Travel and Entertainment Cards*".

1º) Una primera etapa, caracterizada por la existencia de una relación directa entre emisores y titulares de tarjetas de pago y en la que éstas no se concebían como un negocio en sí mismo, sino como una ampliación de los servicios ofertados a sus clientes y un medio de obtener mejores registros de las compras realizadas por éstos. El objetivo último perseguido era la fidelización del cliente a través de unas tarjetas de marca propia.

2º) Una segunda etapa, en la que se rompe con ese nexo "titular-emisor" mediante la aparición de unas organizaciones que, desempeñando el papel de intermediarias entre ambas partes, entendieron que estos instrumentos podrían utilizarse, no sólo como una vía para ofrecer nuevos servicios a sus titulares, sino también como un negocio financiero en sí mismo.

3º) Una tercera etapa, protagonizada por unos grandes bancos que deciden unir esfuerzos en la emisión de tarjetas, formando grandes organizaciones con personalidad jurídica propia sobre las que mantenían su mayoría accionarial y que, debido a las economías de escala originadas como resultado de tal cooperación, garantizaban la viabilidad y rentabilidad de sus proyectos.

1ª Etapa: Las tarjetas de pago bilaterales (1914 - 1949)

Las tarjetas de pago tienen su origen en EE.UU, a principios del siglo XX, en las experiencias llevadas a cabo por algunas cadenas de hoteles, compañías petrolíferas y grandes almacenes consistentes en la emisión de unas "tarjetas de cartón" destinadas, en algunos casos, a sus clientes preferentes y que tenían como principales objetivos, tanto la identificación y registro de las compras realizadas por éstos, como su fidelización (Mandell, 1990, pp. XI-XIII).

Fueron los grandes almacenes los que, en 1914, emitieron las primeras tarjetas de pago[2] (Frazer, 1985, p. 16; Mandell, 1990, p. 18; Ritzer, 1995, p. 33). De acuerdo con Frazer (1985, p. 16), el crecimiento en el número de cadenas de detallistas y grandes almacenes en EE.UU hizo necesario proporcionar algún medio por el cual se pudiesen consolidar los créditos concedidos a un mismo individuo por diferentes establecimientos comerciales, así como llevar un control sobre las compras realizadas por éstos, de forma que el desarrollo del sector no fuese un obstáculo para la continuación de lo que hasta entonces había sido una práctica habitual, ésta es, la de vender a crédito.

La comodidad de poder pagar todas sus compras mensuales en una sola vez y el prestigio que en sus comienzos suponía obtener unas tarjetas cuya emisión se destinaba únicamente a los mejores clientes eran las principales ventajas que recibían los titulares de estas primeras tarjetas. Así, como señala Mandell (1990, pp. 18, 25 y 26), desde la perspectiva de sus emisores, este aplazamiento del pago no se concebía como un negocio en sí mismo, sino que tenía como principal objetivo facilitar las compras a los clientes.

En este sector se operaba de forma cooperativa, de manera que los diferentes almacenes aceptaban los pagos realizados con tarjetas emitidas por otros detallistas cuyos titulares eran clientes comunes. La principal ventaja de este tipo de cooperación fue conseguir que las tarjetas emitidas por los comercios tuviesen una amplia aceptación y que, a su vez, la identidad del detallista emisor y la relación con sus clientes se conservara.

[2] Siguiendo a Mandell (1990, pp. 18 y 23), si bien en sus comienzos estas tarjetas tenían como soporte el papel, años más tarde, en 1928, aparecerían unas tarjetas metálicas (las denominadas "*Charge Plates*") que facilitarían la labor de identificación del comprador mediante el estampado de los datos en los recibos de ventas por métodos mecánicos. Podemos reconocer la importancia que esta "innovación tecnológica" tuvo en los difíciles inicios del desarrollo de las tarjetas de pago observando los datos de un proyecto llevado a cabo por la *Standar Oil Company of California*, en 1952, en el que se comprobó que el uso de tarjetas de este tipo disminuía en un 80 por 100 los recibos que no eran posibles de cobrar por identificación inexacta del cliente y en un 50 por 100 el tiempo de expedición de dichos recibos.

En opinión de Ritzer (1995, p. 34), las actuales tarjetas de crédito deben a aquellas primeras tarjetas detallistas dos de sus elementos claves: la idea surgida en los años treinta del crédito recurrente (también conocido como crédito permanente, rotativo o *revolving*)[3] y la inclusión, a finales de los años cincuenta, del llamado "período de gracia" durante el cual se otorgaba un crédito libre de cualquier tipo de carga[4].

Posteriormente, a comienzos de los años veinte, a través de las denominadas tarjetas "*courtesy*", las compañías petrolíferas entran en el mercado de las tarjetas de pago. Tal y como señala Mandell (1990, pp. 18-20), a diferencia de lo que ocurría con detallistas y grandes almacenes, donde el desarrollo de las tarjetas significó simplemente una extensión de sus tradicionales líneas de crédito comercial, la entrada de las tarjetas en el negocio de las compañías petrolíferas significó una innovación que fue utilizada como herramienta de *marketing* para resolver el difícil problema de fidelizar los clientes en este sector.

Se trataban de tarjetas de cartón con las que los clientes podían comprar gasolina u otros productos ofertados en las estaciones de servicio con la obligación de liquidar la totalidad de sus saldos a final de mes sin coste

[3] Siguiendo a Mandell (1990, p. 24), a medida que las cadenas de almacenes y detallistas se expandían y hacían frente a segmentos de población menos acaudalados se enfrentaban al problema de cómo ofrecer su tradicional línea de crédito a este nuevo mercado. La apertura de una cuenta de crédito para su pago a final de mes para cada nuevo cliente obligaría a los grandes almacenes a incurrir en altos costes para gestionar el cobro a unos clientes cuyas compras se esperaba que, de media, tuviesen un reducido valor. La búsqueda de soluciones alternativas provocó el primer paso dado en el desarrollo del crédito recurrente o rotativo por parte de "*Wanamaker´s of Philadelphia*", en los años treinta, cuando permitió a sus clientes poder pagar el saldo pendiente en cuenta en cuatro pagos mensuales sin intereses, en lugar de uno sólo a final de mes. Sin, embargo, el primer almacén en utilizar esta categoría de crédito, tal y como hoy lo conocemos, fue el "*L. Bamberger & Company*", New Jersey (1947), a través de la concesión a sus clientes de la posibilidad de pagar cada mes una sexta parte del balance pendiente, más un 1 por 100 sobre el saldo pendiente en concepto de intereses.

[4] El "período de gracia" de un mes en el sistema de crédito con tarjetas tuvo su origen en 1956, cuando "*J. L. Hudson*", en Detroit, permitía a sus clientes elegir entre liquidar el saldo pendiente a los treinta días de realizar la compra o pagar mensualmente una cuarta parte del saldo pendiente al que se añadía, en este caso, unas cargas financieras (Mandell, 1990, p. 24).

alguno. De acuerdo con Mandell (1990, pp. 18-23 y 33), a diferencia de los grandes almacenes, la distribución de las tarjetas por las compañías petrolíferas se hizo de forma masiva entre los conductores de automóviles[5], lo que dio lugar a pérdidas ocasionadas por numerosos fraudes (cuantitativamente supusieron en torno al 4,85 por 100 de las ventas) que tuvieron que ser soportadas debido a las presiones de la competencia.

Tras estos primeros pasos en el desarrollo de los sistemas de pago con tarjetas, la crisis de 1929 redujo su empleo. Fue a partir de 1936 cuando se extendió de nuevo su uso por compañías aéreas[6] y de ferrocarriles, dando un nuevo auge a su utilización. Tras la Segunda Guerra Mundial de nuevo cayó su uso (ISTPB, 1992, Tomo III, p. 596), debido a las duras restricciones establecidas en EE.UU por la *Federal Reserve Board* contra el empleo de este instrumento mientras durase la guerra (*Visa España*, 1989).

2ª Etapa: Las tarjetas de pago universales (1949 - 1958)

El desarrollo del primer plan de tarjetas universales, esto es, utilizables en cualquier sector de actividad -hostelería, viajes, grandes comercios, etc.-, aunque de ámbito geográfico muy restringido, se atribuye al *Flatbush National Bank of Brooklyn* (New York), en 1947 (Mandell, 1990, p. 26; Frazer, 1985, p. 16). Sin embargo, la primera emisora a gran escala de tarjetas que rompe con éxito[7] con la simple relación bilateral "emisor-cliente", no sin resistencias[8], e

[5] Se consideraba que el simple hecho de poseer un automóvil era garantía suficiente de solvencia por parte de un cliente.

[6] Según Mandell (1990, p. 20), las tarjetas de pago se introdujeron por primera vez en la industria aérea en 1931, cuando *Century Airlines* ofrecía a sus clientes un cupón que les otorgaba un descuento del 15 por 100 sobre la tarifa de precios y, a su vez, la posibilidad viajar sin llevar consigo grandes sumas de dinero.

[7] A *Diner´s Club* se le atribuye el mérito de consolidar la universalidad de las tarjetas, pero la primera institución que vio la posibilidad de incluir una tercera parte en las hasta entonces relaciones directas emisor-titular fue el *Flatbush National Bank*, en 1947 (Frazer, 1990, p. 16).

[8] *Diner´s Club* reclutó a hoteles y restaurantes de Nueva York para que aceptaran su tarjeta (Frazer, 1985, p. 16). Para su entrada en esta industria tuvo que salvar la resistencia de las

introduce a una tercera parte (comerciante adherido) que suministra los bienes y servicios al titular de la tarjeta y cobra su importe al emisor fue *Diner´s Club*, en 1949[9] (ISTPB, 1992, Tomo III, p. 596). En este momento, considerado por algunos autores como el desarrollo más importante en la historia de las tarjetas de crédito (Mandell, 1990, p. 26), estos instrumentos pasan de ser medios para pagar exclusivamente los servicios de una sola organización a plantearse como un negocio autónomo.

Su funcionamiento era el siguiente: *Diner´s Club* abonaba el importe de las ventas realizadas por los comercios a los titulares de sus tarjetas aplicándoles un descuento bajo el argumento de ser un "cliente unitario" (*Visa España*, 1989). Los titulares de tarjetas, a los que previamente se les había abierto una cuenta de crédito, saldaban mensualmente sus deudas (por lo que no se trataban de tarjetas de crédito en sentido estricto), siendo el pago de una cuota anual la única carga soportada[10]. Tal y como sugiere Frazer (1985, p. 16), lo anterior, unido a la amplia aceptación de estas tarjetas, suponían unas bases financieras sólidas para el éxito del proyecto y el nacimiento de las denominadas tarjetas *T&E*.

empresas operantes a admitir un descuento en factura por unos pagos realizados con tarjetas por sus propios clientes y que, debido a la universalidad de éstas, rompían, además, con la relación directa que hasta entonces había existido con aquellos. Por ello, según Mandell (1990, pp. 26-27), las asociaciones de hoteles y de viajes de Europa y de EE.UU prohibieron a sus miembros aceptar tarjetas de crédito con descuento, bajo la amenaza de su exclusión de estas organizaciones.

[9] En sus orígenes, las tarjetas *Diner´s Club* tenían restringido su ámbito de aplicación únicamente a los restaurantes (posteriormente se extendió a los comercios) y su uso a determinadas personas de niveles de renta elevados (Carenys, 1989, p. 376).

[10] Precisamente, una de las principales diferencias que existían entre las tarjetas de crédito bancarias y las *T&E* es que estas últimas aplicaban unos descuentos mayores a los comerciantes y unos cargos por cuotas anuales superiores a sus titulares, en comparación con las primeras (Ritzer, 1995, p. 36). Otra de las diferencias, es que las tarjetas bancarias intentaban cubrir cualquier gasto en consumo personal realizado por sus clientes, mientras que las tarjetas *T&E* estaban orientadas, principalmente, a cubrir los gastos originados en viajes de negocios o en entretenimientos.

El éxito obtenido por *Diner´s Club* hizo que aparecieran nuevas sociedades competidoras, como *American Express* en 1958, que ampliaba así sus actividades de agencias de viajes y de emisión de cheques de viaje (ISTPB, 1992, Tomo III, p. 596). Igualmente, aparecía en el mismo año otra tarjeta de *T&E* llamada *Carte Blanche*.

Mientras tanto, del sector bancario seguían surgiendo nuevas iniciativas que trataban de establecer con éxito sus propios proyectos de tarjetas. Tal es el caso del llevado a cabo en 1951 por el *Franklin National Bank of New York*, creando un instrumento muy parecido a las tarjetas de crédito bancarias actuales. De acuerdo con Ritzer (1995, p. 37), su funcionamiento era el siguiente: "... una vez que se decidía otorgar un crédito a un cliente en los comercios donde se presentaba la tarjeta, se copiaba en la factura la información contenida en ésta. Establecidos unos límites de compra unitaria, en caso de superarlos el comerciante debería comunicarse con el banco por teléfono para solicitar su autorización. Tras remitir sus facturas al citado banco, el comerciante recibía en su cuenta el importe de las ventas menos un descuento. Al cliente no se le cobraba cuota anual (principal diferencia con las tarjetas *T&E*) ni comisiones en concepto de pago aplazado o financiación de la tarjeta, pero estaba obligado a devolver el saldo pendiente dentro de un período previamente especificado (todavía no se aplicaba en las tarjetas bancarias el crédito rotativo)".

De lo anterior se deduce que la operativa de estas primeras tarjetas bancarias era muy parecida a la de las tarjetas *T&E*, excepto en el hecho de no cobrar cuota anual a sus clientes. La principal fuente de ingresos para estos bancos era el descuento percibido de los comerciantes que, según se pudo comprobar, no cubría los costes operativos. Ello, unido al ámbito local de las operaciones realizadas, hizo que pese al éxito inicial del proyecto[11] no se

[11] En el curso de los dos años siguientes, 100 bancos americanos entraron en el mercado de las tarjetas de crédito con la esperanza de alcanzar el resultado logrado por el *Franklin National Bank* y por las tarjetas de viaje y entretenimiento.

llegara al volumen necesario para alcanzar la rentabilidad. Esto no ocurriría hasta los años 1958 y 1959, en los que se establecieron nuevos proyectos de tarjetas de crédito que incorporaban saldos "repagables", sobre la base de crédito rotativo en los que se cargaban intereses por los saldos dispuestos (Mandell, 1990, pp. 29-39; *Visa España*, 1989).

3ª Etapa: La creación de grandes organizaciones bancarias de tarjetas de crédito (desde 1958 en adelante)

Hasta 1958, los proyectos bancarios en materia de tarjetas de crédito se caracterizaban por ser pequeños en facturación y de ámbito local. De acuerdo con Russel (1975, p. 4), fue con la entrada en esta industria de grandes bancos de EE.UU -*Bank of America, Chase Manhattan*[12] *y Marine Midland Trust*- cuando las tarjetas bancarias comenzaron a ser verdaderas competidoras de las tarjetas *T&E*.

La primera que tuvo aceptación fue la tarjeta "*BankAmericard*" (hoy en día *Visa*), creada por el *Bank of America* en 1958 aprovechando la densa red de sucursales que mantenía a lo largo del Estado de California. La característica novedosa de esta tarjeta era su ámbito estatal (Russell, 1975, p. 5). Al mismo tiempo, el *First National Bank de San Jorge* sometía la operatoria de su tarjeta (lanzada cinco años antes) a procedimientos computerizados, reduciendo los costes operativos y dando nuevas oportunidades de rentabilizar los proyectos de tarjetas. Estas y otras experiencias restablecieron la confianza perdida en años anteriores en el nuevo instrumento de pago, de forma que, a finales de 1959, había 150 bancos norteamericanos que mantenían sus propios planes de tarjetas de crédito en el mercado. Los ingresos por aplazamientos de pagos, la amplia extensión geográfica y el tratamiento

[12] *Chase Manhattan* abandonaría su proyecto a los cuatro años de su inicio, siendo vendida su tarjeta a *Uniserv*, que, a su vez, la vendería posteriormente a *American Express* (Ferrera, 1971, p. 142).

mecánico de los datos lograban cubrir los costes operativos, además de ofrecer un servicio adicional a sus titulares (*Visa España*, 1989).

A pesar de ello, durante los primeros años de la década de los sesenta se comprobó que el crecimiento no era tan rápido como se habían estimado. Los costes resultaban ser más altos de los esperados, continuamente aparecían dificultades técnicas y, consecuentemente, algunos sistemas (como fue el caso del "*Chase Manhattan Charge Plan"*) sufrieron tropiezos graves en sus programas de tarjetas. Tal y como señala Mandell (1990, p. 30), cada vez se hacía más evidente la necesidad de trabajar en grupo.

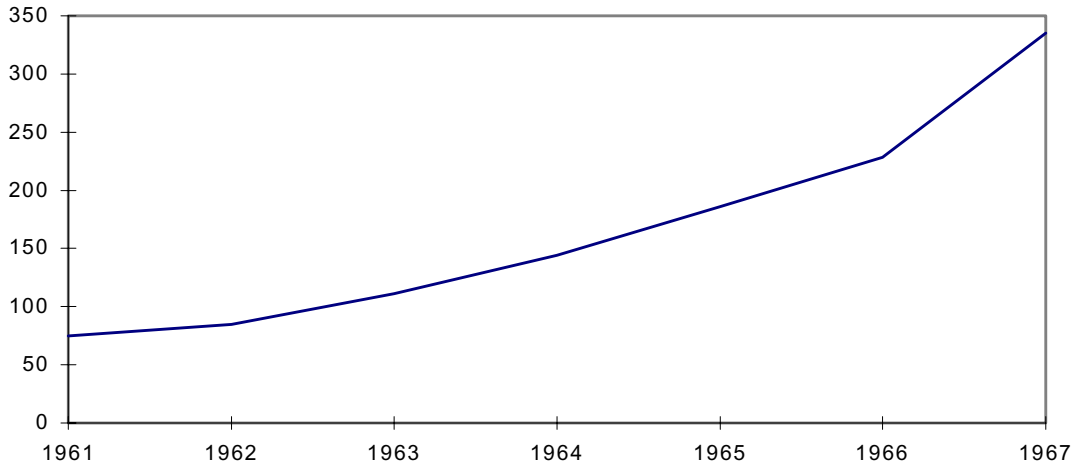
Ante esta situación, en 1966, el *Bank of America* decide extender su marca a todo el territorio de EE.UU, cediéndola a una organización nacional especializada, la *BankAmericard Service Corporation* (BSC), a través de la cual se permitía, mediante un contrato de licencia, que otras entidades bancarias, previo pago de una cuota por incorporarse al programa, emitiesen su tarjeta *BankAmericard* de "Banda Azul, Blanca y Dorada", pero dejando el control del programa a *Bank of America*[13] (Russell, 1975, p. 6). Esta operación dio lugar a un crecimiento del volumen de ingresos obtenidos por esta organización de un 46,8 por 100 entre 1966 y 1967 (figura 3.1).

En definitiva, el concepto de cooperación estaba siendo desarrollado en este mercado y empezaba a dar sus primeros frutos. Antes de finalizar 1966 ocho grandes bancos participaban es esta iniciativa (*Visa España*, 1989). En 1969 este sistema acaparaba más de 3.000 bancos asociados (Russell, 1975, p. 7; ISTPB, 1992, Tomo III, p. 596).

[13] Este control del programa por parte de *Bank of America* y el consecuente temor a la pérdida de autonomía por parte de los bancos afiliados (los cuales, ni siquiera podían decidir a qué clientes propios otorgarles una tarjeta) fueron los principales obstáculos para que el programa *BankAmericard* no monopolizara el mercado de las tarjetas de créditos (Russell, 1975, p. 6). A lo anterior, de acuerdo con Lipis y otros (1985, p. 29), se añade el hecho de que los bancos miembros tenían la obligación de emitir sus tarjetas con el nombre de su principal competidor.

FIGURA 3.1

CRECIMIENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DE *BANKAMERICARD,* 1961-1967 (MILLONES DE DÓLARES)



Fuente: *BankAmericard*, tomado de Rusell (1975, p. 5). Elaboración propia.

Ante el éxito obtenido por el sistema *BankAmericard*, la competencia no tardó en aparecer. Efectivamente, esta iniciativa fue seguida por otro grupo de cuatro grandes bancos de Chicago en 1966, que promocionó la tarjeta *Interbank Card* a través de la organización denominada *Interbank Card Association* (Mandell, 1990, p. 31). De acuerdo con el *International Savings Banks Institute* (1973, p. 30), a diferencia del proyecto *BankAmericard*, donde imperaba la centralización de las decisiones, se trataba éste más bien de una confederación de planes individuales.

Esta organización agrupaba una serie de asociaciones de tarjetas bancarias de carácter regional. En ella, cada miembro emitía tarjetas en las que aparecía su propio nombre además de una serie de características peculiares de cada entidad y un símbolo común de identificación de la organización (una "*i*"), que facilitaba el intercambio entre unos socios que debían atenerse a unas normas generales. La posibilidad de intercambio hacía más atractiva la tarjeta para el comerciante, ya que aumentaba considerablemente el número de titulares y, con ello, el de potenciales compradores.

Sin embargo, la sola utilización del símbolo *"i"* resultaba insuficiente para asegurar la aceptación general de sus tarjetas (*Visa España*, 1989; Mandell, 1990, p. 31), por lo que en 1967 las entidades decidieron utilizar el logotipo de *MasterCharge*[14] y, más tarde, en 1979, el de *Mastercard*, nombre con el que se conocen actualmente a estas tarjetas.

A partir de 1969 los bancos ya no realizaban intentos de emitir tarjetas sin asociarse al programa *BankAmericard* o al sistema *Interbank*. Adicionalmente, un gran número de programas independientes de tarjetas ya existentes se cambiaron a uno u otro sistema.

Tanto *Bank of America* como los demás emisores de *BankAmericard* eran conscientes de que esta situación exigía nuevos planteamientos. Por ello, *Bank of America* renunció al control del proyecto *BankAmericard* creándose, en julio de 1971, el *National BankAmericard Incorporated (NBI)*, en el que los bancos emisores se convirtieron en miembros de la nueva corporación, a la vez que abandonaban la organización original (BSC), que se mantendría, no obstante, para administrar el programa "Banda Azul, Blanca y Dorada" fuera de EE.UU (*Visa España*, 1989)[15]. Cinco años más tarde, como consecuencia de la internacionalización de sus actividades, el NBI decidió cambiar el nombre de sus tarjetas, hasta entonces denominadas *BankAmericard*, al de "*Visa* " (Mandell, 1990, p. 45).

[14] Los derechos sobre el logotipo "*Master Charge*" fueron comprados a la *Western States Bank Card Association*. A partir de este momento, la mayoría de los miembros adoptaron la denominada "*Master Charge Card*" (Mandell, 1990, p. 31).

[15] En una reunión internacional de los miembros de las dos organizaciones administradoras del programa "Banda Azul, Blanca y Dorada" (la BSC y el NBI), celebrada en 1972, se planteó la conveniencia de crear una sola institución que agrupase a todos los miembros mundiales. Así se creó *Ibanco*, *Ltd.*, una compañía propiedad exclusiva de los miembros emisores de la *BankAmericard* y cuya actividad se inició en octubre de 1974, manteniéndose, no obstante, la existencia de NBI para agrupar exclusivamente los emisores norteamericanos (Mandell, 1990, p. 44; *Visa España*, 1989). Posteriormente, en 1977, los miembros acordaron una nueva modificación, transformándose *NBI* en *Visa USA* e *Ibanco* en *Visa Internacional*, utilizando ambas organizaciones la marca común "*Visa* ".

3.1.1.1. ORIGEN DE LAS TARJETAS DE PAGO EN EUROPA[16]

Después de la introducción en Suecia, en el año 1960, de la primera tarjeta con carácter europeo propio (tarjeta *Kopkort*), otros proyectos comenzaron a desarrollarse en distintos países de nuestro continente al margen de los que procedían de EE.UU. Así, cabe destacar el lanzamiento en Francia de las tarjetas *Rothshild*[17] y *Carte Bleu*[18] en 1967 o de la tarjeta *Access* en el Reino Unido, en 1972. Todas fueron el resultado de la asociación de las principales entidades bancarias de estos países e iban destinadas a cubrir las necesidades de sus respectivos mercados nacionales.

A estos proyectos de ámbito nacional le siguieron una serie de acuerdos que intentaban dar acceso internacional a estas tarjetas, sin perder por ello su carácter europeo. El más importante lo constituye la creación en 1965 de la compañía *Eurocard International* (ECI), de propiedad conjunta de *Eurocard Deutschland*, *Access*, del Reino Unido, *Eurocard France* y la familia *Wallenberg*, propietaria de la tarjeta *Rikskort* de Suecia. Dicha compañía se asociaría más tarde con la *Interbank Card Association*[19], abriéndose, por primera vez, las

[16] En este apartado se trata únicamente de establecer los primeros pasos dados en Europa en el desarrollo de los sistemas de pago con tarjetas, sin abarcar de manera individualizada el germen de dichos sistemas en cada uno de los países europeos. Para ello, se puede consultar, entre otros, Carbonel (1994, pp. 37-49) y Barutel (1997, pp. 34-46).

[17] Esta tarjeta no ofrecía ninguna línea de crédito, lo que, unido al reducido número de establecimientos adheridos, hizo que su uso fuese muy limitado.

[18] La tarjeta fue emitida por los seis primeros bancos del país francés sin conexión con ningún sistema extranjero, no logrando el éxito que en Gran Bretaña tuvo la *Barclaycard*. *Carte Bleu* estaba concebida en un principio como tarjeta de garantía (Pérez-Serrabona, 1987, p. 16) y, posteriormente, para tratar automáticamente las facturas en los establecimientos a través de máquinas de lectura óptica, adeudando los pagos directamente en la cuenta del cliente. Los errores que se cometían en la lectura óptica y los costes derivados de ello fueron muy elevados, mejorando considerablemente su situación cuando se puso en marcha en 1971 una red propia de CA. Tras estos primeros tropiezos, en 1973 se firmó un acuerdo con *BankAmericard* por el cual se mantenían las tarjetas *Carte Bleu* para uso nacional (*Visa España*, 1989).

[19] En opinión de Mandell (1990, p. 43), a principios de los noventa el sistema *MasterCharge* tenía más posibilidades que *BankAmericard* de extender sus operaciones en Europa, debido a dos razones principales: en primer lugar, el temor de los bancos europeos a alinearse con el que era en ese momento el mayor banco del mundo (*Bank of America*); en segundo lugar, por

puertas de Europa a las tarjetas de crédito estadounidenses (*International Savings Bank´s Institute*, 1973, p. 32; Carenys, 1989, p. 378). Por su parte, la otra gran tarjeta de crédito americana, la *BankAmericard* -después *Visa* -, ingresó en 1966 en Europa a través del acuerdo establecido con el sistema *BarclaysCard*, en Gran Bretaña. Tal y como señala Pérez-Serrabona (1987, p. 16), el resto de países, como Alemania, Bélgica y Holanda, donde el cheque se había implantado como un instrumento de pago eficaz, las tarjetas desempeñaron el papel de complemento de éste y tenían como único objetivo garantizar el pago a sus aceptantes.

El empeño por salvaguardar el carácter europeo en los mercados de tarjetas venía propiciado, no sólo por el temor de las entidades bancarias europeas ante la competencia que podría originar la entrada de los principales bancos americanos asociados a los sistemas de tarjetas internacionales (como *Bank of America*), sino también por otros factores del entorno (Carenys, 1989, 377; Mandell, 1990, pp. 13, 14 y 43; Lindsey, 1994, p. 31), tales como la reducida propensión al crédito, propia de la mentalidad existente en Europa en dicha época[20], o la existencia de un sentimiento antinorteamericano originado tras la Guerra del Vietnam.

Por otra parte, muchas de las características actuales del mercado europeo de tarjetas de pago bancarias (dominio de marca *Europay*/*Mastercard* sobre *Visa* y de las funciones de débito sobre las de crédito) se explican por la existencia desde 1968 de un sistema alternativo al de las tarjetas, sistema *Eurocheque*, que ha llegado a dominar la industria de servicios de pago en gran

el sentimiento antinorteamericano que existía como consecuencia de la guerra del Vietnam, lo que reducía el atractivo de unas tarjetas emitidas con el logotipo de *BankAmericard*.

[20] De acuerdo con Carenys (1989, p. 377) "... el crédito al consumo puede decirse que comenzó en Europa en los años sesenta, ya que en la década anterior el uso de esta clase de créditos era realmente reducido. Esto no era accidental, de acuerdo con la mentalidad extendida en la época de que tener deudas no sólo no resultaba conveniente ni era honorable. No era conveniente porque se valoraba por encima de la posesión de unos bienes la independencia y seguridad que significaba estar en posesión de un ahorro neto que permitirá afrontar lo imprevisto. No era honorable porque suponía haber incurrido en prodigalidad".

parte de Europa, principalmente la de Europa Central (países del Benelux, Alemania, Austria y Suiza). Desde principios de los ochenta, dicho sistema implantó a sus tarjetas de garantía *Eurocheques* una banda magnética estándar para permitir la retirada de efectivo de sus titulares en los CA pertenecientes a las distintas redes Europeas. En 1984 se conseguiría que los titulares de *Eurocheques* emitidos en Bélgica, Alemania y Reino Unido tuviesen acceso a los CA de España, dando lugar así a las primeras transacciones transfronterizas realizadas a través de estos sistemas.

3.1.1.2. ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS SISTEMAS DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA

En España las tarjetas de pago se introdujeron con gran rapidez debido, fundamentalmente, a la masiva afluencia de turistas extranjeros que estimuló la adhesión a los sistemas internacionales de tarjetas bancarias de comercios, hoteles y agencias de viajes. De hecho, fueron las tarjetas de *T&E* estadounidenses las primeras en introducirse en nuestro mercado por medio de *Diner´s Club*, en 1955 y *American Express*, en 1958.

Las primeras tarjetas de carácter nacional aparecidas en España se deben a las iniciativas llevadas a cabo por dos grandes almacenes: El Corte Inglés (1967) y Galerías Preciados (1969). Por su parte, las primeras tarjetas de pago bancarias fueron las emitidas por las cajas de ahorros en la modalidad de tarjetas de garantías de cheques y bajo la marca *6000*[21], en 1972, seguidas de las tarjetas *4B* emitidas por los bancos en 1973.

En la figura 3.2, se han recopilado cronológicamente los hechos más destacados que han ocurrido en el mercado español de tarjetas de pago en el período 1970-1999.

[21] La tarjeta *6000* debe su denominación a que en sus orígenes el importe máximo de los talones que garantizaban eran de 6.000 ptas. (posteriormente, en 1979, se elevó a 12.000 pesetas).

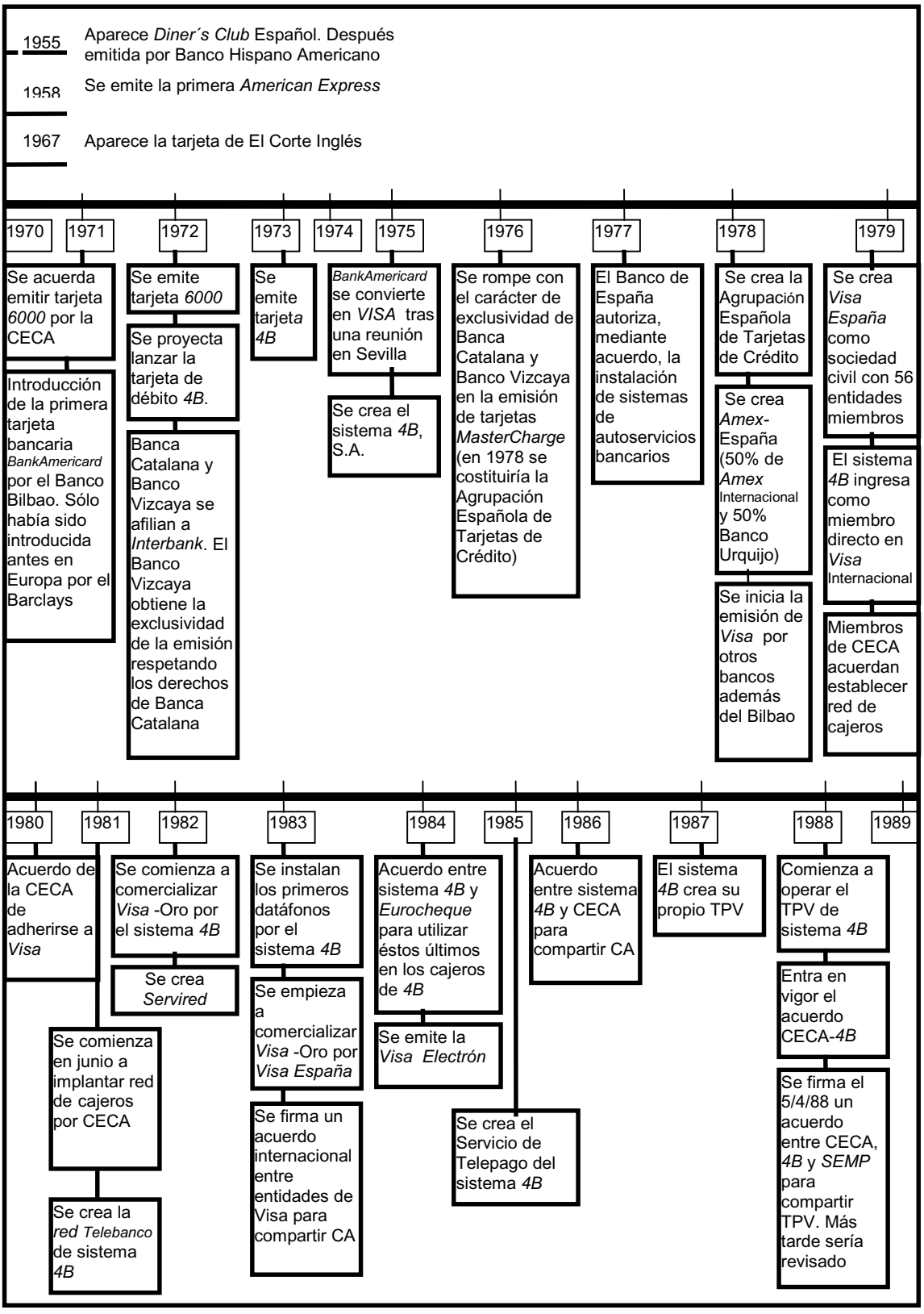
La introducción en España de los grandes sistemas internacionales de tarjetas de crédito de origen bancario se realiza dieciséis años más tarde que las tarjetas de modalidad *T&E*. Ello se produjo en los años 1971 y 1972, cuando Banca Catalana y Banco de Vizcaya mantuvieron contactos con *Interbank Card Association* al objeto de conseguir sus respectivas afiliaciones al sistema. Ambas instituciones alcanzaron sus objetivos: en 1972, la primera entidad comenzó a comercializar sus tarjetas bajo la marca "*Master Charge*" y, al mismo tiempo, la segunda, que ya tenía un acuerdo previo con *Eurocard*, adoptó el diseño de las tarjetas emitidas por esta organización. Además, el Banco de Vizcaya consiguió de *Interbank* la exclusividad del sistema en España mediante un acuerdo por el cual, respetando los derechos adquiridos con anterioridad por Banca Catalana, cualquier institución que durante un período de cinco años pretendiese afiliarse al citado sistema tendría que contar previamente con su aprobación (Valero, 1979, p. 51; ASNEF, 1987, p. 6; *Visa España*, 1989).

Más tarde, en 1976, se comunicaría oficialmente por *Interbank* su intención de no renovar ni otorgar la exclusiva del sistema a ninguna entidad en particular. Por ello, en septiembre de 1978, las nueve entidades afiliadas a *Interbank*[22] constituyeron la "Agrupación Española de Tarjetas de Crédito" con las finalidades de promocionar la difusión del sistema *Interbank* en España, coordinar la actividad de las entidades afiliadas, representar a los miembros en los organismos nacionales e internacionales, así como investigar y poner en marcha sistemas operativos comunes, dejando libertad a cada entidad para establecer sus políticas comerciales. Dos meses más tarde, *Interbank*

[22] Estas entidades eran: Banco de Vizcaya, Banca Catalana, Banco de Alicante, Banco Pastor, Banco Herrero, Banco Atlántico, Caja de Ahorros de Cataluña, Banca Más Sardá y Banco Zaragozano.

FIGURA 3.2

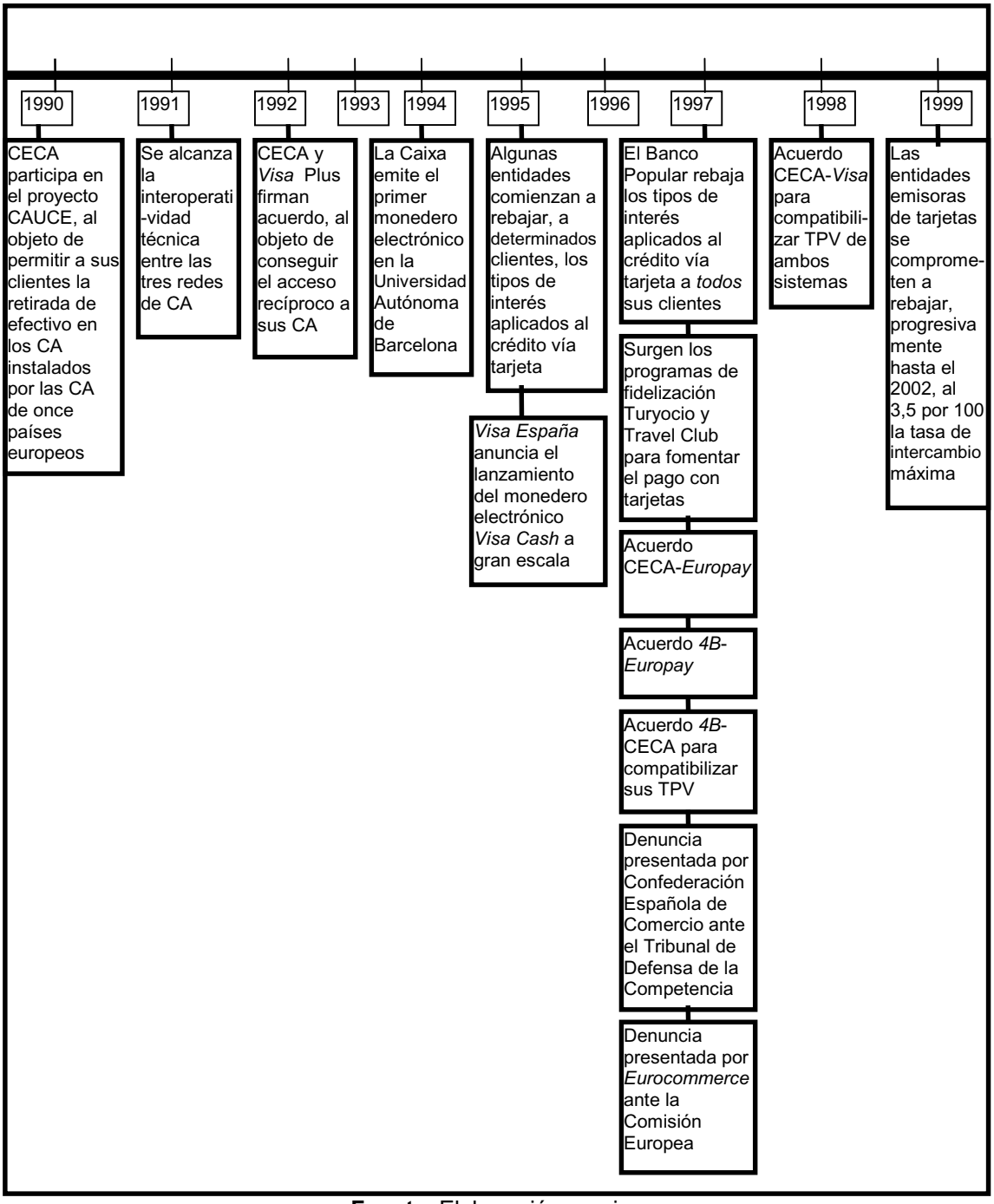
PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO, 1970-1999



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 3.2 (CONTINUACIÓN)

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO: 1970-1999



Fuente: Elaboración propia.

reconocería oficialmente la existencia de esta agrupación y le concedería cinco años de exclusividad en el sistema (Valero, 1979, p. 52; *Visa España*, 1989)[23].

En 1971, casi simultáneamente a la aparición de *Eurocard* y *Master Charge* en España, se introduce la tarjeta *BankAmericard* de manos del Banco de Bilbao[24], siendo emitida más tarde, en 1979, por el Banco Atlántico y por el Banco Popular Español.

Cabe destacar al respecto que, a finales de 1978, el sistema *Visa* inició su apertura a nuevas instituciones españolas, comenzando así la creación de una entidad autónoma al objeto de agrupar al conjunto de emisores españoles. La formación de esta sociedad se culmina el 16 de marzo de 1979 al crearse *Visa España* la cual, como resultado de una reunión posterior del Consejo de Administración de *Visa Internacional*, constituiría el único vehículo de ingreso en el sistema *Visa* para las entidades españolas, respetando, no obstante, los derechos adquiridos unos meses antes por otros cuatro bancos españoles (Banco Español de Crédito, Banco Central, Banco Hispano Americano y Banco de Santander), los cuales, a través de la sociedad sistema *4B*, ingresaron directamente en *Visa Internacional* y obtuvieron así la facultad de emitir también estas tarjetas.

3.1.2. ORÍGENES DE LAS PRINCIPALES INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETA

Sin lugar a dudas, el principal desarrollo acontecido en la industria de las tarjetas de pago ha sido la aplicación de los sistemas de transferencia electrónica de fondos a su operativa a través de los autoservicios bancarios,

[23] Al final de 1980 eran 26 las entidades financieras pertenecientes a la Agrupación Española de Tarjetas de Crédito, de las que 11 ya actuaban como emisoras de *Master Charge*, además del Banco de Vizcaya que continuaba con *Eurocard* como su tarjeta de crédito (*Visa España*, 1989).

[24] Mas tarde, esta entidad actuaría como una de las protagonistas en la conversión de *BankAmericard* en *Visa* tras una reunión internacional celebrada en Sevilla en el año 1975.

principalmente CA. De acuerdo con Mandell (1990, pp. 122-131), éstos han constituido el principal ejemplo de una aplicación extensiva con éxito de los sistemas de transferencia electrónica de fondos.

Los cajeros automáticos (CA) no son más que una versión evolucionada de los primitivos dispensadores de efectivo (c*ash dispenser*)[25] cuyos orígenes se remontan a 1967, cuando *Barclay´s* los instaló por primera vez en *Enfield*, cerca de Londres. Según Mandell (1990, p. 121), estos aparatos leían y grababan la información contenida en unos instrumentos que se parecían más a cheques de viajes que a tarjetas.

Sin embargo, los primeros desarrollos de los CA, tal y como los conocemos hoy, tienen su origen en EE.UU durante los años sesenta, debido a la iniciativa de la compañía *Texas Corporation Docutel*, posteriormente fusionada con *Olivetti*. Fue durante 1974 cuando *Docutel* instaló la llamada "*Tilly the Teller*" en el *First Atlanta Bank*, en Georgia. Con este nuevo aparato se puede definir por primera vez el concepto de CA en los mismos términos en los que se definen actualmente: se trataba de algo más que un dispensador de efectivo, pues permitía a sus clientes chequear sus saldos, pagar facturas, realizar depósitos y transferir saldos entre cuentas (Essinger, 1992, pp. 23-25). Hoy en día, éstos siguen siendo, básicamente, los servicios que se suministran a través de estos sistemas[26].

Los primeros bancos en instalar estos sistemas mostraron una actitud conservadora a la hora de permitir el acceso a sus clientes, por lo que no

[25] Un dispensador de efectivo es "... un aparato electromecánico que permite a un usuario autorizado la retirada de billetes y en algunos casos también monedas" (OCDE, 1989, p. 32). Por lo tanto, la principal diferencia con los actuales CA estriba en que aquellos sólo ofrecían a sus usuarios el servicio de retirada de efectivo mientras que éstos son capaces de ofrecer servicios múltiples.

[26] Actualmente estos canales de distribución están ampliando continuamente los servicios que ofrecen a sus clientes, como son el caso de la actualización de cartillas, compras de *tickets* (por ejemplo, la compra de *tickets* de ferrocarril en el Reino Unido), pago de impuestos, posibilidad de cambiar el número secreto, etc.

consiguieron aprovechar plenamente los beneficios derivados de un uso masivo. En este sentido, por motivos de seguridad sólo se permitió el acceso a los titulares de tarjetas de crédito de los que se tenía constancia de su solvencia (Lindsey, 1994, p. 133; Essinger, 1992, pp. 23-24). Como consecuencia de la búsqueda de soluciones alternativas que llevasen a un uso generalizado de los CA, se permitió, a finales de los años setenta[27], el acceso a tales sistemas a través de unas tarjetas que, sin tener autorizada línea de crédito alguna y mediante el adeudo del importe de la transacción en la cuenta del titular de manera casi instantánea, permitiera a éste disfrutar de los servicios suministrados por los CA: éstas eran las tarjetas de débito (Chorafas, 1988, p. 339).

Por lo que respecta al desarrollo de los terminales en punto de venta (TPV), sus primeros pasos se remontan a 1974, en EE.UU.[28] A finales de los ochenta la proporción de usuarios de tarjetas crédito que pagaban sus deudas a final de mes y que, por lo tanto, se beneficiaban únicamente del período de gracia sin hacer uso del crédito rotativo disponible era aproximadamente del 50 por 100, igual porcentaje que el existente en los años setenta. Este hecho presionaba a las entidades emisoras en la búsqueda de nuevos métodos que consiguieran realizar transferencias de fondos de manera instantánea entre la cuenta del titular de la tarjeta y la del comerciante y eliminara así el uso de un crédito mensual libre de carga por parte del primero. Este fue el principal

[27] Una de las primeras organizaciones en emitir las tarjetas de débito fue el *Federal Home Loan Bank Board* en 1968 bajo la denominación de "*The Money Service*" (TMS) (Lindsey, 1994, p. 133).

[28] En sus comienzos, abundaron en EE.UU los experimentos fallidos en el desarrollo de estos sistemas de TPV, debido a que su bajo uso no permitía rentabilizar las grandes inversiones realizadas. De hecho, persistieron muy pocos sistemas que permitiesen las transferencias instantáneas de fondos entre cuentas, siendo la principal función desempeñada por los primeros sistemas de TPV la de verificación de cheques y autorizaciones de tarjetas de crédito. Después de años de falsos comienzos, los pagos electrónicos en el punto de venta parecen haber tomado el respaldo necesario para despegar, debido a una combinación de economías, avances tecnológicos y formación de grandes redes compartidas de CA (Revell, 1983, p. 44; Lipis y otros, 1985, p. 89).

motivo para comenzar el desarrollo de los actuales TPV (Revell, 1983, p. 44; Mandell, 1990, p. 139).

Otro hecho que obligaba a las entidades emisoras a desarrollar estos nuevos sistemas fue la ineficiencia de los sistemas tradicionales de autorización en las transacciones realizadas con tarjetas. En sus orígenes estos sistemas se basaban en una simple llamada telefónica sin ningún coste para los comercios. Sin embargo, este método se percibía como una tarea onerosa[29] que requería de un tiempo sustancial y esfuerzo que era inevitable para eliminar los riesgos de pérdida sobre la transacción. De acuerdo con Lipis y otros (1985, p. 73), el principal problema que se planteó con la introducción de los TPV y que sigue siendo objeto de conflicto entre entidades emisoras y comercios adheridos fue el conseguir que los comerciantes pagaran por un servicio que tradicionalmente había sido gratuito.

Por último, cabe hacer referencia a una de las últimas innovaciones introducidas en la industria de las tarjetas de pago: los monederos electrónicos. A pesar de la extraordinaria atención que se le presta hoy en día a las tarjetas inteligentes, en general, y al monedero electrónico, en particular, fue en los años setenta cuando se descubrieron -de forma paralela e independientemente en Francia y Japón- las grandes posibilidades que resultaban de la unión de un *chip* y una tarjeta de plástico. Las patentes del doctor japonés Kunitaka Arimura, en 1970, y las del francés Roland Moreno, registradas durante los años 1974-75, fueron las precursoras del actual monedero electrónico. Sin embargo, no fue hasta 1979, como fruto de los trabajos de investigación conjuntos llevados a cabo por las empresas *Bull* y *Motorola*, cuando se obtuvo por primera vez una tarjeta con microcalculador realmente funcional (Ugon y

[29] Los términos en los que los comerciantes aceptaban las tarjetas de crédito de las principales compañías emisoras dictaban que aquellos debían autorizar cualquier transacción chequeando previamente el número de cuenta de la tarjeta con una "lista peligrosa" (*warning list*) de tarjetas que habían sido perdidas, robadas o de las que se había abusado. Además, sobre las transacciones con tarjetas se establecían un limite o techo en el montante disponible, por lo que el comerciante debía autorizar la transacción contactando previamente con la institución que había emitido la tarjeta para obtener su aprobación (Lipis y otros, 1985, p. 73).

Guillou, 1986, p. 59). Si bien ha existido un interés teórico por el producto y por sus posibles e ilimitadas aplicaciones, el arranque ha sido lento, debido a la gran competencia que representaba la tarjeta de banda magnética y a otros motivos económicos[30]. La primera emisión masiva de tarjetas con *chip* la realizó *France Telecom* en 1985 a través de su comercialización para uso en teléfonos públicos.

3.2. CONCEPTO DE TARJETAS DE PAGO

La gran variedad de tarjetas de pago existentes unida a la amplia gama de servicios que ofrecen y la continua incorporación de otros nuevos hacen difícil el intento de delimitar el contenido del concepto genérico de "tarjeta de pago". En este sentido, Carbonel (1994, p. 181) señala que "A pesar de haber analizado la normativa, códigos de conducta y proyectos normativos de Australia, Bélgica, Canadá, Estados Unidos, Italia, Nueva Zelanda, República Argentina, República Federal Alemana y Reino Unido, no hemos encontrado definiciones sobre las tarjetas de pago. Como hemos visto existe una gran variedad de tarjetas y por otra parte muy pocos países en el mundo se han dotado de normas que las regulen, lo que hace muy difícil su definición y calificación jurídica".

Teniendo presente las anteriores dificultades, en este apartado se recogen aquellas que consideramos más relevantes, destacando sus limitaciones, las cuales, en la mayoría de los casos, no son más que consecuencias de los desfases producidos ante la continuas innovaciones introducidas en estos instrumentos.

La única normativa existente en Europa para la regulación específica del pago con tarjetas, *The Danish Payment Card Act*, aprobada en Dinamarca el 6

[30] Los resultados obtenidos en los primeros experimentos llevados a cabo con tarjetas que incorporaban tecnología *chip* en distintos países se pueden consultar en Joly y otros (1985, pp. 37-50).

de junio de 1984, define las tarjetas de pago como tarjetas de cuenta, crédito y compra que son utilizadas para propósitos de pagos al objeto de que el titular mediante la utilización de la tarjeta con el emisor o con otros pueda adquirir bienes y servicios u ordenar un pago por transferencia[31] (OCDE, 1989, p. 120). En esta definición únicamente se tiene en cuenta su función como instrumento de pago. Esta limitación aparece como una constante en las primeras definiciones que nos encontramos sobre el concepto y no refleja, en modo alguno, la realidad actual de estos productos multiservicios.

Igualmente, otra definición relativamente amplia, pero limitada a aquellas tarjetas que únicamente se utilizan conjuntamente con medios electrónicos, es la recogida por el *"Code of Practice Defining The Issue and Use of Electronic Funds Transfer Cards Within New Zealand*"[32]. Se define la "tarjeta para transferencias electrónicas de fondos" ("*EFT Card*") como una tarjeta emitida por un emisor de tarjetas conjuntamente con un número secreto u otro medio de identificación seguro, al objeto de facilitar las transferencias electrónicas de fondos[33] (OCDE, 1989, p. 110). En esta definición, se limita de nuevo sus funciones a la de movilizar fondos entre cuentas bancarias y, además, por medios electrónicos[34], lo que no permite hacerla extensiva al conjunto de tarjetas que circulan en el sistema de pago. Sin embargo, caben destacar dos aportaciones al concepto: en primer lugar, en su utilización conjunta con sistemas electrónicos de pagos se reconoce su función principal como medio

[31] "*By payment cards shall be understood account, credit and purchase cards which are used for payment purposes so that the cardholder by using the card with the card issuer or with others may acquire goods o services or arrange for transfer of payment*".

[32] Este Código ha sido negociado y firmado en Nueva Zelanda por el *Ministry of Consumer Affair* con las instituciones financieras y principales organizaciones de consumidores y está sujeto a revisiones anuales. La versión utilizada de este Código se ha tomado de OCDE (1989, Anexo III).

[33] "*EFT Card: a card issued by a card issuer in conjunction with a PIN, or other means of positive identification, in order to facilitate Electronic Funds Transfers*".

[34] La existencia aún de métodos de registros de datos que no utilizan medios electrónicos, tales como las "bacaladeras" o la simple presentación de la tarjeta en una ventanilla bancaria con objeto de realizar una transacción financiera limita considerablemente el ámbito de esta definición.

de identificación, por encima de la de medio para la realización de pagos; en segundo lugar, tal y como se comentó en el capítulo precedente, no se consideran instrumentos de pago en sí mismos, sino métodos para "facilitar" el uso de las transferencias electrónicas de fondos.

Parte de las anteriores restricciones quedan superadas en la definición de tarjeta de pago (denominadas en sentido genérico "tarjeta de transacciones financieras") facilitada por el Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (1993, BMP 02, p. 9), que la define como "... tarjeta general de identificación que permite integrar físicamente, según los acuerdos empresariales entre marcas y entidades de depósito, la tarjeta de débito y la de cargo diferido o la tarjeta de crédito, e incluso funciones de medio de acceso a servicios de diferente tipo facilitados por la entidad emisora, bien en sistemas de autoservicio..., bien en operaciones realizadas con la intervención de personal de la entidad bancaria". De nuevo, y a pesar de tratarse de una definición relativamente reciente, las innovaciones introducidas en este mercado han dejado desfasada esta definición. Efectivamente, se deja fuera del concepto a aquellas tarjetas en las que el importe ha sido deducido de la cuenta del titular o pagada en efectivo con anterioridad a la realización de la transacción, como es el caso de los actuales "monederos electrónicos" (únicamente incluye las modalidades de crédito, débito y cargo diferido).

La existencia de un elemento común a todas ellas permite establecer una definición extensa que abarca las distintas modalidades de tarjetas que existen en la actualidad. Efectivamente, independientemente de los servicios que incorpore una tarjeta, todas tienen como objetivo identificar a su emisor y a la persona autorizada para su uso, bien cuando se realizan transacciones en las que se produce o aplaza un pago, o bien para facilitar la realización de cualquier otra operación financiera. Aprovechando este elemento común, la norma ISO 7813 define la tarjeta de pago como "... tarjeta utilizada para identificar al emisor así como al portador de la tarjeta con el fin de facilitar las transacciones financieras y de proporcionar datos para el tratamiento de esas

transacciones" (ISTPB, 1993, BMP 02, p. 1). A nuestro entender, y de acuerdo con las definiciones que se han analizado, esta última es la que mejor representa de una forma genérica el concepto de "tarjeta de pago".

De acuerdo con la definición anterior, los principales elementos diferenciales de las tarjetas respecto al resto de instrumentos de pago utilizados en el ámbito minorista se fundamentan, básicamente, en el elemento físico que lo soporta (una tarjeta); en el hecho de no estar limitada su emisión únicamente a entidades financieras (dando cabida, pues, a aquellas tarjetas que no han sido emitidas por éstas, tales como las de grandes almacenes, compañías petrolíferas, etc.) y a que su función genérica es la de identificar tanto al emisor como al titular para facilitar transacciones financieras y aportar datos para el tratamiento de éstas, por encima de su función como simple instrumento de pago[35].

3.3. FUNCIONES DE LAS TARJETAS DE PAGO

Tal y como se ha ido esbozando a lo largo del apartado anterior, la clásica función principal de las tarjetas como instrumentos de pago ha sido desplazada progresivamente por una más genérica: la función de identificación de las partes implicadas en una transacción financiera para facilitar la realización de ésta. Efectivamente, a través del suministro de información sobre el titular y emisor de una tarjeta se permite actualmente el acceso a una diversidad de servicios que están disponibles a través de los sistemas de autoservicio bancario y que, en la mayoría de los casos, no implican liquidación alguna de obligaciones entre distintos agentes -consultas de saldos, extractos de cuentas, transferencias entre cuentas de un mismo titular, ingresos de efectivo, retiradas de efectivo, puesta al día de cartillas, etc.

[35] De hecho, las transacciones más realizadas mediante la utilización de tarjetas de débito han sido, tradicionalmente, las de reintegros de efectivo. Así, en 1997 tan sólo el 19 por 100 de las transacciones realizadas con este instrumento fue de compra, correspondiendo el resto a anticipos de efectivo.

Esta función genérica abarca, a su vez, otras específicas que tradicionalmente se han vinculado a las tarjetas de pago, a saber:

- Función de instrumento de pago, en el sentido de que sustituye temporalmente al dinero en las compras de bienes y servicios realizadas por su titular.

Cabe señalar que el diferimiento del pago en algunas modalidades de tarjetas no se corresponde con las características propias de un instrumento de pago "puro" en el que el cargo en cuenta o, en su caso, la entrega de efectivo se realiza de una manera prácticamente inmediata, sino que se vincula más a las de un crédito comercial (ISTPB, 1993, BMP 02, p. 4). El verdadero acercamiento al segmento de los instrumentos de pago se ha producido con la aparición de las tarjetas de débito (que también se han dado en llamar "cheques electrónicos"), las cuales equivalen, en cierto modo, a los instrumentos de pago tradicionales, tales como el cheque o la transferencia bancaria.

- Funciones de instrumento de retirada de efectivo. Igual que las funciones como instrumentos de pago, éstas son desempeñadas prácticamente por la totalidad de las modalidades de tarjetas que circulan en el mercado, incluso las tarjetas de garantías de cheques. Esta función, que en sus orígenes tenía un carácter secundario, cobra importancia cuando comienza la instalación de dispensadores de efectivo (actuales CA), momento en el que se rompe con las limitaciones espaciales y temporales que imponía la retirada de numerario a través de las ventanillas de las oficinas bancarias y se abre la posibilidad de obtener efectivo las 24 horas del día y, prácticamente, en cualquier lugar del mundo.

- Funciones de instrumento de crédito. Entre las distintas funciones que pueden desempeñar las tarjetas de pago[36] está la de financiar a su titular, ya sea en el momento de realizar la compra o bien mediante anticipo de efectivo en los autoservicios bancarios (CA o TPV). Las formas más extendidas de aplazar los pagos a través de estos instrumentos son las siguientes[37]:

a) Débito diferido[38]: diferiendo el pago durante un mes.

b) Crédito puro: aplazando el pago durante un tiempo superior a un mes de forma fraccionada, en cuyo caso se puede liquidar la deuda[39], normalmente, eligiendo alguna de las siguientes opciones:

b.1) Pagando cada mes una cantidad fija.

b.2) Pagando cada mes un porcentaje de límite del crédito mensual de la tarjeta.

b.3) Pagando cada mes un porcentaje de las sumas adeudadas en cada momento.

Ambas formas de uso de las tarjetas de crédito suponen una financiación a favor del titular, independientemente del plazo en el que el mismo se reintegre. Sin embargo, cabe destacar que, desde un punto de vista jurídico, la primera modalidad, débito diferido, no entra en el ámbito de lo que

[36] No en todas las modalidades, sino sólo en las de crédito o débito diferido.

[37] Respecto al momento de la concesión del crédito, éste puede incluirse en el contrato en el mismo momento de adquirir la tarjeta o ser solicitado posteriormente en caso de necesidad. En este caso el crédito no es automático y la entidad puede tardar días o incluso semanas en resolver la petición.

[38] Esta facilidad de pago aplazado, a pesar de constituir una fuente alternativa de financiación, no se puede entender como una modalidad de crédito en sentido estricto. En sus orígenes, esta modalidad de "débito diferido" surgió por la dificultad de realizar un débito inmediato en la cuenta del titular, debido a la falta de tecnología apropiada en la administración de cuentas y en el tráfico de información sobre las operaciones (ISTPB, 1993, BMP 02, p. 3).

[39] Cabe destacar que cuando se hace uso del crédito, la mayoría de las entidades no respetan el período de gracia del que podría haberse disfrutado en caso de no haber solicitado aquel. Sólo algunas entidades sí lo tienen en cuenta, entre las que se encuentran el Banco Atlántico, Banco Exterior, Banco Popular, Caja Cataluña, Caja Madrid, Caja Postal, Caja Rural de Málaga y La Caixa (véase revista Dinero y Derecho nº 18, de 1993).

se entiende por "crédito al consumo" y, por tanto, no se le aplica el conjunto de normativa legal, reglamentaria y administrativa existentes sobre este tipo de operaciones, mientras que a la modalidad de crédito puro sí le afecta, si bien con ciertas limitaciones, dicha normativa (ISTPB, 1993, BMP 02, p. 16).

La modalidad de crédito puro otorgado a través de tarjetas se incluye en la categoría de los denominados "créditos permanentes", que se pueden definir como reservas de dinero puestas, por contrato, a disposición de un prestatario, el cual puede emplearlas total o parcialmente, en una o varias veces, sin que tenga que justificar la utilización de la línea de crédito en cuestión. Los intereses sólo son contabilizados a partir del empleo del crédito o de una fracción de éste y sólo conciernen a la suma utilizada (*Institut Europeen Interregional de la Consommation*, 1990, p. 4). Entre las peculiaridades principales de esta modalidad de crédito se encuentran: su carácter modulable, en el sentido de que el reembolso del crédito en concepto de amortización del capital y de intereses devengados se realiza, normalmente, de forma escalonada y no en una sola vez[40]; su carácter permanente, por cuanto el contrato no está limitado en el tiempo; y su carácter renovable, esto es, que el capital del que puede disponer el prestatario es variable, ya que la reserva de dinero se reconstituye a medida que se efectúa los reembolsos, posibilitando al prestatario el poder utilizar nuevamente el capital reembolsado[41].

- Funciones de garantía*,* por el hecho de que, una vez que el comerciante acepta el pago a través de tarjetas, el emisor es responsable del pago de esa factura, siempre y cuando el primero haya actuado conforme a lo

[40] El monto del reembolso mensual es fijado, normalmente con un importe mínimo, por el contrato de concesión del crédito. Sin embargo, el prestatario puede, si así lo desea, reembolsar una suma superior e, incluso, liberarse de la totalidad o de parte de la deuda en cualquier momento de la vigencia del contrato de crédito, previo reembolso en una sola vez de la totalidad de la suma utilizada.

[41] Esto posibilita el mantenimiento durante tiempo indefinido de un crédito libre de cargas por un importe equivalente al límite preestablecido con el emisor (normalmente de 100.000 ptas., pero que puede llegar a un 1.000.000 de ptas., por ejemplo, en la modalidad de *Visa Oro*) con sólo disponer de él mensualmente.

pactado con éste. Esta función no debe de confundirse con la desempeñada por las denominadas "tarjetas de garantías de cheques". Éstas contienen "... una declaración por parte del librado, impresa en una tarjeta de crédito, por la que se compromete a hacer efectivo el cheque al tomador del mismo y ello aún sin la existencia de provisión de fondos efectuada por el librador" (Pérez-Serrabona, 1993, p. 43). Por tanto, al contrario que lo que ocurre con el uso exclusivo del cheque, en el que únicamente se puede hacer uso de los fondos que el librador tenga disponible, su uso conjunto con las tarjetas de garantía posibilita a este último disponer de un crédito. A pesar de la existencia de algunas semejanzas[42], estas tarjetas no suelen ser consideradas como tarjetas de pago[43]. Las diferencias principales con estas últimas son las siguientes (Pérez-Serrabona, 1993, pp. 44-45):

- La tarjeta de garantía de cheques, a diferencia del resto de tarjetas bancarias, carece de toda eficacia por sí sola y es inseparable y complementaria de otros instrumentos, tales como el cheque.
- Entre el emisor de la tarjeta y el establecimiento que la admite no media contrato alguno.
- Cuando se utilizan las tarjetas de garantías en establecimientos, éstos no tienen obligación de soportar descuento alguno sobre el importe de sus ventas.
- El titular no paga cuota anual por disponer de esta tarjeta.

3.4. CLASIFICACIÓN DE LAS TARJETAS DE PAGO

Entre las múltiples clasificaciones existentes en la literatura consultada, hemos recogido a continuación sólo aquellas que consideramos más

[42] Estas tarjetas suelen utilizar el mismo soporte físico que las tarjetas de pago tradicionales e, incluso, contienen banda magnética que le posibilitan disponer de efectivo en CA. Además, igual que las tarjetas de crédito, están exentas de regulación legal.

[43] Este tipo de tarjetas está excluido de las dos Recomendaciones (87/598/CEE y 88/590/CEE) que sobre las tarjetas de pago ha emitido la Comisión Europea.

relevantes y que se centran en una diferenciación, no excluyente, de las diversas tarjetas según las entidades que las emiten y en razón de las formas de liquidación con el emisor del saldo dispuesto para la realización de pagos o disposiciones de efectivo por parte del titular.

3.4.1. CLASIFICACIÓN POR RAZÓN DEL EMISOR[44]

1) Tarjetas comerciales. También llamadas tarjetas de compra, privadas o bilaterales, son las emitidas por entidades que se dedican a la explotación de un determinado negocio (por ejemplo, tarjetas de El Corte Inglés) con objeto de permitir a sus titulares la adquisición de los bienes o servicios comercializados directamente por la propia empresa en los establecimientos de la misma (en algunos casos estas tarjetas son emitidas bajo una marca por un colectivo de empresas comerciales).

2) Tarjetas financieras. Se refieren a las emitidas por entidades no bancarias ni comerciales (por ejemplo, las tarjetas T&E como *American Express* o *Diner´s Club*), propietarias de una marca de tarjeta que conciertan con establecimientos oferentes de bienes y servicios y entidades bancarias la admisión de las mismas para efectuar el pago de las compras realizadas por sus titulares o, en el caso de acuerdos con entidades bancarias, el suministro de efectivo a éstos.

3) Tarjetas bancarias. Se tratan de las emitidas por entidades de depósito o asociaciones de éstas, bien bajo su propia marca (por ejemplo, tarjeta *6000* de la CECA), o de otra marca en calidad de suscriptor de un contrato de franquicia directo o a través de una entidad intermediaria (por ejemplo, tarjeta *Visa*). Una característica que diferencia a estas tarjetas del

[44] En esta clasificación hemos seguido, básicamente, el criterio del Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (1993, BMP 02, p. 2).

resto es la amplia gama de servicios que ofrece a sus titulares cuando se utilizan en los sistemas de autoservicio bancario.

3.4.2. CLASIFICACIÓN EN FUNCIÓN DEL MOMENTO DE LIQUIDACIÓN DE LA DEUDA MANTENIDA POR SU TITULAR ANTE LA ENTIDAD EMISORA

Tradicionalmente, se han diferenciado de acuerdo con el presente criterio únicamente las tarjetas de débito, cargo y crédito. Sin embargo, la aparición y extensión de los actuales monederos electrónicos obliga a considerar también aquellas tarjetas en las que la liquidación de la deuda con el emisor se realiza por adelantado; estas son las "tarjetas de prepago". Además, por la relativa novedad del citado instrumento, hemos creído conveniente prestarle una especial atención a su naturaleza y funcionamiento.

1) Tarjetas de prepago *("prepaid cards")*[45]*.* En su actual estado de desarrollo, se suelen distinguir, a su vez, dos clases[46]:

- Tarjeta de prepago de finalidad limitada*,* que se define como una tarjeta de prepago que puede ser utilizada para un número limitado y bien definido de finalidades. Su uso es a menudo restringido a un número bien identificado de puntos de venta dentro de una determinada localización (por ejemplo, un edificio, corporación o universidad). En el caso de una tarjeta de prepago de propósito único, el emisor de la tarjeta y el proveedor de los servicios deben ser idénticos (por ejemplo, tarjetas utilizadas en teléfonos públicos).

[45] Para la delimitación de los distintos conceptos que aparecen en el presente subapartado se han seguido, básicamente, las definiciones del *European Central Bank* (1999).

[46] A pesar de que se suele distinguir con frecuencia entre ambos tipos de tarjetas de prepago, no existe en el seno de la UE un criterio estricto para considerar un sistema dentro de uno u otro.

- Tarjeta de prepago de finalidad múltiple*,* que se define como una tarjeta de prepago que puede ser utilizada en los puntos de venta de varios proveedores de servicios para una amplia gama de finalidades, la cual tiene el potencial de ser usada a escala nacional o internacional pero puede ser restringida algunas veces a ciertas áreas.

Un caso particular[47] de ésta última modalidad lo constituye el denominado monedero electrónico que, siguiendo de nuevo al IME (1996), se define como una tarjeta de prepago de finalidad múltiple recargable que puede ser utilizada para pequeños pagos al por menor u otros pagos en lugar del efectivo. En lo que se refiere a su funcionamiento, su utilización para realizar pagos implica dos clases de operaciones: una primera, con el emisor, se realiza para incrementar el valor almacenado de la tarjeta, adeudando el saldo mantenido en una cuenta corriente con el emisor; esta operación se realiza *on-line.* Una segunda operación, con el proveedor, en la que se disminuye el valor almacenado en el monedero; esta operación se realiza *off-line* (Turrión, 1996, pp. 12-13).

Es precisamente su capacidad de operar *off-line*, eliminando así la necesidad de chequeo con el emisor de la tarjeta para su utilización, sin menoscabo de la seguridad en la realización de la transacción, lo que confiere al monedero electrónico una importante ventaja sobre los

[47] Actualmente, estas tarjetas de prepago suelen emitirse en soportes físicos (tarjetas de plástico) que incorporan microprocesadores insertados en lugar de bandas magnéticas, denominándose en este caso "tarjetas *chip*"*.* Éstas pueden ser, bien "tarjetas con memoria simple*"* (*memory chip cards*), o bien "tarjetas inteligentes*"* (*smart cards*). Mientras las primeras únicamente son capaces de almacenar información, pero no de procesarlas, las segundas incorporan un microprocesador que les confiere una capacidad autónoma de cálculo y de toma de decisiones cuando interactúan con CA u otros lectores de registros. El microprocesador incorporado en el caso de las denominadas tarjetas inteligentes permite llevar a cabo dos tipos de aplicaciones separadas pero compatibles y complementarias entre sí: aplicaciones estrictamente financieras (monedero electrónico) y otras no financieras, reservadas para aquellos servicios adicionales que el emisor de la tarjeta desee prestar a sus titulares (expedientes académicos, historiales médicos, etc.).

demás instrumentos de pago en términos de eficiencia en costes de procesamiento de pagos.

2) Tarjetas de débito. Son las que dan lugar al cargo inmediato del importe de cada transacción realizada en una cuenta bancaria con disponibilidad a la vista abierta a nombre del titular de la tarjeta.

3) Tarjetas de crédito. Estas tarjetas tienen como característica el permitir a su titular diferir temporalmente la liquidación de la deuda contraída con su emisor. Cuando la totalidad de la deuda se liquida con periodicidad, normalmente, mensual estaremos ante un "cargo o débito diferido"[48]. En el caso de reembolsar la deuda de forma fraccionada y con periodicidad superior al mes nos referiremos a un "crédito".

3.5. AGENTES IMPLICADOS EN LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS REALIZADAS CON TARJETAS

En las transacciones realizadas con tarjetas, cuando éstas ejercen su función como instrumento de pago, interaccionan distintos agentes cuya presencia es imprescindible (Gete-Alonso, 1990, pp. 18-22), siendo los principales el emisor de la tarjeta, el titular de ésta y los establecimientos adheridos al sistema:

1) Emisor de la tarjeta. Sujeto, normalmente persona jurídica, que emite la tarjeta de pago (propia o con marca propiedad de otra entidad) a nombre de un titular en virtud de un contrato de tarjeta de pago. Puede adoptar la forma de entidad bancaria, mercantil o de una asociación.

[48] Las tarjetas que únicamente tienen esta opción suelen denominarse "tarjetas de cargo o de compras", siendo su ejemplo más típico las tarjetas financieras y comerciales. Sin embargo, en la práctica, frecuentemente se incluyen en una misma tarjeta las características propias de otras modalidades diferentes. Así, se ofrecen en el mercado tarjetas de débito con posibilidad de diferir el pago mensualmente (por ejemplo, opciones de la tarjeta *6000*) o tarjetas comerciales (por ejemplo, tarjetas de El Corte Inglés) que admiten la posibilidad de fraccionar el pago, actuando como una tarjeta con opción de crédito puro.

2) Titular y/o usuario de la tarjeta. No siempre resulta fácil en la literatura existente determinar claramente quién se considera titular de una tarjeta. El hecho de que no siempre coincidan en la misma persona las figuras de titular y usuario, ha originado confusión en las definiciones dadas por distintos organismos y autores, incluyéndose, en algunos casos, ambas bajo el nombre genérico de titular (Carbonel, 1994, pp. 202-204). A efectos de tener en cuenta la distinción entre ambas figuras, definiremos titula*r* como la persona física o jurídica a cuyo nombre se expide la tarjeta y como usuario el titular o la persona portadora de la tarjeta autorizada por el primero para su uso.

3) Establecimiento suministrador de bienes y servicios. “Cualquier persona física o jurídica que se compromete con el emisor a aceptar en su establecimiento el pago con tarjetas de los bienes y servicios que adquieran los titulares de las mismas” (Carbonel, 1994, p. 204).

Independientemente de los anteriores, existen otros agentes que con bastante frecuencia están implicados, aunque no necesariamente, en el proceso de pago con tarjetas. Nos referimos a las entidades bancarias y las de franquicia.

4) Entidad bancaria. Su presencia es, hoy en día, prácticamente necesaria en los sistemas de pago con tarjetas, a pesar de que puede convenirse entre las partes otras formas de liquidación (en efectivo o entrega de cheque por el importe debido).

5) Entidad de franquicia. Empresa que mediante un contrato de franquicia mantenido con la entidad emisora, permite a ésta la puesta en circulación de tarjetas bajo una marca de la que es propietaria (por ejemplo, *Visa* Internacional).

Desde un punto de vista jurídico[49], las interacciones entre los agentes anteriores en las transacciones financieras realizadas con tarjetas dan lugar a una serie de relaciones contractuales complejas y multipersonales entre las que caben destacar, como principales, las siguientes (Colls, 1990, p. 47):

- La relación entre el emisor y el titular, que se sustenta documentalmente en la solicitud de tarjetas de pago[50] y en la que el titular se adhiere a las normas de uso preestablecidas por la entidad emisora.
- La relación entre la entidad emisora y los establecimientos adheridos a su sistema.
- La relación entre la entidad emisora y el banco o entidad de crédito.

En España, el régimen legal que regula de manera específica las anteriores relaciones es, igual que ocurre en el resto de países de la UE, excepto en Dinamarca, inexistente y sólo se pueden aplicar algunas normas de carácter general sobre contratos bancarios e información a la clientela y las recomendaciones que, a fin de homogeneizar el uso de tales instrumentos, ha emitido la Comisión Europea.

De acuerdo con Gete-Alonso (1990, pp. 7-11), la problemática jurídica que subyace en las relaciones anteriores "... se centra en la manera que se lleva a cabo el pago de la obligación: si es un documento mercantil a los efectos del art. 1.170 CC; si el acreedor conserva la acción de cumplimiento frente a su deudor (consumidor-titular de la tarjeta) cuando la entidad emisora de la tarjeta no le ha satisfecho la deuda, de modo que podría hablarse de la

[49] Se puede profundizar en esta problemática consultando, entre otros, los siguientes autores: Pérez-Serrabona (1987), Pérez-Serrabona y otros (1993), Colls (1990), Carbonel (1994), Gete-Alonso (1990), ISTPB (1993), Ortega (1994) y Barutel (1997).

[50] Se trata éste de un contrato atípico y complejo en el que se suelen incluir otras clases de relaciones, tales como el contrato de seguro de accidentes.

existencia de dos deudores, y cuales son las responsabilidades contractuales que se derivan de la utilización de las tarjetas, entre las diversas personas que intervienen en la misma".

3.6. ASPECTOS LEGALES EN TORNO A LAS TARJETAS DE PAGO

3.6.1. NATURALEZA JURÍDICA DE LAS TARJETAS DE PAGO[51]

La naturaleza jurídica de las tarjetas de pago no ha podido ser definida nítidamente. Si bien poseen ciertas similitudes con los denominados "títulos valores" no ha sido posible, ni aún considerando únicamente su función como instrumento de pago, asimilar la tarjeta a ninguno de los contratos o títulos que ya estaban regulados, sea en el ámbito civil o en el mercantil. Hace más compleja la determinación de su naturaleza jurídica el hecho de llevar incorporados derechos de acceso a una gran variedad de servicios, diferentes de los propiamente de pago, que varían según las instituciones emisoras y que van evolucionando en el tiempo, tanto cualitativa, como cuantitativamente.

En relación con lo anterior, un "título valor" se define por la doctrina como "... un documento sobre un derecho privado cuyo ejercicio y cuya transmisión están condicionados a la posesión del documento" (Garrigues, 1951, pp. 305-306). A pesar de las características propias de cada uno de estos títulos, gozan de una serie de notas comunes (Pérez-Serrabona y otros, 1993, p. 48), a saber:

[51] Se intenta en el presente apartado de dar una visión general, no un análisis detallado, de la problemática suscitada en la delimitación de la naturaleza jurídica de las tarjetas. Para un estudio más profundo sobre esta cuestión pueden consultarse, entre otros, Pérez-Serrabona (1987, pp. 39-43), Colls (1990, pp. 29-30), Gete-Alonso (1990, pp. 27-28), Pérez-Serrabona y otros (1993, pp. 46-52), Carbonel (1994, pp. 181-186), Ortega (1994, pp. 61-63) y Barutel (1997).

- Legitimación por la posesión: el portador del título o la persona designada en él, que lo presenta, es el legítimo tenedor del mismo y, por tanto, es también poseedor del derecho que éste ha de incorporar.

- Literalidad del documento: su base estriba en la confianza que el tomador presta al recibir y leer lo que en él hay escrito. En el título se hace una mención detallada y pormenorizada del derecho que se incorpora aunque, a veces, pueda aparecer esta nota más debilitada.

- Autonomía del derecho que cada titular sucesivo va adquiriendo sobre el título y sobre los derechos en él incorporados.

En los distintos títulos valores existentes se dan estas características en mayor o menor medida que en otros, pero cuando alguna de estas características no se den, o se den de una manera incompleta, como es el caso de las tarjetas de pago, nos hallamos ante lo que se ha llamado "títulos de crédito impropios" o "títulos de legitimación".

De esta forma, la sentencia del Tribunal Supremo de 22 de noviembre de 1976, se refería a la naturaleza de las tarjetas de pago en los siguientes términos: "... su naturaleza jurídica es semejante a la de los títulos valores, pues en ella concurre la nota de incorporación del derecho a un título, pero ni la literalidad es absoluta desde el momento de que no todo lo convenido entre el banco y el titular se refleja en la tarjeta de crédito, ni el principio de autonomía o independencia entre el título y el negocio subyacente resplandece con toda nitidez, siendo además dichas tarjetas personalísimas e intransferibles, estando prescrita la transmisión a terceros de las mismas y de los derechos que representan" (ISTPB, 1993, BMP 02, p. 9).

En definitiva, la tarjeta de pago no puede ser considerada con un título valor en sentido estricto porque:

- El derecho que se ejercita con la tarjeta proviene de un contrato que previamente se ha realizado con una entidad emisora.

- Con la sola presentación del documento no se puede ejercitar ese derecho, siendo necesarios otros requisitos, como pueden ser otra identificación, firma, comprobación, utilización de números secretos, etc.

- En relación con la literalidad, el documento en sí se limita a contener el nombre del emisor, el del titular y algún otro dato de identificación.

- No siempre para ejercer el derecho incorporado es necesaria su exhibición, como es el caso de la venta a distancia con pago a través de tarjetas.

- Tal y como aparece en las cláusulas contractuales, la tarjeta de pago es personal e intransferible en todo caso.

Ante la falta de una normativa específica y la dificultad de asimilarla a algunos de los títulos ya regulados, distintas resoluciones judiciales han calificado de forma diferente la naturaleza jurídica de las tarjetas de pago. Éstas han sido recopiladas por Carbonel (1994, p. 183) y las exponemos a continuación[52]:

> 1) Con ocasión de los delitos de estafa y falsificación de documentos, la sala de lo Penal del Tribunal Supremo en su sentencia de 19 de junio de 1986 calificó las tarjetas de crédito de “documentos mercantiles”.

[52] En el estudio realizado por Carbonel (1994, p. 186), hace además un recorrido por la literatura jurídica extranjera y pone de manifiesto que en “... el intento de encajar las tarjetas en alguna figura jurídica existente en la legislación en vigor... no ha habido mucho éxito..., y ello es debido, pensamos, a la propia esencia y circunstancias de la tarjeta”.

2) En su sentencia del 22 de noviembre de 1976 el Tribunal Supremo señala que la naturaleza jurídica de la tarjeta es semejante a la de los títulos valores.

3) Sentencia del Juez de Primera Instancia del Juzgado número 2 de Madrid de 17 de junio de 1987. En esta sentencia se considera a la tarjeta de crédito "... como documento mercantil que se incluye en el segundo párrafo del art. 1.170 del Código Civil".

4) Sentencia de la Audiencia Territorial de Madrid, de 19 de octubre de 1988, indica que el contrato atípico guarda semejanza "... con el pago de las obligaciones por tercero -artículos 1.158 y 1.159 del Código Civil- y con la novación de las obligaciones por tercero por subrogación del deudor -artículos 1.203.2; 1.210.2 y 1.212 del Código Civil".

5) La sentencia de la Audiencia Provincial de Ciudad Real (Sección 2ª) de 20 de mayo de 1993, califica de título de legitimación a una tarjeta *4B*, añadiendo que no incorpora "... propiamente derechos subjetivos" y que "... es un mero instrumento de ejercicio de un derecho contractual nacido de actos concluyentes plenos de significación en el tráfico jurídico".

Como sugiere Gete-Alonso (1990, p. 28), refiriéndose a la falta de equivalencia de las tarjetas de pago con los títulos valores "En la doctrina, ello ha llevado a considerar que, sin negar su carácter de ser título representativo de un crédito, en el que éste se ejercita, precisamente, a través de la tarjeta, es un título impropio asimilable a los denominados títulos de legitimación aunque, tampoco, propiamente lo sean -valga la repetición- de legitimación".

3.6.2. REGULACIÓN DE LAS TRANSACCIONES CON TARJETAS EN EL ÁMBITO DE LA UE

A excepción de Dinamarca, el resto de países de la UE, incluida España, se han decantado por la propia autorregulación del mercado de tarjetas de pago, en un intento de evitar que una regulación demasiado rigurosa pudiese suponer un impedimento al desarrollo y evolución tecnológica de estos instrumentos y de los sistemas que lo soportan. Ello, no es más que el fiel reflejo en el ámbito doméstico de la línea "cautelosa" que las instituciones comunitarias han seguido en este sentido. De hecho, independientemente de las legislaciones nacionales bancarias, de protección al consumidor, etc., que indirectamente son aplicables a los conflictos surgidos entre los agentes intervinientes en este mercado, únicamente existen tres recomendaciones[53] emitidas por la Comisión Europea que, sin tener un carácter vinculante para los Estados miembros, han tratado de regular dicho mercado de una manera específica. El recorrido que hacemos en los párrafos siguientes a través de la producción legislativa de la Comisión y de los distintos documentos que le han servido de base para ello durante la última década puede servir para dilucidar cómo se ha llegado a esta situación y las perspectivas existentes sobre una futura regulación de este mercado en los países que integran la UE.

La Comisión Europea ha venido apostando por las tarjetas como principal instrumento de pago transfronterizo[54] *in situ* desde que este

[53] Las recomendaciones son actos normativos sin efectos jurídicos vinculantes. Sin embargo, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea tiene declarado que no están desprovistas de todo efecto jurídico y que los jueces nacionales están obligados a tenerlas en cuenta cuando aclaren la interpretación de las disposiciones nacionales (Barutel, 1997, p. 172).

[54] Es habitual distinguir en los pagos tranfronterizos entre los realizados *in situ* y "a distancia". Los primeros incluyen aquellos que se efectúan personalmente en un Estado miembro por un residente en otro Estado. Para efectuarlos se requiere que el instrumento de pago esté garantizado, ya sea efectivo, cheque o tarjeta de crédito. Los pagos "a distancia" son aquellos que se realizan sin que sea necesario efectuar cruce material de ninguna frontera: el usuario envía el instrumento de pago por correo al beneficiario, o bien ordena a su banco u otra entidad financiera que haga el pago en su nombre al banco u otra entidad del beneficiario, forma esta de pago conocida como transferencia.

organismo asumió la tarea de homogeneizar los diversos sistemas de pago de los Estados miembros de la UE. Fue a través de la elaboración del Libro Blanco sobre la plena realización del Mercado Interior (Comisión Europea, 1985) cuando la Comisión Europea se comprometía expresamente en sus artículos 122[55] y 123[56] a formular propuestas relacionadas con la homogeneización de los sistemas de pago de los Estados miembros, en general, y para el desarrollo y búsqueda de características comunes relacionadas con las tarjetas de pago, en particular. A partir de este compromiso inicial, la Comisión ha elaborado a lo largo de la última década una serie de documentos dirigidos a la eliminación de aquellas barreras en los pagos transfronterizos que, a pesar de la eliminación de las restricciones legales, aún hoy en día obstaculizan la liquidación eficaz de las obligaciones surgidas de las relaciones económicas entre personas, empresas e instituciones pertenecientes a distintos Estados miembros y que dificultan la puesta en práctica del principio de libre circulación de capitales en el Mercado Interior. Las principales acciones legislativas y documentos presentados por la Comisión en lo que concierne a los sistemas de pago minorista, que será objeto de análisis en el presente apartado, aparecen en la figura 3.3.

Ante el compromiso asumido en el Libro Blanco, la Comisión dirigió al Consejo, el 12 de enero de 1987, una comunicación bajo el título "Una nueva baza para Europa: las tarjetas de pago electrónicas" (Comisión Europea, 1986). En ella se definía la estrategia general y un calendario de acción de la Comisión en el campo de los pagos electrónicos, estableciendo como principal

[55] Artículo 122. También los servicios bancarios electrónicos favorecerán la información y las transacciones comerciales. Las nuevas tarjetas de pago (tarjetas con memoria, tarjetas "*on-line*") tenderán a sustituir a los cheques y las tarjetas de crédito. Mientras que existe ya un acuerdo sobre la compatibilidad de los aparatos *Videotex* en la Comunidad, no ocurre lo mismo en lo que se refiere a la producción de nuevas tarjetas.

[56] Artículo 123. La Comisión proyecta presentar propuestas que faciliten la definición de las características comunes de las máquinas utilizadas para la producción de tarjetas de pago, con objeto de que estas últimas sean iguales en toda la Comunidad. Por otra parte, con observancia, en todo caso, de la normativa comunitaria en materia de competencia, tratará de facilitar la celebración de acuerdos en el ámbito europeo entre bancos, comerciantes,

objetivo la búsqueda de la "interoperatividad"[57] entre los distintos sistemas de tarjetas de pago[58]. Cabe destacar que, en su punto 21, se reconocían dos tipos diferenciados de relaciones contractuales que se derivarían de la utilización de las tarjetas como medios de pago: por un lado, relaciones entre emisores y poseedores de tarjetas y, por otro lado, las mantenidas entre comerciantes o prestadores de servicios y los emisores de tarjetas. Respecto a las primeras, la Comisión se comprometía en su punto 21.1 a transmitir al Consejo una propuesta de directiva antes del final del año 1987. En lo que se refiere a las segundas, en su punto 21.2, se preveía la publicación durante el primer trimestre de 1987 de una recomendación en la que se propondría un código europeo de buena conducta al objeto de establecer algunas condiciones generales relativas al establecimiento de los contratos y unos principios fundamentales para la utilización de la tarjeta de pago en el punto de venta.

Como fruto de este segundo compromiso, se emitió tardíamente la Recomendación de la Comisión de 8 de diciembre de 1987 sobre "Un código de buena conducta en materia de pago electrónico. Relaciones entre organismos financieros, comerciantes-prestadores de servicios y

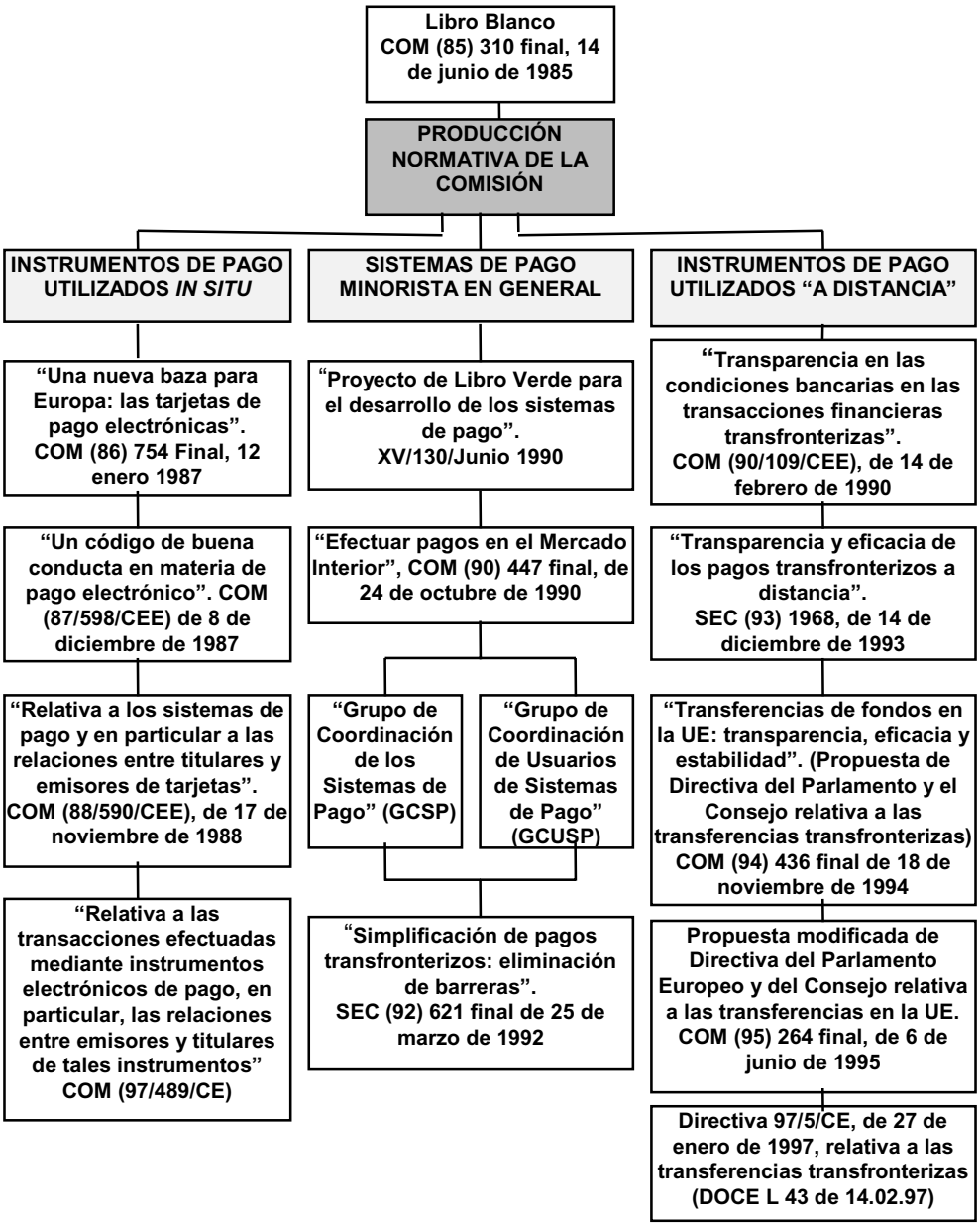
fabricantes y consumidores sobre la compatibilidad de los sistemas, la interconexión de redes, las normas de utilización y las tasas de comisión.

[57] El término "interoperatividad" se utiliza para designar "... una situación en la cual las tarjetas emitidas en un Estado miembro y/o pertenecientes a un determinado sistema de tarjetas puedan utilizarse en otros Estados miembros y/o redes de otro sistema; esto presupone una compatibilidad tecnológica de las tarjetas y lectores utilizados en los distintos sistemas, así como una apertura de los mismos mediante acuerdos basados en el principio de reciprocidad" (Comisión Europea, 1987).

[58] En el citado documento se limitaba el papel de la Comisión en este campo al de simple "catalizador" del proceso de compatibilización de los distintos sistemas de tarjetas, delegando a las entidades emisoras y gestoras la responsabilidad de conseguirlo antes de final de 1992, según el calendario previsto (punto 22). Así, en su punto 5 se señalaba expresamente que las responsabilidades sobre la "interoperatividad" "... no incumbe únicamente a las instancias comunitarias. En realidad corresponde a los organismos que emiten tarjetas y gestionan las transacciones correspondientes, aplicar las técnicas adecuadas... La presente iniciativa pretende acompañar los esfuerzos de apertura necesaria con medidas destinadas a ayudar a los organismos interesados a llevar a la práctica la "interoperatividad". A su vez, en este documento queda reflejada la preocupación de la Comisión por garantizar que los progresos realizados en este campo no serán obstáculos para la libre competencia dentro del mercado europeo.

FIGURA 3.3

PRODUCCIÓN NORMATIVA DE LA COMISIÓN EUROPEA RELATIVA A LOS SISTEMAS DE PAGO TRANSFRONTERIZOS DE LOS ESTADOS MIEMBROS



Fuente: Elaboración propia.

consumidores" (Comisión Europea, 1987), en el que, tal y como estaba previsto, se establecían principios generales sobre contratos, "interoperatividad" de sistemas, equipos, protección de datos y seguridad y

acceso equitativo al sistema[59]. En lo que se refiere a las relaciones emisores-titulares, se emitió con fecha 17 de noviembre de 1988 otra Recomendación "Relativa a los sistemas de pago y en particular a las relaciones entre titulares y emisores de tarjetas" (Comisión Europea, 1988) en la que se complementaba las directrices generales dadas por la anterior Recomendación respecto a la información recibida por el consumidor y a los requerimientos mínimos en lo que se refiere a los derechos y obligaciones recíprocas de los titulares y emisores de tarjetas[60].

A través de este último documento se "invitaba" a las entidades emisoras a que, de manera unilateral y voluntaria, adaptasen sus contratos a las normas en él contenidas. Con este proceder cauteloso, en aras a no entorpecer el desarrollo de estos instrumentos y de la tecnología que le acompaña, la Comisión incumplía su compromiso de regular tales relaciones a través de una normativa de carácter vinculante (directiva) para los Estados miembros, estableciendo, tan sólo, en el último considerando de la Recomendación que "... controlará la aplicación de la presente Recomendación y que si, transcurrido doce meses, no se considerase satisfactorio, adoptará las medidas pertinentes"[61].

[59] Este documento serviría de base para la posterior elaboración por la ECSA, en 1990, de la tercera versión del "Código de buena conducta de la banca europea con respecto a los sistemas de pago mediante tarjeta", que constituía la respuesta del Sector Crediticio Europeo (ECSA) a la citada Recomendación.

[60] Destacando los puntos más importantes introducidos, se recomendaba en el documento el establecimiento por escrito de las cláusulas contractuales que regirán los derechos y obligaciones de titulares y emisores e informarán claramente sobre las bases de cálculo de los importes de los gastos, las responsabilidades de las partes en caso de incumplimiento del contrato o mal funcionamiento de los aparatos, la no modificación de dichas cláusulas sin acuerdo previo entre las partes y el no envío de ningún instrumento que previamente no hubiese sido solicitado por el cliente. Además, se limitaba la responsabilidad del titular antes del momento de la notificación de la pérdida, robo o falsificación hasta un equivalente a 150 ecus.

[61] Al compromiso de la Comisión a establecer la citada Directiva se opusieron, no sólo el conjunto de la industria bancaria, sino también los gobiernos de algunos Estados miembros argumentando que el establecimiento de una norma que regulase con carácter vinculante un campo en el que se estaba produciendo una rápida expansión podría frenar su desarrollo. La oposición del Comité Consultivo de Consumidores de la Comisión Europea (recogida en CCC opinion of 17 May 1988) a este imprevisto reemplazamiento de una directiva por una norma legalmente más débil no tuvo finalmente éxito.

El documento emitido por el BEUC el 24 de octubre de 1988, "*New electronic means of payment. Arguments in favour of consumer protection with regard to the contractual aspects*" (BEUC, 1988), reflejaba la insistencia de las organizaciones de consumidores sobre la necesidad de regular a través de Directiva las relaciones entre titulares y emisores. De hecho, una vez agotado el período de doce meses previsto por la Comisión, un estudio llevado a cabo en la Universidad de *Utrecht* por el *Molengraaff Institute for Private Law*, en la que cooperaron las principales organizaciones de consumidores europeas, concluía que no había habido una implementación satisfactoria de la Recomendación, sino que, por el contrario, en *todos* los Estados miembros, muchos emisores utilizaban términos en sus contratos que a menudo contenían desviaciones de las disposiciones incluidas en ésta (BEUC, 1990, p. 45)[62].

Desde entonces, la denuncia por parte de las organizaciones de consumidores del incumplimiento de los preceptos de la Recomendación de 1988 ha sido una constante y, a pesar del reconocimiento expreso de esta situación tanto por los representantes de las entidades de crédito europeas como por la propia Comisión, esta última sólo ha respondido a través de declaraciones de intenciones contenidas en diversos documentos que versaban sobre el sistema de pago minorista en general, y elaborando una segunda Recomendación en 1997 a la que posteriormente haremos mención. En el resto del presente subapartado se intenta sintetizar las alusiones más

[62] Entre los incumplimientos de los términos de la Recomendación de la Comisión, de 17 de noviembre de 1988, el estudio resaltaba que en un gran número de los aproximadamente 200 contratos analizados no se limitaba la responsabilidad del titular antes de la notificación o, si se hacía, no se respetaba el límite impuesto por aquella (hasta 150 ecus). Igualmente ocurría con la existencia de limitaciones de responsabilidad una vez que la pérdida, robo o falsificación de las tarjetas han sido denunciados y notificados a la entidad emisora. Por otra parte, se subrayaba el hecho de que en casi todos los contratos analizados no se establecían las responsabilidades de las entidades emisoras en caso de no ejecución o realización con defectos de las transacciones iniciadas por los titulares de tarjetas. Según dicho estudio, las situaciones anteriores eran especialmente problemáticas en cuatro Estados miembros: Portugal, Italia, España y Grecia (los resultados sobre el cumplimiento de la recomendación por las distintas entidades emisoras en los once países europeos considerados aparecen detallados en el apéndice de dicho trabajo).

relevantes incluidas en dichos documentos en lo referente al mercado de tarjetas de pago.

En 1990, la Comisión presentó, por primera vez, dos importantes documentos de discusión y debate al objeto de realizar, desde la óptica de los usuarios, un análisis global[63] de la situación de los sistemas de pago transfronterizos en la UE. Con ello se pretendía identificar los principales problemas que obstaculizaban su funcionamiento en las mismas condiciones de seguridad, rapidez y economía que las transacciones realizadas en el ámbito doméstico y las posibles medidas tendentes a mejorarlo. Se trata de los documentos *"*Proyecto de Libro Verde para el desarrollo de los sistemas de pago" (Comisión Europea, 1990a) y el Documento de Discusión *"*Efectuar pagos en el mercado interior" (Comisión Europea, 1990b). Este último documento destacaba, en líneas generales, los altos costes y la variable calidad de los servicios de pago transfronterizos al por menor, al mismo tiempo que reconocía el buen funcionamiento de las transacciones manuales realizadas a través de tarjetas de crédito[64] y el esfuerzo realizado en todos los Estados miembros, desde la presentación de la citada Comunicación de 1987, en el campo de la "interoperatividad" de redes, principalmente de CA[65].

Tras los resultados obtenidos, el informe solicitado al Grupo de Coordinación de los Sistemas de Pago (GCSP)[66] incluía un estudio realizado

[63] Tanto de instrumentos utilizados *in situ*, como "a distancia*"*.

[64] "Es difícil ver qué otras mejoras podrían introducirse en este terreno" (Comisión Europea, 1990b, p. 19).

[65] Sobre la base de los resultados obtenidos, la Comisión creó en Marzo de 1991 dos grupos permanentes de trabajo para que "… le asesorara sobre la manera de agilizar los pagos transfronterizos de pequeña cuantía". Éstos eran el Grupo de Coordinación de los Sistemas de pago (GCSP), integrado por miembros procedentes del sector bancario y de los bancos centrales, y el Grupo de Coordinación de los Usuarios de Sistemas de pago (GCUSP), que congregaba a los representantes de la banca, de los consumidores y de las pequeñas empresas.

[66] Dicho informe, que estaba enfocado principalmente en el estudio de los pagos "a distancia*"* a través de transferencias electrónica de fondos, centró su trabajo en tres aspectos principales: evaluación de la demanda actual y futura de servicios de pago transfronterizos;

por la Federación Bancaria Europea en el que se suministraba información sobre la importancia relativa de las transacciones realizadas con distintos instrumentos de pago al por menor en algunos países de la UE, destacándose que la mayor proporción de pagos realizados *in situ* se hacían a través de las tarjetas de pago, representando en algunos países más de la mitad de los pagos realizados en esta modalidad. Respecto a la "interoperatividad" de los distintos sistemas de tarjetas, se hacía referencia al rápido avance producido. Sin embargo, al referirse a las condiciones de la oferta, se reconocía que los consumidores no estaban bien informados respecto a las ventajas de los diferentes instrumentos que podían ser utilizados en las transacciones transfronterizas (tarjetas, cheques, etc.), a la vez que se hacía mención a la existencia de diferentes niveles de implementación de las recomendaciones de la Comisión de 1987 y 1988 en los Estados miembros, así como diferencias en aspectos no contractuales (revocabilidad del pago, prueba de las transacciones, terminación del pago, etc.). Por su parte, en el informe paralelo solicitado al Grupo de Coordinación de los Usuarios de los Sistemas de Pago (GCUSP) se reconocía a las tarjetas de pago como instrumentos sumamente convenientes para la realización de transacciones transfronterizas, tanto para el cliente como para los comerciantes, al mismo tiempo que se resaltaba la necesidad de lograr una mayor "interoperatividad" de las tarjetas de débito.

Los resultados anteriores[67] sirvieron de base a la Comisión para la adopción del Documento de Trabajo "Simplificación de los pagos transfronterizos: eliminación de barreras" (Comisión Europea, 1992). En dicho documento, el sector bancario reconocía la necesidad de mejorar la calidad de la información facilitada a sus clientes en el suministro de servicios de pago al por menor y se comprometía a llevar a cabo este cometido en dos fases: una

análisis de la situación actual y proyectos que pueden mejorar los citados servicios; y examen de los obstáculos que han de eliminarse y medidas que deban contemplarse con vistas a mejorar los sistemas de pago.

[67] "*Easier cross border payments: breaking down the barriers. Sources Documents*" (XV/0105/92).

primera, que afectaría a los pagos "a distancia*"* y, una segunda fase, en la que se revisaría la información facilitada a los clientes sobre los pagos *in situ*. Respecto a la primera categoría de pagos, en la misma comunicación se añadía un anexo (Anexo A), referente a las "Directrices del sector bancario europeo relativas a la información que debe facilitarse a los clientes sobre los pagos transfronterizos a distancia", que las entidades de crédito se comprometían voluntariamente a cumplir a partir de 31 de diciembre de 1992, dando respuesta así a la primera de las dos fases previstas[68].

Ante el incumplimiento reiterado de las citadas directrices por las asociaciones europeas del sector crediticio y una vez consultados los grupos de trabajo sobre sistemas de pago[69], se recogía en una Comunicación a la Comisión titulada "Transparencia y eficacia de los pagos transfronterizos" (Comisión Europea, 1993a) la propuesta[70] de conceder al sector crediticio un "plazo de gracia" para que pudieran alcanzar, mediante la autorregulación, los

[68] En la misma comunicación, la Comisión se comprometía a realizar un seguimiento sobre la efectiva implementación de las medidas acordadas por las asociaciones europeas del sector crediticio respecto a la mejora de información que se facilita a sus clientes en los "pagos a distancia", previendo para ello una reunión a principios de 1993 con las partes interesadas. Posteriormente, los resultados negativos de ésta, celebrada en el mes de enero, llevó a la Comisión a encargar un estudio a una empresa independiente, *Retail Banking Research Ltd*., con el fin de evaluar la implantación de las directrices en el sector bancario de la Comunidad Europea. El estudio, publicado en julio de 1993 bajo el título "*Remote cross border payment services: transparency in conditions offered and performance of transfrer executed*" (Comisión Europea, 1993b), se basaba en los resultados obtenidos tras realizar 1.000 transferencias de 100 ecus cada una entre 34 bancos de todos los Estados miembros y en un estudio de mercado en el que se visitaron 287 oficinas con el fin de comprobar la calidad de la información por escrito facilitada a su clientela a la hora de realizar un pago transfronterizo. Entre las conclusiones finales se afirmaba que, normalmente, el personal bancario no parecía bien informado sobre las transferencias transfronterizas. La información era a menudo vaga y la comparación entre la información *ex-ante* y *ex-post* en el ejercicio de transferencia mostraba que el tiempo de la transferencia y el coste tendía a ser subestimado en muchos casos. Con ello, se confirmaban los resultados de otro estudio llevado a cabo previamente por el BEUC, en 1992, bajo el título "*Cost transparency in cross-border financial transfers*" (BEUC, 1992).

[69] Cabe destacar que los estudios realizados sobre los que se basaba la decisión de la Comisión fueron criticados por los representantes del sector bancario por considerarlos prematuros y limitados respecto a la muestra de sucursales analizadas (34). En similares términos se pronunció el Comité Económico y Social (1994) en su "Dictamen sobre la comunicación y el proyecto de Directiva sobre la transparencia y eficacia de los pagos transfronterizos a distancia".

[70] Aprobada por la Comisión el 14 de diciembre de 1994.

resultados de transparencia y eficacia deseados, a la vez que se adjuntaba al documento una primera propuesta de Directiva con objeto de subrayar la intención de la Comisión de implantar medidas obligatorias a este respecto, en caso de que la simple autorregulación del sector no diese resultados positivos. Igualmente, se preveía la convocatoria, durante dicho "período de gracia", de todas las partes interesadas para debatir, tomando como base las Directrices elaboradas para los pagos transfronterizos "a distancia", los problemas prácticos, así como la posibilidad de una nueva carta independiente en la que quedaría fijada la información facilitada a la clientela después de una operación, los plazos, la fecha de valor de los "pagos a distancia" y la transparencia de los pagos *in situ*.

En el pronunciamiento del Comité Económico y Social (CES, 1994) sobre la propuesta de directiva emitida por la Comisión en materia de pagos "a distancia", se manifestaba su preferencia por un código deontológico pero, también, que en el caso de que resultase necesario elaborar una normativa vinculante su ámbito de aplicación debería incluir a otras entidades que gestionan profesionalmente los pagos transfronterizos (por ejemplo, las sociedades de tarjetas de crédito), así como abarcar a todos los medios de pago (transferencias, cheques y operaciones de cargo realizadas a través de TPV), debido a su utilización cada vez más frecuente en pagos "a distancia" en las telecompras, pedidos por catálogos, etc.

Más tarde, en una comunicación presentada por la Comisión bajo el título "Transferencias de fondos en la UE: transparencia, eficacia y estabilidad" (Comisión Europea, 1994) se reconoció que las reuniones previstas entre distintas asociaciones interesadas al objeto de analizar la información facilitada a los usuarios de servicios de pago *in situ* no habían dado ningún resultado. Por ello, y en vista de las continuas demandas de mejora por parte de estos últimos, la Comisión decidió lanzar un estudio independiente[71], que debería

[71] Los objetivos concretos que perseguía la Comisión con el citado estudio eran: examinar qué información deber recibir el cliente para sacar el máximo partido de su tarjeta; conocer el

prepararse para junio de 1994, en cuyos resultados, previo debate con los grupos consultivos sobre sistemas de pago, se basaría la Comisión para decidir si era necesario o no efectuar mejoras, así como, en su caso, la mejor manera de implementarlas. A su vez, establecía un plan de seguimiento "... sobre los mecanismos utilizados por las asociaciones europeas del sector crediticio y de los emisores de tarjetas para garantizar que para el 1 de enero de 1996 se hayan obtenido de forma voluntaria unos buenos resultados. A la vista de éstos la Comisión estudiará si es necesario promulgar un instrumento legislativo" (Comisión Europea, 1994, p. 10). Paralelamente, la Comisión proponía la elaboración de otro estudio[72] en el segmento de las tarjetas de prepago (monedero electrónico) y mostraba su interés en este instrumento por tres razones principales: los interrogantes de índole regulatorio que se pudieran plantear con su desarrollo, interés por promocionar una tecnología europea competitiva y la importancia de este instrumento en el período de desaparición de las monedas nacionales y adaptación al euro por parte de las economías europeas. El Comité Económico y Social (CES, 1995) aprobaría en un Dictamen de 1 de junio de 1995 ambas acciones, pero recomendaba que "... la cuestión de las tarjetas de prepago se examine con toda la cautela necesaria...", ya que "... los bancos centrales consideran que este instrumento es de su competencia institucional en materia de control de la circulación monetaria".

Posteriormente, se presentó el Libro Verde de la Comisión de mayo de 1996 titulado "Servicios financieros: cómo satisfacer las expectativas de los consumidores" (Comisión Europea, 1996), en el cual se trataban una serie de

coste exacto de los pagos, así como las responsabilidades de cada uno; recoger y examinar una muestra representativa de contratos celebrados entre distintos emisores de tarjetas y sus titulares, así como de los extractos que el cliente recibe tras la transacción; comparar los resultados de las dos primeras fases para concluir si, en la práctica, el cliente recibe toda la información necesaria y, caso de ser así, si se hace de la manera más apropiada; por último, determinar objetivamente qué mejoras podrían todavía llevarse a cabo.

[72] Se trataba de analizar las implicaciones reguladoras del desarrollo de este instrumento en lo referente a la estabilidad del sistema bancario, a la protección de los consumidores y al fomento de la "interoperatividad" de los servicios bancarios transfronterizos.

cuestiones relacionadas con la política del consumidor en el ámbito de los servicios financieros y, en particular, de la venta a distancia de dichos servicios con el fin de invitar a las partes interesadas a que remitan sus observaciones acerca de los temas expuestos. En el caso concreto de las tarjetas de pago, se exponía, una vez más, como principal motivo de preocupación para los grupos de usuarios la insatisfactoria aplicación de los principios establecidos en la Recomendación de 1988 sobre sistemas de pago, sobre todo en las normas sobre atribución de responsabilidades en caso de pérdida, robo o falsificación de estos instrumentos.

Las respuestas a las consultas presentadas en el Libro Verde se publicaron en una Comunicación de la Comisión titulada "Servicios financieros: reforzar la confianza del consumidor" (Comisión Europea, 1997a). En lo referente al mercado de tarjetas de pago se indicaba que "... el sector aplica, en general, la Recomendación aún cuando algunos Estados miembros tengan todavía que seguir trabajando en este sentido". Sin embargo, las agrupaciones de consumidores volvían a señalar los problemas que plantean determinadas disposiciones relativas a la delimitación de responsabilidades de cada una de las partes en caso de pérdida o robo de un instrumento de pago y las que determinan la carga de prueba en caso de litigio. Igualmente, la Comisión apuntaba el desfase de la Recomendación de 1988 ante la aparición y desarrollo de una generación de instrumentos de pago totalmente nueva, el dinero electrónico, y proponía actualizarla durante el otoño de 1997. Paralelamente, la Comisión se comprometía a presentar para finales de 1997 una propuesta de directiva sobre la emisión del dinero electrónico, a fin de garantizar la estabilidad y la solvencia de los emisores de dichos instrumentos de pago. Tanto para el caso de la recomendación actualizada como para la propuesta de directiva, la Comisión se comprometía a hacer un seguimiento de su aplicación durante 1998 a fin de evaluar la necesidad de otras medidas legislativas.

El primero de los compromisos se materializó en la emisión en julio de 1997 de una nueva Recomendación "relativa a las transacciones mediante instrumentos electrónicos de pago, en particular, las relaciones entre emisores y titulares de tales instrumentos" (Comisión Europea, 1997b).

A modo de conclusión parcial, la parte del éxito que, como catalizador del proceso de mejoras en la accesibilidad e "interoperatividad" de los sistemas de pago con tarjetas en el ámbito comunitario, le corresponde a la Comisión Europea ha quedado difuminada por el fracaso en lo que se refiere a la protección de los usuarios de estos instrumentos, los cuales, aún hoy en día, son destinatarios de unos contratos de adhesión en los que su capacidad de negociación es prácticamente nula. Para el caso concreto de España, Barutel (1997, pp. 175-176) señala que "La contratación relativa a las tarjetas está dominada por la estipulación en contratos-tipo, de contenido rígido y predeterminado, que repite uniformemente las mismas cláusulas sea cual sea la entidad emisora de la tarjeta... La situación viene agravada porque los contratos-tipo a su vez están sometidos a los condicionados generales de los Reglamentos de las marcas internacionales de tarjetas, que han venido imponiendo determinada forma de contratación a los emisores licenciatarios o franquiciados, que la reproducen en sus contratos-tipo. Los particulares, que desean usar las tarjetas, y los establecimientos, que desean ofrecer a los clientes sus ventajas, se ven prácticamente obligados a contratar en esas condiciones unilaterales impuestas por el emisor".

La adopción por los distintos países comunitarios del modelo promovido por la UE en relación con la regulación del mercado de tarjetas ha dado lugar a la inexistencia generalizada en aquellos de disposiciones legales que regulen expresamente las condiciones de la oferta del mercado de tarjetas de pago y que diesen respuesta a una de las condiciones esenciales que debe tener cualquier sistema financiero eficaz, como es la confianza de sus usuarios.

CAPÍTULO 4

RELACIONES ECONÓMICAS DE LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS

CAPÍTULO 4

RELACIONES ECONÓMICAS DE LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS BANCARIAS

Existe un consenso generalizado a la hora de identificar a las innovaciones tecnológicas como una de las fuerzas más importantes en el proceso de cambio que está experimentando el sector de servicios financieros. Tal y como señala Quintás (1990, p. 418) "... la TI (tecnología de la información) no sólo está transformando procesos y productos sino también la estructura misma del sector financiero e, incluso, a su propia delimitación conceptual y geográfica".

Por las razones anteriores, hemos creído conveniente dedicar el presente capítulo a identificar el estado de la cuestión en torno a las posibles implicaciones económicas de los diferentes elementos que conforman los sistemas de pago con tarjetas (CA, TPV y distintas modalidades de tarjetas de pago), lo que nos permitirá determinar el alcance de las repercusiones que los instrumentos de pago, objetos del presente trabajo de investigación, tienen sobre el sistema financiero, en general, y sobre el bancario, en particular.

4.1. IMPLICACIONES ECONÓMICAS DE LA UTILIZACIÓN DE LOS AUTOSERVICIOS BANCARIOS: ESPECIAL REFERENCIA A SUS EFECTOS SOBRE LA ACTIVIDAD BANCARIA

4.1.1. CAJEROS AUTOMÁTICOS

Los sistemas que con más éxito han conseguido aplicar la TI en el sector minorista bancario son los CA. Estos aparatos, que han demostrado ser los principales canales para el suministro de los servicios de pago mediante tarjetas, han contribuido de manera importante a la transformación del sector bancario, incidiendo en diversos aspectos que afectan, por un lado, a la empresa bancaria como ente individual y, por otro lado, a las relaciones internas y externas del mercado donde desarrollan su actividad.

4.1.1.1. IMPLICACIONES SOBRE LA ESTRUCTURA DEL SECTOR BANCARIO

Los cambios estructurales derivados de la aplicación de los CA a la actividad bancaria han afectado al sector en su conjunto y al mismo ámbito interno de las entidades financieras.

La aparición de los CA como canales alternativos de distribución de servicios financieros ha restado importancia relativa a la red de sucursales en las estrategias comerciales de las entidades (Pizarro, 1986, p. 5; Quintás, 1990, p. 109). No obstante, cabe señalar que estas nuevas formas de atender al cliente han demostrado a lo largo del tiempo que, lejos de sustituir las tradicionales sucursales bancarias, las han complementado. Efectivamente, el consenso generalizado en los años ochenta era que íbamos a asistir a una significativa reducción del número de oficinas y del empleo en el sector bancario. En concreto, Tracey (1993) sugería que al final de la década de los noventa el número de oficinas bancarias podría descender en un 20 por 100,

como consecuencia del incremento en el uso de los sistemas de autoservicio por parte de los clientes de la banca. Para el caso español, un estudio Delphi elaborado por Fundesco (1988, p. 52) constataba la visión interna que las entidades bancarias tenían sobre la evolución y tendencias futuras del sector tras las primeras incorporaciones de las tecnologías de la información. Entre otras, se llegaron a las siguientes conclusiones: "Con relación al problema de los elevados costes de transformación de las entidades bancarias españolas, se prevé la reducción en un 20 por 100 de la red de sucursales de bancos y cajas en 1992, la reducción de empleo en un 30 por 100 hacia 1996 y la reconversión de personal reflejada por la modificación del 40 por 100 de los puestos de trabajo totales hacia 1993".

Sin embargo, la realidad ha mostrado que el incremento constante del número de CA ha estado acompañado en la mayoría de los países de nuestro entorno[1], incluido España, de un aumento paralelo del número de oficinas bancarias desde mediados de los ochenta (período de máxima difusión de cajeros).

En el cuadro 4.1 se observa que, salvo en Países Bajos y Reino Unido, se ha producido un incremento en el número de sucursales durante el período considerado, tanto en términos absolutos como en relación con el número de habitantes. Igualmente, y de forma paralela, se ha producido un importante y generalizado aumento del número de CA en todos los países considerados, no observándose ninguna relación inversa con la variable anterior en lo que se refiere a su crecimiento.

[1] Salvo casos excepcionales (como Reino Unido y EE.UU.) la mayoría de los países han evolucionado de manera equivalente (Goirigolzarri, 1996, p. 20).

CUADRO 4.1

COMPARACIÓN DEL NÚMERO DE SUCURSALES Y DE CAJEROS DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DE EUROPA, 1987-1997

Países	Número de sucursales				Número de cajeros automáticos				Incrementos Nº sucursales (en porcentajes)		Incrementos Nº cajeros (en porcentajes)	
	1987		1997		1987		1997		1987-1997		1987-1997	
	Total	Hab. por ofic.	Total	Hab. por ofic.	Total	Hab. por cajero	Total	Hab. por cajero	Total	Hab. por ofic.	Total	Hab. por cajero
España	30.728	1.257	34.216	1.149	6.096	6.334	33.940	1.159	11	-9	457	-82
Francia	14.317	3.821	14.531	4.033	11.500	4.757	27.077	2.164	1	6	135	-54
Alemania	24.779	2.466	42.272	1.941	7.500	8.147	41.397	1.982	71	-21	452	-76
Italia	11.188	5.068	18.234	3.153	4.367	12.984	25.500	2.255	63	-38	484	-83
Países Bajos	3.373	4.328	2.914	5.357	450	32.444	6.401	2.439	-14	24	1.322	-92
Suecia	2.806	2.994	3.324	2.661	1.650	5.091	2.370	3.732	18	-11	44	-27
Reino Unido	21.961	2.586	13.676	4.314	12.500	4.544	23.200	2.543	-38	67	86	-44
Bélgica	5.807	1.701	7.434	1.370	802	12.319	5.007	2.033	28	-20	524	-83

Fuente: Banco de Pagos Internacionales (1989) y BCE (1999). Para España, datos de Sociedad Española de Medios de Pago, Banco de España e Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

En el caso particular de España (cuadro 4.2), el crecimiento del número de sucursales en el conjunto de entidades de depósito ha sido prácticamente continuo en el período 1986-1997[2], siendo las cajas de ahorros las que más lo han incrementado, con un 30 por 100 frente al 6 por 100 en el caso de los bancos.

En opinión de Goirigolzarri (1996, p. 21) existen dos razones principales que explican este comportamiento "inesperado":

- La tecnología, no sólo ha permitido crear nuevos canales alternativos, sino que ha incidido directamente en la propia oficina bancaria, haciéndola

[2] El crecimiento interanual de sucursales ha sido continuo durante el citado período en el caso de las cajas de ahorros, pero no así en bancos y cooperativas de crédito. En lo que se refiere a los bancos han descendido su número de sucursales en los años 1994 y 1996, mientras que las cooperativas de crédito lo hicieron en los años 1989 y 1992. No obstante, el saldo neto del período considerado ha sido positivo para los tres grupos de entidades.

bastante más eficiente a través de sinergia de distribución[3] y descensos en los costes operativos unitarios.

- Se produjo una sobrevaloración del impacto de las nuevas tecnologías sin valorar la opinión del cliente sobre la misma. El cliente, si bien ha respondido positivamente ante los nuevos canales para la realización de transacciones banales, sigue considerando la oficina como canal básico a la hora de adquirir los servicios financieros.

CUADRO 4.2

INCREMENTO EN EL NÚMERO DE SUCURSALES Y CAJEROS AUTOMÁTICOS EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS ESPAÑOLES, 1986-1997 (EN UNIDADES)

Canal de distribución	Tipo de entidad	1986-1990	1990-1997	1986-1997
Sucursales	Cajas	2.577	2.605	3.805
	Bancos	399	613	1.012
	Total	2.976	1.841	4.817
Cajeros	Cajas	6.382	8.180	14.562
	Bancos	3.143	10.131	13.274
	Total	9.525	18.311	27.836

Fuente: Anuarios estadísticos de la Banca Privada, Cajas de Ahorros Confederadas y del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

Efectivamente, los CA a la vez que han permitido aligerar la carga de trabajo en las ventanillas de las sucursales, por medio de la mecanización de aquellas operaciones susceptibles de ser tratadas de una forma estándar y no personalizada, tales como la expendeduría de billetes, las comunicaciones de saldos, información sobre movimientos en cuentas, transferencias entre cuentas, etc., también han favorecido la aparición de una serie de actividades dirigidas a prestar un servicio personalizado al cliente, donde la sucursal

[3] La posible reducción de costes derivada del uso conjunto de sucursales bancarias y CA ha sido evaluada por varios autores sin resultados satisfactorios. Los resultados obtenidos por Humphrey (1994, p. 73) para EE.UU sugieren que los costes de operar conjuntamente con oficinas y CA, no sólo no se reducen, sino que son más elevados que cuando son utilizados separadamente. Maudos y Pastor (1995, p. 24), en un estudio equivalente realizado para bancos y cajas de ahorros españolas en el período 1988-1992 no obtienen resultados concluyentes: "... pudiéndose afirmar que se produce un ahorro en costes como consecuencia de la utilización conjunta de CA y oficinas. Los valores obtenidos muestran cómo, en general, se produce en torno a un 4 por 100 de ahorro en los costes totales de producción si bien, en ningún caso, dicha reducción es estadísticamente significativa".

bancaria es el canal básico para su suministro, y han mejorado la eficiencia de las oficinas a través de la potenciación de aspectos comerciales y de gestión y control en la labor de los empleados (Pizarro, 1986, p. 5).

Como consecuencia de ello, la aplicación de los CA a la actividad bancaria ha contribuido, más que a cambios estructurales derivados de la sustitución de las sucursales bancarias, a la modificación de la organización interna del *front-office,* desplazando la tradicional división del negocio bancario por departamentos estancos en función de diversas actividades y servicios, hacia una división con base en productos especializados demandados por segmentos homogéneos de clientes (Pizarro, 1986, p. 5).

Todo lo anterior tiene su reflejo en la adaptación necesaria del personal de oficinas a las nuevas circunstancias. A pesar de la sustituibilidad entre los factores trabajo y capital para el desempeño de tareas repetitivas, la evidencia no muestra signos de descensos importantes de la mano de obra en el sector, aunque sí en la gestión del trabajo y en su cualificación[4]. En España, a pesar de contar con una de las mayores dotaciones per cápita de autoservicios bancarios del mundo, el número de empleados por oficina ha sufrido en el conjunto de entidades de depósito muy poca variación en términos cuantitativos durante la última década. Únicamente en el caso de los bancos se aprecia una reducción de personal que ha sido permanente desde el año 1992, mientras que en cajas de ahorros y cooperativas de crédito el crecimiento ha sido prácticamente continuo en el período considerado.

[4] Un estudio detallado sobre las repercusiones de la incorporación de las nuevas tecnologías en el sector financiero español (tanto en el *back-office* como en el *front-office*) fue llevado a cabo por el Instituto de Estudios de Prospectiva (IEP), en 1990. Apuntamos aquí algunas de las conclusiones del estudio en lo que se refiere a la organización del personal (IEP, 1990, pp. 210 y 270): "... las transformaciones tecnológicas han permitido la aplicación de un criterio "fabril" de la gestión del trabajo en las entidades financieras, sobre la base de la simplificación de las tareas y la descualificación del trabajador"; en lo que se refiere a la variación del empleo debido a la incorporación de nuevas tecnologías el informe concluye que "... parecen estar más relacionadas con la estrategia y la estructura de las entidades en relación con el cambio de las condiciones del mercado, que con el nivel de informatización de las mismas".

CUADRO 4.3

EVOLUCIÓN EN ESPAÑA DEL NÚMERO DE SUCURSALES Y EMPLEADOS EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1986-1997 (EN UNIDADES)

		1986	1990	1995	1997
Sucursales	Cajas	12.831	15.408	15.214	16.636
	Bancos	16.518	16.917	17.842	17.530
	Total	**29.349**	**32.325**	**33.056**	**34.166**
Empleados	Cajas	72.707	84.609	84.336	90.153
	Bancos	157.805	157.010	148.946	139.198
	Total	**230.512**	**241.619**	**233.282**	**229.351**
Empl./sucur.	Cajas	6	6	6	5
	Bancos	10	9	8	8
	Total	**8**	**8**	**7**	**7**

Fuente: Banco de España, Anuario Estadístico, varios años. Elaboración propia.

Tal y como apunta Pizarro (1985, p. 5), así como las conclusiones del informe elaborado por el Instituto Superior de Prospectiva sobre Tecnología y Empleo en el Sector Financiero Español (IEP, 1990, p. 267), la liberación de personal en tareas repetitivas, como consecuencia de la incorporación de los sistemas de autoservicio a la actividad bancaria, se ha visto compensada por su reasignación a nuevas tareas orientadas a mejorar el servicio al cliente, prestación de una atención personalizada y la potenciación de aspectos comerciales y de gestión en la labor de los empleados.

En suma, ninguna de las previsiones realizadas en los años ochenta, basadas en una reducción alarmante del número de oficinas y de factor humano provocadas por la incorporación de los sistemas de autoservicio en la actividad bancaria, se han cumplido en la realidad, de acuerdo con la evolución acontecida en los principales países desarrollados de nuestro entorno. Todo indica que las empresas bancarias ya existentes han aprovechado la introducción de las nuevas tecnologías para adaptar sus organizaciones internas a un nuevo concepto de negocio bancario que toma como eje principal al cliente.

4.1.1.2. CONSECUENCIAS SOBRE EL NEGOCIO BANCARIO

Como ya se ha señalado anteriormente, la aplicación de las nuevas tecnologías a la actividad bancaria ha permitido dar cobertura a las necesidades de sus clientes con dos tipos de servicios opuestos (Sánchez, 1984, p. 179): por una lado, unos servicios estandarizados masivos y mecanizados, canalizados a través de autoservicios bancarios (tales como CA y TPV), en los que el cliente quiere accesibilidad, rapidez y carencia de errores en sus transacciones y, por otro lado, unos servicios personales muy descentralizados en los que el cliente quiere ser tratado de manera directa, eficiente y profesional y en el que el canal básico sigue siendo la tradicional oficina bancaria.

El suministro de dichos servicios estandarizados "a distancia" ha modificado radicalmente la relación cliente-banco (Pizarro, 1986, p. 5) y ha producido un cambio sustancial en el ámbito financiero con relación a lo que tradicionalmente se ha venido considerando como características típicas de las actividades de servicios (Martín, 1993, pp. 573-582; IEP, 1990, p. 260). Algunas de ellas, tales como el obligado contacto directo entre el proveedor del servicio y su cliente, la heterogeneidad de su prestación (imposibilidad de estandarizar un servicio) y el no poder ser transportado debido a su intangibilidad, han sido superadas por las redes de CA debido, respectivamente, a la posibilidad de suministrar tales servicios "a distancia" sin contacto empleado-cliente, a su estandarización y distribución en masa y a la posibilidad de ser transportado hasta el lugar en el que se localice el terminal de autoservicio.

Ello ha propiciado cambios en los hábitos de pago de los usuarios de tales sistemas y, al mismo tiempo, ha permitido dar respuestas a la demanda de una calidad superior por parte de unos clientes mejor informados, con una mayor cultura financiera y con una mayor apreciación relativa del tiempo,

debido, entre otras causas, a la creciente complejidad de la vida ciudadana y a la progresiva incorporación de la mujer al trabajo (Amusátegui, 1995, pp. 39-40).

Por otro lado, cabe señalar que este cambio cualitativo esencial en la naturaleza de los servicios financieros ha difuminado su delimitación conceptual y geográfica de forma que:

- Por un lado, se ha trasladado la misma naturaleza del sector desde lo que tradicionalmente se había considerado como estrictamente bancario hasta la industria de distribución de información relacionada con los servicios financieros. Esta materia prima, la información, implícita en la esencia misma del dinero, es capaz de prestar un servicio a la clientela y, por tanto, de ser facturada. De esta forma, tal y como apunta Casilda (1992, p. 316): "El negocio financiero se ha convertido cada vez más en un trasiego de datos e informaciones y menos en un cauce de circulación de fondos". Este hecho, unido al alejamiento del cliente de las oficinas, implica una mayor cobertura del mercado y dependencias más fuertes entre la actividad bancaria y el funcionamiento del comercio, de las telecomunicaciones y de los equipos situados fuera de las instalaciones de la entidad (Banca Española, 1989, p. 21).

- Por otro lado, ha permitido superar los límites temporales (servicios de 24 horas los 365 días del año) y geográficos (prácticamente, en cualquier lugar del mundo) en su canalización hacia los clientes, posibilitando, por primera vez, que el titular de una tarjeta de pago de ámbito internacional cuente con un instrumento eficaz, relativamente seguro y ampliamente admitido para la retirada de efectivo y/o

liquidación de transacciones en países distintos al de origen a través de las redes de CA y TPV[5].

4.1.1.3. EFECTOS SOBRE LA ESTRUCTURA DE COSTES E INGRESOS EN LA ACTIVIDAD BANCARIA

En sus primeros años, el despliegue de CA estaba dirigido a la atracción del cliente, mostrándose poca atención a los beneficios obtenidos de su aplicación (Lipis y otros, 1985, p. 13). De hecho, encuestas recientes indican que ese objetivo continúa siendo el más importante para las empresas a la hora de decidir la realización de inversiones en tecnologías. Así, de acuerdo con un informe de *Ernst&Young* (1997, p. 15), el 46 por 100 de las entidades financieras entrevistadas en el ámbito internacional señalaba que el principal objetivo que les movía a la realización de sus inversiones en tecnología se refería a la consecución de nuevos clientes, a los que se sumaba otro 46 por 100 de respuestas que apuntaban a la fidelización de clientes como objetivo más importante. Estos niveles de respuestas contrastan con el obtenido por el objetivo de reducir costes, únicamente apuntado por el 26 por 100 de las entidades. Pese a ello, en la práctica se ha puesto de manifiesto la existencia de economías derivadas de la canalización de los servicios financieros a través de estos sistemas.

[5] Merigó y Gabeiras (1993, p. 212), Presidente y Consejero Delegado, respectivamente, de la Sociedad Española de Medios de Pago, en un trabajo conjunto presentan un ejemplo gráfico de la efectividad y extensión de tales redes. El supuesto, que transcribimos a continuación, consiste en una transacción realizada con una tarjeta *Visa* española en un TPV en Hong-Kong: "El cliente español presenta su tarjeta de marca internacional en el comercio. El empleado pasa la tarjeta por el lector de banda del TPV e introduce su importe. El terminal se pone en comunicación con el banco del comercio que reconoce la tarjeta como no propia y la envía al nodo de la marca internacional en la región Asia-Pacífico. Este, vía satélite, la envía al nodo de la red en McLean cerca de Washington, que a su vez la entrega, vía satélite, en Londres. De aquí la transacción viaja al nodo del grupo nacional en Madrid. Este se la coloca al ordenador del banco emisor. La respuesta viaja en sentido contrario y el terminal de la tienda en Asia imprime el recibo para que el cliente lo firme. Todo el proceso no lleva más de veinte segundos".

Los ahorros de costes unitarios por transacción de reintegro que se derivan de la canalización de este servicio vía CA han sido constatados por diversos autores. Así, Revell (1983, p. 66), con datos del sistema bancario del Reino Unido, estimaba que una retirada de efectivo a través de cajero podía llegar a suponer en torno al 63 por 100 del correspondiente a la misma operación realizada en la ventanilla de una sucursal bancaria. Por su parte, Berger (1985) calculó que el coste por transacción realizada en CA era aproximadamente la mitad del que correspondería en caso de realizarse a través del mostrador de una oficina bancaria. Otro autor, Chorafas (1988, p. 171), estimaba, para el sistema financiero francés, que el coste de una operación a través de CA suponía el 62,35 por 100 de la misma operación realizada a través del personal de oficina. Otro estudio más reciente, dirigido a determinar los costes del sistema de pago noruego, obtenía entre otros los siguientes resultados (cuadro 4.4)[6]:

CUADRO 4.4

COSTES PARA EL SISTEMA BANCARIO NORUEGO DE LOS SERVICIOS DE TRANSFERENCIAS, 1994 (PESETAS)

Instrumento Utilizado	Coste Total Unitario	Costes Variables Unitarios	Costes Fijos Unitarios
Media de distintas modalidades de servicios de giro	180	142	38
Domiciliaciones	66	57	9
Cheques	266	228	38
Operaciones en TPV	85	76	9
Operaciones en CA[7]	66	38	28
Retirada de efectivo en mostrador	131	256	57

Fuente: Erik y Flatraaker (1995). Elaboración propia.

[6] Véase al respecto los resultados de otro estudio realizado por el *Federal Reserve Bank of Chicago* que es citado, pero sin suministrar referencias bibliográficas, en Fainé y Tornabell (1992, pp. 46-48), según el cual se constata la existencia de rendimientos de escala crecientes para una muestra de cuarenta bancos americanos.

[7] Los costes se han calculado de acuerdo con el volumen medio de transacciones realizadas por los clientes durante 1994, incluyendo tanto los costes derivados de transacciones en CA propios como en los de otros miembros de la red, siendo en este último caso 0,5 coronas más costoso que en el primero. Entre los costes fijos se incluyen la depreciación y costes de intereses, tomando como base una vida media de 8 a 10 años y un precio de adquisición del CA de 200.000 coronas noruegas.

Cabe advertir de la información anterior, la elevada proporción que los costes fijos representan sobre los costes totales por transacción realizada en CA (en torno al 43 por 100), lo que implica que la cuantía de estos últimos sea muy sensible al volumen de transacciones realizadas a través de estos sistemas. Por ello, en sus primeros años, las investigaciones llevadas a cabo para evaluar la reducción de costes asociada a la utilización de los CA se centraron en las economías de escala derivadas de su utilización. Así, los resultados de los trabajos realizados por Walker (1978, p. 74) sugerían un aumento de tan sólo un 50 por 100 en los costes totales cuando se duplicaba el número de operaciones realizadas a través de estos sistemas, lo que redundaba en una reducción de los costes unitarios. En un estudio posterior, Van der Velde (1985) estimó que el aumento de coste por transacción era del 32 por 100 cuando el número de operaciones se incrementaba un 100 por 100, lo que apuntaba, en relación con los resultados del estudio anterior, a una posible mejora en la eficiencia económica de estos sistemas.

Sin embargo, tal y como han advertido diversos autores (Revell, 1983, p. 66; Chorafas, 1988, p. 167; Humphrey, 1994, pp. 61 y 63; Maudos, 1995, p. 11), el reflejo de las anteriores economías de escala en un ahorro de costes totales por parte de las entidades bancarias puede verse difuminado en el caso de que exista una sobredotación de CA o que se produzca un aumento en el número de transacciones realizadas por parte los clientes, debido a la mayor facilidad de acceso a tales servicios. En relación con esto último, si bien Berger (1985) detectó la presencia de las citadas economías de escala, también encontró que a través de los CA se realizaban hasta dos veces más transacciones de las que solían hacerse en las ventanillas bancarias. Este hecho, consistente con lo que predice el modelo de inventario de *Baumol-Tobin*, puede dar lugar, según los citados autores, a que la reducción de los costes unitarios por transacción sea compensada por el aumento debido al mayor número de transacciones realizadas.

Lo anterior puede explicar los resultados a los que llegan algunos estudios en los que se constata la inexistencia de una relación positiva entre intensidad de uso de CA y los beneficios obtenidos por las entidades a los que éstos pertenecen, aspecto éste sobre el que profundizaremos a continuación.

Independientemente de la reducción de costes unitarios por transacción, los efectos positivos de la utilización de CA sobre la cuenta de resultados de las entidades bancarias se derivan, principalmente, de una disminución de los costes de transformación asociados a la manualidad en el trabajo administrativo (Pizarro, 1986, p. 5; Egea, 1991, p. 20), aumento de ingresos asociados al uso de tales sistemas[8] y al aumento de productividad de las sucursales bancarias[9]. En relación con este último aspecto, los trabajos de Humphrey (1994, p. 67), en EE.UU, y de Maudos y Pastor (1995, p. 12), en España, han identificado la existencia de una relación positiva entre las ratios "número de depósitos por oficina" (utilizada en ambos estudios como medidas de productividad) y "número de CA por oficina".

En lo que respecta a los efectos negativos sobre los resultados de las entidades, la utilización de los nuevos canales incrementan algunas partidas de costes, tales como las relacionadas con la depreciación y mantenimiento de los sistemas, telecomunicaciones, aumentos en las pérdidas por fraude, desaparición del *float* en los servicios de pago como consecuencia de la inmediatez de los pagos y cobros realizados por ordenador en tiempo real (Pizarro, 1986, p. 5) y, tal y como se ha apuntado en párrafos anteriores, los derivados del incremento en el número y disminución del importe

[8] Dichos ingresos provienen, principalmente, de las comisiones pagadas por los clientes de entidades diferentes a la propietaria del terminal de autoservicio cuando lo utilizan (considerada como la principal fuente de ingresos de las entidades bancarias por este concepto), retención de una base de clientes más rentables y el pago de unos menores intereses por los depósitos mantenidos en las entidades por sus clientes (Humphrey, 1994, p. 69).

[9] Pérez y Domenech (1990, p. 42) y Pastor y Pérez (1993, p. 40), establecen como posible causa de la mayor productividad aparente de las cajas de ahorros españolas sobre los bancos a una mayor expansión del *output* de las primeras como consecuencia de la extensión a las economías domésticas de medios de pagos bancarios.

correspondiente a las transacciones realizadas por los usuarios de tales servicios.

Los resultados de algunos estudios indican que en el efecto neto sobre la cuenta de resultados de la combinación de las anteriores fuentes de ingresos y costes podrían prevalecer los segundos, incidiendo sobre aquellos de manera negativa. En el cuadro 4.5 se presenta una estimación de los principales ingresos y costes anuales asociados a un CA en EE.UU.

CUADRO 4.5

INGRESOS Y COSTES ANUALES ESTIMADOS ASOCIADOS A UN CAJERO AUTOMÁTICO EN EE.UU., 1998 (EN MILES DE PESETAS)

Ingresos		**Costes**	
Comisiones por reintegros de efectivo de no-clientes	2.415	Depreciación y mantenimiento	852
Comisiones por transferencias	142	Costes de alquiler de ubicación del CA	426
		Costes de procesamiento	3.125
		Gastos generales	1.420
TOTAL INGRESOS	2.557	TOTAL COSTES	5.823
COSTES NETOS: –3.266			
Nota: Costes netos anuales estimados para un banco de tamaño medio con una red de 1.000 CA.			

Fuente: Lake y otros (1998). Elaboración propia.

De hecho, la relación positiva entre los costes totales medios de producción y la intensidad de uso de los CA en las entidades bancarias ha sido puesta de manifiesto, entre otros, por Humphrey (1994, pp. 68-69), Berger (1985) y, para el sector bancario español, por Maudos y Pastor (1995, pp. 13 y 14). Por otro lado, tales incrementos en costes no parecen compensarse por el aumento paralelo en las partidas de ingresos. De este modo, los resultados obtenidos detectan una relación negativa entre rentabilidad de activos y la aplicación intensiva de CA en las entidades bancarias, aunque tales resultados no son, en la mayoría de los casos, estadísticamente significativos[10]. No

[10] Todo lo anterior ha llevado a que algunos autores (Berger, 1985; Humphrey, 1994) a sugerir que la utilización de tales sistemas sólo tendría efectos positivos sobre los beneficios si se cargara un precio sobre el uso de los CA a fin de incentivar la realización de operaciones por mayores importes (Maudos, 1995, p. 11).

obstante, cabe advertir que los citados estudios se han llevado a cabo en países (EE.UU, en el caso de los autores Berger y Humphrey, y España, en el caso de Maudos y Pastor) donde las dotaciones de CA por habitante se sitúan entre las más tupidas de mundo y que, por lo tanto, han podido sufrir los efectos negativos derivados de una sobredotación de máquinas, tal y como sugieren los propios autores.

En definitiva, entendemos que no pueden obtenerse resultados concluyentes de lo visto en los párrafos anteriores. La no disponibilidad de estudios que comparen homogéneamente la estructura de costes de los servicios proporcionados a través de CA en distintos países y la posibilidad de sesgo en los resultados de los ya existentes, por las razones apuntadas, no permite dilucidar de manera decisiva las repercusiones que el uso de tales sistemas tiene sobre la cuenta de resultados de las entidades bancarias[11]. En cualquier caso, y remitiéndonos a lo señalado por Maudos y Pastor (1995, p. 31), "... de lo que no cabe duda es de que si bien no parece claro que las empresas se hayan beneficiado del efecto de reducción de costes de la instalación de CA, los consumidores/clientes y la sociedad en su conjunto sí que han captado estos beneficios trasvasando los costes de transacción que supone la cercanía del CA a las entidades financieras".

4.1.1.4. EFECTOS SOBRE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LAS ENTIDADES BANCARIAS

Como se señaló anteriormente, todo parece indicar que los motivos iniciales que movieron a las entidades financieras a incorporar las nuevas tecnologías en la producción de servicios fueron de naturaleza estratégica competitiva más que los relacionados con la obtención de mayores beneficios (Lipis y otros, 1985, p. 3). Confirma lo anterior los resultados de un estudio

[11] En relación con ello véase Pollock (1990), artículo en el que se cuestiona la supuesta rentabilidad de los programas de CA y TPV.

realizado por Arthur Andersen (1986) en el que se preguntaba a 600 expertos financieros sobre cuestiones relacionadas con la aplicación de las nuevas tecnologías: el 97 por 100 consideraba importante, como razón para invertir en tecnología, la de mantener o mejorar su ventaja competitiva, situándola como motivo principal. Se preveía que los impactos sobre la ventaja competitiva se iban a materializar en la atracción de nuevos clientes y en la mejora de la imagen de la entidad (apoyada por el 98 por 100 de los encuestados), siendo el de menor consideración el referido a la mejora de la rentabilidad (con un 73 por 100 de respuestas). No podemos olvidar que, independientemente de su nivel de utilización, la tarjeta, que cuenta con el logotipo de la entidad bancaria plasmado en el plástico, constituye un vínculo extraordinario en la relación entidad bancaria-cliente, en el sentido de que pocos servicios bancarios mantienen una relación tan permanente con el cliente y tienen tanta presencia entre la sociedad[12].

Pero la política anterior conlleva como "coste" la obligada cooperación con entidades competidoras, ya que, como es ampliamente aceptado, los beneficios completos de los CA sólo pueden ser alcanzados por una institución y sus clientes cuando aquellos están implicados en acuerdos dirigidos a compatibilizarlos con las máquinas de otras instituciones. Como señalan Lipis y otros (1985, p. 9), las desventajas de crear una red propia de CA son los altos costes de implementación y de marketing necesarios, la limitación en el volumen de transacciones por el tamaño de la base de titulares de la institución y el largo período necesario para la recuperación de la inversión. Frente a ello, existen grandes ventajas en el uso de redes compartidas entre las entidades bancarias. Entre las más importantes se encuentran las siguientes:

- Se ofrece a los clientes la posibilidad de acceder a los servicios ofertados por su entidad bancaria en un mayor número de terminales,

[12] Véanse al respecto las declaraciones del Director General de *Visa Internacional* en España, Jose María Ayuso, en la revista Bancaria de 12/98.

lo que incrementa el valor percibido de dichos productos por parte del usuario.

- Se produce un reparto de costes y riesgos en el desarrollo de nuevos productos.
- Se reduce considerablemente el coste unitario de suministro de productos.
- Las instituciones dan a conocer sus marcas en el mercado a través la red de cajeros, a la vez que tienen mayor información sobre éste cuando se llevan a cabo investigaciones conjuntas entre las entidades que comparten la red.
- Se superan las restricciones geográficas en la prestación de servicios financieros.

Esta necesaria colaboración y la aceptación de las condiciones generales impuestas por una red común, donde dominan las entidades de mayor envergadura sobre otras que compiten con ellas en el mercado[13], tienen importantes repercusiones sobre sus respectivas estrategias competitivas[14]: por un lado, desvían la competencia desde la industria de los servicios de pago

[13] Por ejemplo, en el caso de *Visa España*, las entidades financieras tienen acceso a su consejo de administración tomando como criterio los volúmenes de venta de productos *Visa* de cada entidad en el ejercicio correspondiente. En dicho consejo, que se renueva anualmente, tanto en el grupo de cajas de ahorros como en el de bancos y cooperativas de crédito los dos socios con mayor número de votos (relacionados con el volumen de ventas) tienen derecho a designar cada uno a dos componentes, completando así un total de ocho consejeros. Seguidamente, las cinco entidades con mayor volumen de ventas en productos *Visa* de cada uno de los citados grupos (excluyendo las que tienen dos consejeros) pasan a ser miembros de forma directa, aportando cada una de ellas un solo componente al consejo y, en conjunto, un total de diez. El consejo se completa con otros dos miembros, uno por cada uno de los citados grupos de entidades, resultado de la elección que realicen las entidades que no han accedido a este órgano de gobierno. En definitiva el consejo se forma con 20 consejeros de los que el 40 por 100 corresponde a las cuatro entidades con mayor cuota de mercado por volúmenes de venta en el mercado nacional.

[14] Las condiciones comunes impuestas por la red a sus participantes han aflorado distintas cuestiones relativas a la falta de competencia de estos mercados. De acuerdo con Baker (1989, p. 9) estas se pueden resumir en tres principales: en primer lugar, el rechazo de entrada en la red de otras entidades pertenecientes a otras competidoras o de instituciones que no son de depósito; en segundo lugar, la fijación de unas tasas de intercambio comunes a todos los miembros de la red a fin de animar a las entidades a compartir sus máquinas y, en tercer lugar, el control de la red con base en el número de transacciones realizadas por cada entidad.

hacia segmentos muy específicos del mercado, incrementando la presión sobre los mismos (Banca Española, 1989, p. 63); por otro lado, a medida que se van añadiendo nuevos productos y servicios diferentes de los que son propiamente de pago, los bancos de menor tamaño que participan en estas redes encuentran dificultades para llevar adelante políticas comerciales distintas de la de los bancos dominantes. Como señala Trevor (1984, p. 50), lo que empezó como un simple ejercicio de ahorro de costes se convierte en la fuerza que domina las estrategias comerciales de las entidades adheridas a la red.

A lo anterior se añade la afloración de otras cuestiones en el ámbito de las estrategias competitivas de las entidades, derivadas de las diferentes aportaciones de cada una de ellas a la red común (Matutes y Padilla, 1993).

Igual que ocurre con otros sectores -por ejemplo, el de telefonía-, el incremento en el número de puntos de entrada a una red -número de CA compatibles- incrementa su valor, por cuanto permite a sus usuarios una mayor facilidad de acceso a ésta (efecto red). Ello incentiva a las distintas entidades a invertir en su propio parque de máquinas y a llegar a acuerdos con otras para compartirlas al objeto de hacer más atractiva la red conjunta a sus respectivos clientes. Para las entidades de pequeño tamaño, su inclusión en dichas redes constituye un factor estratégico de extrema importancia, puesto que les permite reducir las diferencias con sus principales competidores respecto al valor añadido de los servicios de pago ofrecidos a sus clientes.

Este aspecto cobra especial interés en aquellas situaciones en las que se limitaba legalmente la extensión geográfica de sus sucursales, como ha ocurrido con las cajas de ahorros españolas hasta 1989. A ello se debe, quizás, que el primer acuerdo de compatibilidad de CA en España proviene de

las cajas de ahorros en un momento en el que tenían restringida su expansión territorial[15].

Frente a estos incentivos a adoptar y extender las redes de CA existen diversos motivos que tienden a limitar la cooperación entre entidades. Diversos trabajos parecen sugerir que los clientes de las entidades que suministran mayores facilidades de acceso a CA están dispuestos a aceptar menores tipos de interés sobre sus depósitos[16]. En este caso, ello podría aumentar el grado de sustituibilidad entre entidades cuando comparten sus respectivos aparatos y afectar negativamente a las que mayor número de éstos aportan a la red, debido a que los depositantes de aquellos bancos con menores aportaciones se beneficiarían, simultáneamente, de una mayor accesibilidad a ésta y de la percepción de unos mayores tipos de interés sobre sus depósitos -efecto sustitución. Esta mayor competencia en el mercado de depósitos desincentivaría a las entidades con mayor número de CA a compartirlas con otras. El mayor o menor peso que cada uno de los efectos tenga sobre el total determinará el comportamiento de las distintas entidades respecto a la difusión y compatibilidad de su parque de CA[17].

[15] Mientras que los bancos han gozado desde 1974 de total libertad para expandir geográficamente sus oficinas, las cajas de ahorros vieron restringido su ámbito de expansión a la provincia, hasta 1979, y a la Comunidad Autónoma donde tradicionalmente operaban, hasta 1989. No fue hasta este último año cuando se les concedió a las cajas de ahorros libertad de expansión en todo el territorio nacional (Casilda y otros, 1997, p. 280). En 1979 las cajas de ahorros acordaron establecer una red propia de CA. Posteriormente, en 1986, cuando aún tenía este grupo de entidades restringida su libertad de expansión territorial, la CECA y el sistema *4B* llegaron a un acuerdo para compartir sus CA.

[16] Así, Hefferman (1992, pp. 169-170) estima para Gran Bretaña, que los depositantes bancarios, en términos medios, están dispuestos a renunciar hasta un 0,1 por 100 de interés por este motivo. Los resultados del trabajo de Esteban y otros (1995) para el caso español apuntan en la misma dirección tras detectar una relación negativa entre el nivel de servicio de cajeros y el tipo de interés sobre depósitos para los años 1992, 1993 y 1994. Sin embargo, la elasticidad del tipo de interés respecto al nivel de servicios de cajeros en cada uno de los años mostraba signos de descenso.

[17] Para un tratamiento teórico de las distintas opciones y las reacciones de las entidades ante cada una de ellas puede consultarse Matutes y Padilla (1993).

Al objeto de limitar el efecto sustitución, así como para permitir a cada entidad el apropiarse de la parte de las externalidades que ha generado en la red, se imponen una serie de contraprestaciones económicas a los participantes y a sus clientes por los servicios prestados por la red común de CA. Así, cada entidad particular establece unas comisiones que se cargan a sus clientes cuando éstos utilizan cajeros compatibles pertenecientes a otras entidades/redes[18]. Por su parte, dicha entidad debe de abonar a la red, en primer lugar, una comisión por cada transacción realizada por sus clientes en concepto del uso que se hace de la red para la transmisión de la información correspondiente[19]. Adicionalmente, debe pagar a la entidad propietaria del CA una "tasa de intercambio" normalmente establecida por la propia red.

Esta tasa de intercambio representa una de las mayores fuentes de ingresos para las entidades que comparten su parque de CA. Sin embargo, la fijación por parte de la red de unas tasas mínimas sobre las que cada entidad particular no tiene control y su relativa estabilidad a lo largo del tiempo, puede desincentivar a aquellas a asumir los nuevos costes que supone el incrementar el valor añadido asociado a los servicios prestados a sus clientes a través de estos sistemas (Pollock, 1990, p. 67), limitando con ello sus respectivas estrategias competitivas.

A las limitaciones anteriores hay que añadir la derivadas de una falta de reversión completa de las externalidades de red que originan aquellos participantes que aportan aparatos con localizaciones que gozan de un mayor atractivo para los clientes que las del resto de participantes (por ejemplo,

[18] A pesar de que estas comisiones están determinadas por cada banco particular, McAndrews (1995) detectó una importante relación entre el nivel de éstas y el tamaño de la red y de las entidades emisoras. Los principales resultados de su estudio apuntan a que un mayor tamaño de la red en la que participa un banco se relaciona negativamente con el nivel de comisiones cobradas a los clientes. Sin embargo, detectó que los bancos de mayores tamaños cobraban importes superiores que los pequeños, interpretándose como un mayor esfuerzo por parte de éstos, que presentan unas redes más extensas de CA propios, de desanimar a sus clientes a utilizar los cajeros de otras entidades rivales.

[19] Dichas comisiones dependen tanto de la red como del volumen de transacciones originadas por cada entidad miembro.

lugares de visitas turísticas). Ello ha aflorado el debate sobre la oportunidad o no de establecer un "recargo" (*surcharge*) directamente sobre el cliente por parte de la entidad propietaria de la máquina. La disposición del usuario a aceptar dicha comisión adicional dependería de la valoración asignada a la posibilidad de acceder a un CA en el lugar en cuestión o del grado de competencia en la oferta de acceso que en él exista. Concretamente, el debate actual sobre dichos recargos, los cuales están generalmente prohibidos por los acuerdos establecidos entre las principales redes y sus miembros, se centra en la existencia de dos interpretaciones distintas: por un lado, el mantenimiento de la prohibición de establecerlos impide que los propietarios de CA abusen del poder de monopolio que le confiere el poseer una localización mas valorada que la del resto de miembros en la red; por otro lado, ello permitiría la existencia de redes más eficientes debido a que permiten a los participantes que añaden mayores beneficios externos a la red capturar parte de ellos (Weinberg, 1997, p. 40).

En definitiva, si bien las ventajas de la cooperación entre entidades justifican la creación de redes conjuntas de CA, el coste ha sido el sometimiento a unas reglas comunes que han condicionado las estrategias competitivas de las entidades bancarias, no sólo obligándolas a incrementar la competencia en la oferta de otros servicios ajenos a los de pago, sino también perdiendo margen de maniobra en el desarrollo de sus propios programas de CA en favor de los establecidos por las entidades dominantes en la red.

4.1.2. TERMINALES EN PUNTOS DE VENTA (TPV)

La idea de conseguir terminales activados a través de tarjetas que consiguieran realizar transferencias de fondos directas entre la cuenta del cliente y la del comerciante parece haber sido la esencia de las transferencias electrónicas de fondos (Revell, 1983, p. 45). En este sentido, a diferencia de los CA, que se relacionan principalmente con el suministro de efectivo o con la

liquidación de transacciones realizadas con anterioridad al momento de la operación, los TPV permiten realizar las transferencias de fondos en el mismo momento de la venta.

La distribución entre comerciantes y entidades bancarias de los costes totales asociados a estos sistemas ha constituido uno de los elementos más críticos en el desarrollo de los complejos sistemas de pago con tarjetas. A su vez, la confluencia de intereses en el suministro de los servicios de pago por parte del sector bancario y de entidades de otras industrias, principalmente de la distribución comercial, ha aflorado diversas cuestiones de naturaleza económica que son abordadas en el presente apartado.

4.1.2.1. IMPLICACIONES DE LOS DESCUENTOS SOBRE VENTAS EN EL NIVEL DE PRECIOS

La instalación y uso de los TPV supone para los comerciantes la obligación de abonar a la entidad propietaria un porcentaje del volumen de ventas liquidadas a través de tarjetas. Desde un punto de vista económico este descuento imputado sobre los comerciantes supone un elemento adicional de coste que, por sus características, equivale, tal y como sugiere Russell (1975, pp. 73-75), a un impuesto *ad-valorem* de carácter privado. En tal caso, de acuerdo con la teoría microeconómica, el incremento de costes marginales derivados de dicho "tributo" sobre el volumen de ventas implicaría, bajo el supuesto de empresas maximizadoras de beneficios, su traslado a los precios finales de los productos ofertados[20].

[20] De hecho, en el ámbito de la teoría fiscal, diversos estudios han constatado la relación directa que existe entre la imposición de impuestos *ad valorem* y el aumento en el nivel de precios. Para el caso español, algunas estimaciones de las consecuencias inflacionistas del IVA pueden consultarse en Melo y Galí (1985) y Burgos y otros (1992). Para una aproximación al impacto sectorial del IVA y de otros impuestos especiales sobre el nivel de precios véanse, respectivamente, Antón y Bustos (1995) y Lasheras y Mones (1988).

Cabe señalar, además, que a diferencia de lo que ocurre con un tributo *ad-valorem* típico, tal como el IVA en España, los descuentos sobre venta por uso de las tarjetas son distintos en función de la rama de actividad considerada y, dentro de cada sector, del poder de negociación de cada empresa particular con su banco, lo que podría afectar a los precios relativos de los productos de distintos sectores, provocando efectos de carácter estructural, así como añadir nuevos elementos para restar competitividad en precios a los pequeños establecimientos frente a los que gozan de gran tamaño.

No obstante, si bien el efecto "aislado" del descuento sobre ventas sugiere un incremento en el nivel de precios, las reducciones de algunas partidas de costes por el uso de sistemas electrónicos de tarjetas en lugar de otros alternativos y el posible incremento de la facturación no permiten discernir claramente su efecto inflacionista neto. Así, en un estudio llevado a cabo por Woodman y Diver (1988), para el *Retail Consortium´s Payment System Policy Committee* en el Reino Unido, se estimó que el ahorro de tiempo para los comerciantes de utilizar sistemas de transferencias electrónicas de fondos en lugar de cheques y tarjetas de crédito (que no utilizaban estos sistemas) era de 26 y 38 segundos/transacción, respectivamente[21], además de producir un ahorro estimado en costes administrativos de un 40 por 100 en el *back-office* y de un 5 por 100 en las oficinas centrales. A ello hay que unir la reducción de pérdidas por fraudes o impagados como consecuencia de los efectivos sistemas de autorización y la responsabilidad de garantía asumida por la entidad emisora de las tarjetas, además de una disminución de los pagos de comisiones a entidades bancarias por las gestiones de cobro de otros instrumentos de pago alternativos (principalmente de cheques).

De hecho, algunos estudios no han sido capaces de constatar de manera consistente una relación directa entre los niveles de precios detallistas y el uso de las tarjetas de crédito, aún cuando éstas no gocen de los ahorros

[21] Otros estudios muestran ahorros de tiempos similares (véase Frazer, 1985, p. 75).

derivados de la utilización de los sistemas electrónicos en el punto de venta (Frazer, 1985, pp. 30-32). Así, un estudio llevado a cabo por Frazer y otros (1978) en el que se comparaban los precios de una cesta estándar de bienes entre comercios que aceptaban las tarjetas de crédito y otros que no lo hacían concluía que la aceptación de la tarjeta de crédito tenía poco o ningún efecto sobre el nivel de precios. Un trabajo posterior llevado a cabo por el Sistema de la Reserva Federal de los Estados Unidos (1983) estimó que si bien las transacciones con tarjetas de crédito costaban entre un 2 y 3 por 100 más que otros tipos de transacciones, la elevación de los precios detallistas no superaba el 1 por 100.

En definitiva, el posible efecto inflacionista asociado a la aplicación de los descuentos sobre ventas a los comerciantes está aún por demostrar empíricamente y es hoy en día un tema de debate abierto. En relación con este aspecto, un estudio llevado a cabo por el Banco de España (1997, p. 2) concluía que para su constatación "... sería necesario comparar el coste de este sistema de pago con el coste de los sistemas alternativos (pagos en metálico o mediante cheques) y apreciar en qué medida el comerciante traslada unos mayores costes a los precios. El nivel medio de las tasas de descuento, junto con las ventajas en materia de riesgo y eficiencia del sistema, tampoco avalan la tesis de que el pago con tarjeta pueda constituir un componente estructural de la inflación".

4.1.2.2. LOS NUEVOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS EN EL PUNTO DE VENTA COMO FUENTE DE DESINTERMEDIACIÓN FINANCIERA

La migración de la actividad bancaria desde lo estrictamente bancario hasta la industria de distribución de información ha tenido importantes implicaciones en las estrategias competitivas de las distintas entidades y del sector en su conjunto. Como apunta Sánchez (1984, p. 185), "... allí donde

exista distribución de información, conectada con flujos financieros, y asentada en una base tecnológica que la haga posible, existirá un posible centro de desintermediación financiera".

En lo que se refiere a la competencia intersectorial, la aplicación de la telemática en el sistema bancario ha influido en dos sentidos opuestos entre sí: si por un lado ha ofrecido grandes posibilidades de rentabilizar y globalizar la distribución de los servicios financieros y de crear nuevas barreras de entrada, debido al uso de redes compartidas en el ámbito nacional e internacional[22], por otro ha difuminado aquellas que eran tradicionales y que dificultaban el acceso a empresas hasta entonces ajenas al sector. Ello, unido al proceso de desregulación financiera, ha dado lugar a una competencia sin precedentes en la industria de los servicios de pago entre empresas financieras bancarias y no bancarias.

La principal fuente de desintermediación financiera en la industria de los servicios de pago proviene de las actividades de financiación al consumo a través de tarjetas de crédito por parte, principalmente, del sector de la distribución comercial. Tal y como apunta Melle (1997, p. 30), refiriéndose a la competencia entre estas últimas y las entidades financieras: "Unas y otras compiten entre sí en el mercado de las tarjetas de crédito, en el que tienen un elevado poder y potencial las empresas comerciales, dado que pueden usar sus propios productos y servicios como incentivos para captar nuevos titulares de tarjetas, al tiempo que sus costes de tarjetas son más reducidos, están menos reguladas que las entidades financieras y a menudo tienen acceso a fondos más baratos"[23].

[22] Tal y como señala Pizarro (1986, p. 5), el alto precio de las nuevas tecnologías permite la aparición de economías de escala que son aprovechadas por la entidades bancarias con el uso compartido de redes internacionales de CA y TPV, lo que provoca la creación de nuevas barreras de entradas en dicha industria.

[23] La actividad financiera del sector de la distribución comercial ha puesto en alerta a nuestro banco central sobre las posibles distorsiones que pueden traer consigo, tanto para la actividad económica, como para la gestión de la política monetaria. Véanse los diarios Expansión del 24/4/96 y 24/8/97, así como el referido trabajo de Melle (1997).

Esta situación se ha materializado en la participación creciente de los comercios en el sistema de pago mediante la emisión de tarjetas (con funciones de pago diferido, crédito y, más recientemente, de prepago) y la creación de redes de TPV que, en algunos casos, se extienden al ámbito nacional, como, por ejemplo, las del Corte Inglés, Pryca, Solred o las de *parking* público (Pizarro, 1986. p. 5). Así, en 1996 existían en España 9,1 millones de tarjetas emitidas por empresas de distribución comercial, lo que suponía el 22,4 por 100 del total de tarjetas de pago del mercado español y un incremento de 2,4 puntos porcentuales respecto al mismo dato del año anterior. De ellas, la principal emisora, El Corte Inglés, cuenta con 2,5 millones de tarjetas, que han canalizado en torno al 60 por 100 de sus ventas (Melle, 1997, p. 23).

La posibilidad de intromisión de otros sectores de actividad en la industria de los servicios de pago permite la búsqueda de nuevas fuentes de ingresos que no siempre se derivan de la financiación de las compras de sus propios clientes. Ingresos de otra naturaleza, tales como el *float* originado por los fondos adelantados por clientes cuando éstos adquieren tarjetas de prepago, han animado a ciertas empresas a desarrollar y extender instrumentos de pago e, incluso, adelantarse a las iniciativas del sector bancario. Tal ha sido el actual desarrollo de las tarjetas de prepago en sectores tales como telefónica[24], *parking* público, etc. (cuadro 4.6).

Las previsiones anteriores apuntan a que, por primera vez desde el nacimiento de las tarjetas comerciales, la banca va a quedar relegada a un segundo plano en el suministro de servicios de pago con tarjetas, en este caso, inteligentes. Ello, unido al importante peso actual y continuo crecimiento de las tarjetas de crédito comerciales en algunos sistemas de pago, por ejemplo el español, son signos evidentes del importante proceso de desintermediación

[24] Las previsiones sobre la importancia de las aplicaciones de las tarjetas inteligentes en telefonía móvil han podido quedar desfasadas, debido al espectacular crecimiento que este mercado está experimentando durante los últimos años.

financiera provocado por los sistemas de transferencias de fondos en el punto de venta y del derrumbe de las tradicionales barreras de entrada a empresas ajenas al sector bancario en la industria de los servicios de pago.

CUADRO 4.6

PREVISIÓN DEL NÚMERO DE TARJETAS INTELIGENTES EN EL MUNDO POR USOS, 1994 Y 2000 (PORCENTAJES DE TARJETAS EN CADA ACTIVIDAD SOBRE EL TOTAL)

Aplicaciones	1994	2000	Crecimiento medio anual
Teléfonos públicos	74	37	29
Teléfonos móviles (GSM)	2	1	33
Atención sanitaria	15	11	36
Banca/fidelización	5	13	71
Identificación	0,23	11	171
Billetes de transporte	0,23	5	142
TV codificadas	2	3	47
Juegos	0,23	13	182
Metro	0,48	1	71
Control de acceso	-	-	-
Dispensadores automáticos	0,95	5	92
TOTAL	**100**	**100**	_

Nota:El número total estimado de tarjetas en el mercado es de 420 millones en 1994 y de 8.800 millones en el año 2000

Fuente: Gemplus, tomado en *www.cardshow.com*/*statistics*. Elaboración propia.

4.2. IMPLICACIONES ECONÓMICAS DEL USO DE LAS DISTINTAS MODALIDADES DE PAGO CON TARJETA: ESPECIAL REFERENCIA A SUS EFECTOS SOBRE LA INSTRUMENTACIÓN DE LA POLÍTICA MONETARIA

Una condición esencial para que la demanda de dinero pueda desempeñar el papel que se le atribuye en el diseño de la política monetaria es la de su estabilidad, la cual está condicionada por la inexistencia de variaciones importantes en la sensibilidad de los agregados monetarios frente a la renta y a los tipos de interés.

En relación con lo anterior, hasta 1973, el trabajo empírico de Goldfeld (1973) sugería una función de demanda de dinero razonablemente sólida y estable para EE.UU. Sin embargo, estudios posteriores (Goldfeld y Sichel, 1990) han mostrado que, desde 1974, existe una inestabilidad persistente en

dicha función tanto en EE.UU como en el resto de los principales países desarrollados. Frecuentemente, las innovaciones financieras[25] acontecidas en los mecanismos de pago se han situado entre los principales factores explicativos de la inestabilidad observada (BPI, 1984, p. 13; White, 1985, p. 52; Chirinko y Farr, 1996, p. 80; Barro y Grilli, 1997, p.1).

En este sentido, el estudio de los efectos macroeconómicos que los distintos componentes de los sistemas de autoservicio bancarios han traído consigo se ha centrado, básicamente, en las repercusiones que los cambios en la composición y nivel de la demanda de dinero, originados por el *trade-off* entre demanda de efectivo y de depósitos bancarios, han tenido sobre la instrumentación de la política monetaria.

4.2.1. TARJETAS DE DÉBITO Y SU UTILIZACIÓN EN CAJEROS AUTOMÁTICOS

Los CA son capaces de procesar una variedad de transacciones entre la institución de depósito y sus clientes que incluyen, entre otras, la aceptación de depósitos, transferencias de fondos entre cuentas, órdenes de pago a terceras partes y, la más frecuentada por sus usuarios, retiradas de efectivo de depósitos a la vista. La mayor cercanía de estos canales al cliente y la posibilidad de acceso durante 24 horas al día han reducido los costes asociados al mantenimiento de depósitos bancarios y, consecuentemente, los correspondientes a las transacciones entre éstos y el efectivo.

Las consecuencias sobre la demanda transaccional de dinero encuentran su base teórica en el enfoque *Baumol-Tobin*. Partiendo de un valor predeterminado **G** de gasto nominal en consumo de un individuo en un período determinado, un tipo de interés **R** y de unos costes fijos **&** de transferencias

[25] Tanto en la comercialización de nuevos productos (por ejemplo, tarjetas de pago) como en el establecimiento de nuevos procesos (por ejemplo, CA).

entre activos generadores de intereses (bonos) y efectivo, el individuo, en orden a obtener liquidez suficiente para hacer frente a sus gastos totales, debe de elegir intervalos de tiempos iguales **T** entre dos retiradas consecutivas de fondos desde activos rentables, por un montante de **m=G*T,** de forma que minimice los costes totales del mantenimiento de saldos monetarios, los cuales vienen dados por

Costes totales de mantener dinero= & *1/T + R*½*G*T

siendo **½ *G*T** el saldo medio de efectivo mantenido durante el período y, consecuentemente, **R*1/2*G*T** su coste de oportunidad en términos de intereses perdidos. Este coste total es minimizado si

$$T^* = \sqrt{2\&/R * G}$$

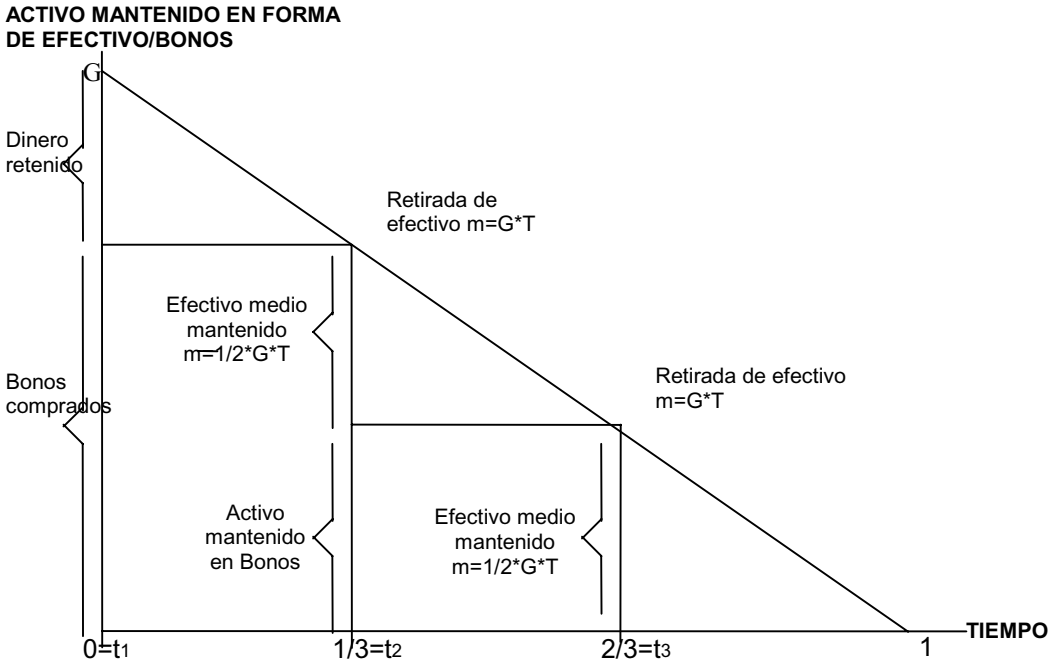
De acuerdo con el resultado anterior una disminución de los costes de transacción **&**, propiciada, por ejemplo, por la cercanía de los CA al cliente, reduce el intervalo de tiempo **T** que transcurre entre retiradas de efectivo, esto es, aumenta su frecuencia **1/T**. Además, estando el saldo medio de efectivo ($\bar{m}$ **=1/2 * G * T**) relacionado directamente con la amplitud del intervalo de tiempo se deduce que una reducción de ésta supone una disminución paralela de la cuantía de aquél. En definitiva, teóricamente, un uso intensivo de los CA debería de estar relacionado con una menor demanda de efectivo (y de dinero) en favor de activos rentables (figura 4.1).

La naturaleza precisa de los citados costes de transferencias y del tipo de interés variará dependiendo del contexto en el cual es aplicado dicho modelo (Baumol, 1952, p. 546). Normalmente se interpreta este coste de transferencia como los gastos directos de realizar la conversión de activos rentables en efectivo ó de pedir prestado, tales como los cargos por servicios bancarios, y la molestia o esfuerzo derivado del tiempo perdido en esperar en

la ventanilla de una sucursal bancaria o en decidir y comunicar al banco las decisiones de compras y ventas de los activos rentables. Por su parte, el significado del tipo de interés suele ser el del rendimiento obtenido de activos rentables (bonos). Sin embargo, éste puede ser extendido para incluir el valor de la protección contra posibles pérdidas, incendios o robos. Tal y como señala el citado autor, la existencia de fondos depositados en cuentas a la vista que no rinden intereses, en lugar de mantenerlos en efectivo, puede ser una manifestación de la importancia que el público otorga a la protección suministrada por los bancos contra estos imprevistos. De hecho, la influencia negativa de estos factores sobre el volumen de efectivo mantenido por parte del público ha sido señalada por algunos autores como decisiva[26] (Avery y otros, 1986; Mot y Cramer, 1990).

FIGURA 4.1

GESTIÓN DE DINERO Y ACTIVOS RENTABLES



Fuente: Elaboración propia. Para T=1/3.

[26] En el trabajo realizado por Avery y Otros (1986) se pudo constatar que el 87 por 100 del público en EE.UU estaba de acuerdo en que llevaban menos efectivo consigo por estos motivos. Mot y Cramer (1990) identificaron los riesgos de pérdida y robo como los principales costes de utilizar el efectivo.

De acuerdo con lo anterior, el modelo *Baumol-Tobin* puede extenderse para explicar también el cambio de hábitos en los usuarios de estos sistemas de autoservicio respecto a un posible *trade-off* entre los principales componentes del dinero (M1), esto es, efectivo y depósitos a la vista[27]. Así, los trabajos de Paroush y Ruthenberg (1986) y Zilberfarb (1989), realizados en Israel, concluyeron que un mayor uso intensivo de CA incrementa los depósitos a la vista a expensas del efectivo, alterando con ello la composición de la demanda de dinero y afectando a la oferta monetaria a través de un incremento en el multiplicador del dinero.

Cabe añadir a lo anterior las aportaciones de algunos autores que sugieren la existencia de sustanciales diferencias entre usuarios y no usuarios de autoservicios bancarios respecto a la gestión del efectivo, en el sentido que predice el modelo de inventario de *Baumol-Tobin*. A este respecto, Boeschoten (1992, pp. 55 y 59) en los Países Bajos detectó que los usuarios de CA realizan retiradas de efectivo con una frecuencia un 35 por 100 superior y por un montante inferior en otro 35 por 100 en relación con los no usuarios de estos servicios. Además, el saldo medio de efectivo mantenido para la realización de transacciones en monederos y en el hogar por los primeros era inferior en un 14 y un 28 por 100, respectivamente, en comparación al mantenido por los no usuarios de estos servicios. A similares conclusiones llegaban Avery y otros (1986) para EE.UU.

A pesar de los resultados anteriores, tal y como señala el propio Boeschoten (1992, pp. 140 y 191) y Chirinko y Farr (1996, p. 9), estos últimos estudios se refieren principalmente a la demanda de efectivo por motivo transacción por parte de las familias, la cual no es sino un componente más de la demanda total de efectivo en una economía. Así, su requerimiento para negocios o por motivos de atesoramiento probablemente no se vea apenas afectada por el mayor o menor uso intensivo de los CA. Por otro lado, en

[27] Véase al respecto White (1976).

conjunto, no está claro teóricamente en qué medida el efecto negativo de estos sistemas sobre la demanda de efectivo (mantenimiento de menores saldos como consecuencia de la reducción en los costes de transacción) es compensado por el incremento en su uso como consecuencia de su mayor disponibilidad y menores costes totales[28].

De hecho, existen diversos estudios cuyos resultados se alejan de los obtenidos por Paroush y Ruthenberg (1986) y Zilberfarb (1989) y apuntan a una relación positiva entre el uso de CA y la demanda de efectivo. En el trabajo de Dombrecht (1989) para Bélgica se encontró un efecto positivo de los CA sobre la demanda de efectivo. En la misma dirección apuntan los resultados del estudio realizado en Finlandia por Kokkola (1990). Por su parte, Henderson (1986) registró para EE.UU un desplazamiento del uso de los cheques en favor del efectivo como consecuencia del uso intensivo de CA. El estudio realizado por Boeschoten (1992) para 15 países desarrollados señalaba entre sus conclusiones que el incremento en una unidad del número de CA por millón de habitantes incrementaba el efectivo en circulación (fuera de las cajas de los bancos) entre un 0,02 y un 0,08 por 100 en los países considerados[29]. En opinión de Boeschoten (1992, p. 150), estos resultados sugieren que, al menos en la fase introductoria, el público no explota las posibilidades de estas máquinas y que el estímulo en la utilización del efectivo predomina sobre los posibles ahorros en las tenencias de efectivo.

[28] Como señalan Pitzinger y Summers (1994, p. 108), las tendencias en los sistemas de pago de los países desarrollados están afectando al uso del efectivo en formas contradictorias. Si por un lado, los avances tecnológicos para las transferencias del dinero mantenido en las cuentas a la vista en bancos permiten el uso más intensivo de los servicios de pago sin efectivo, por otro lado, la aplicación de esta misma tecnología a los sistemas de autoservicio bancarios (CA y TPV) ha hecho mucho más fácil el acceso a las cuentas bancarias para la retirada de efectivo.

[29] Boeschoten (1992, pp. 158-159) constató también la existencia de una relación positiva entre el efectivo mantenido "en el interior" de los bancos y la utilización intensiva de los CA. En opinión de este autor, este hecho se debía al efectivo mantenido en cada una de las máquinas instaladas y a la necesidad de cantidades adicionales en *stock* para poder reponerlas periódicamente.

Con base en lo sugerido por la mayoría de los estudios apuntados, y de acuerdo con lo señalado por Humphrey (1994, pp. 61-62), sería incorrecto concluir que los CA representan un cambio en los sistemas de pago minorista que apunta hacia un mayor uso de pagos electrónicos. La evidencia muestra que el uso de los CA ha incrementado el uso del efectivo en detrimento del cheque y de otros instrumentos de pago ligados al dinero bancario, tales como la utilización de tarjetas de débito para la realización de pagos en TPV. Ello supone que las consecuencias sobre la demanda de dinero se han basado, principalmente, en un cambio en la composición relativa de ésta, de forma que se ha reducido el dinero bancario mantenido por el público en favor del tradicional efectivo. En este caso, sus posibles implicaciones sobre la instrumentación de la política monetaria apuntan, *ceteris paribus*, hacia una reducción del multiplicador monetario con la consiguiente contracción de la liquidez en el sistema financiero.

4.2.2. TARJETAS DE CRÉDITO

Si el uso de los CA y, principalmente, de las tarjetas de débito conlleva una reducción de los costes de transacción asociados, principalmente, a las transferencias entre dinero bancario y efectivo, como consecuencia de la mayor cercanía al cliente y de la amplitud de horarios, los fondos disponibles en tarjetas de crédito reducen significativamente la necesidad de realizar tales transacciones, debido a que es capaz de sustituir al dinero (tanto efectivo como depósitos a la vista) en los pagos cotidianos de bienes y servicios (motivo transacción) y para pagos de emergencias (motivo precaución) (Akhand y Milbourne, 1986, p. 471; Chirinko y Farr, 1996, p. 9).

Efectivamente, los usuarios de tarjetas de crédito, manteniendo el mismo patrón de compras, pueden concentrar todos los pagos realizados durante un período en uno solo, permitiéndole de esta forma beneficiarse, por un lado, de unas mayores ganancias de intereses sobre fondos mantenidos en

depósitos rentables y, por otro lado, de la reducción de costes totales de transacción derivados de un menor volumen de transferencias desde éstos hacia activos líquidos[30].

Este hecho encuentra sustento teórico con la incorporación del crédito con tarjetas, como medio alternativo de pago frente al efectivo, en el marco del modelo *Baumol-Tobin* (Akhand y Milbourne, 1986, pp. 471-478). Dicha extensión del modelo sugiere que un individuo que utiliza tarjetas maximizará su beneficio eligiendo un intervalo de tiempo óptimo **T*** dado por

$$\mathbf{T^*} = \sqrt{2\&/R * (1 - p) * G}$$

siendo, en este caso, los saldos monetarios medios mantenidos

$$\mathbf{M^*} = \sqrt{\&*(1 - p) * G / 2R}$$

donde **p** representa la proporción del gasto total que un individuo puede realizar a través de tarjetas de crédito en un período dado[31].

De lo anterior se deduce que a medida que el individuo realiza una mayor proporción de su gasto difiriendo el pago a través de tarjetas (mayor valor de **p**) aumenta el intervalo de tiempo que transcurre entre dos retiradas de dinero consecutivas (**T**) y disminuye el saldo medio de dinero mantenido durante ese intervalo de tiempo. De este modo, tal y como apunta Russell (1975, pp. 30-33), en el caso extremo de realización de todas las transacciones a través de tarjetas de crédito se rompería con uno de los supuestos básicos del modelo *Baumol-Tobin*, esto es, el gasto uniforme de efectivo a lo largo de

[30] Entendiendo los "intereses" y "costes de transferencia" en el sentido amplio apuntado por Tobin, tal y como se ha señalado en párrafos anteriores.

[31] Uno de los supuestos de que parte el modelo es que si se produce una transacción, desde efectivo hasta bonos, debe haber al menos una segunda transacción desde bonos hasta efectivo (Tobin, 1956, p. 243).

un período determinado. En este caso, y de acuerdo con lo expuesto en el presente capítulo, el titular de tarjeta de crédito optimizaría su situación realizando como mucho dos transacciones: una de compra de bonos al principio del período (momento $\mathbf{t_1}$) y otro de venta en el momento de obligada liquidación del saldo pendiente con tarjetas (momento **L**)[32]. En dicho intervalo de tiempo el efectivo remanente (bonos comprados) se situaría al nivel **G** (representado por la línea discontinua), siendo el saldo medio de efectivo mantenido nulo (figura 4.2).

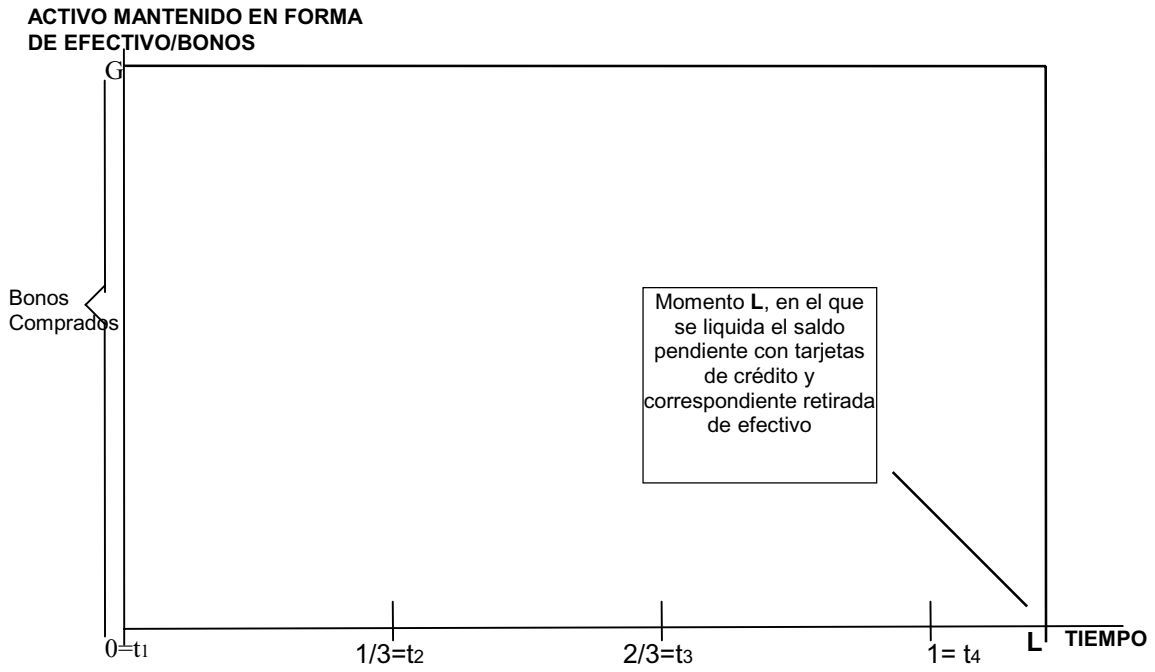
A pesar de las anteriores aportaciones teóricas y de acuerdo con Marcus (1960) y White (1976), los efectos negativos de los reducidos costes de transacción asociados con las tarjetas de crédito sobre la demanda de dinero (M1) pueden ser ambiguos, ya que dependería sensiblemente de los supuestos sobre el comportamiento de los individuos, de forma que sólo se produciría este resultado si las familias o individuos utilizan los fondos liberados temporalmente por este instrumento para invertirlos en activos rentables. En caso contrario, el volumen de demanda de dinero podría permanecer estable, alterando únicamente su composición mediante un incremento de los depósitos a la vista en detrimento del efectivo y produciendo, pues, un efecto expansivo en la oferta monetaria[33].

[32] El único caso en el que el titular no optimizaría su situación comportándose de esta forma sería aquella en la que los intereses percibidos procedentes de la inversión en activos rentables no lograsen cubrir el coste total de realizar las dos transacciones apuntadas. En este caso, la elección óptima del titular sería la de mantener todo su activo en dinero y no realizar ninguna inversión en activos rentables.

[33] De hecho, tal y como sugieren los citados autores, frente a los efectos negativos de la utilización de la tarjeta de crédito sobre la demanda de dinero argumentados anteriormente, existen otros factores que pueden apuntar a una relación positiva entre aquél y el volumen de fondos mantenidos en depósitos a la vista: en primer lugar, la menor necesidad de reintegros de efectivo procedentes de cuentas a la vista; en segundo lugar, unos altos costes de transacción hasta activos rentables podrían provocar la no realización de éstas y, por tanto, la tenencia de mayores fondos parados en cuentas a la vista; por último, la posesión de tarjetas de crédito podría estar asociada a una mayor propensión al consumo.

FIGURA 4.2

UTILIZACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO Y GESTIÓN DE EFECTIVO Y ACTIVO RENTABLES



Nota: Para T=3
Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, diversos estudios han demostrado la relación negativa existente entre el uso de las tarjetas de crédito y el efectivo. Así, Boestochen (1992, p. 152) estimó con datos de quince países desarrollados que un aumento de un punto porcentual en la ratio "transacciones con tarjetas de crédito/gasto en consumo" suponía una reducción del 3 por 100 en la demanda de efectivo. Estos resultados se aproximaban a los encontrados por Virén (1989) para Finlandia. Respecto al otro componente principal del M1, esto es, los depósitos a la vista, los trabajos empíricos llevados a cabo por diversos autores, tales como Mandell (1972); White (1976); Hammond (1982); Duca y Whitesell (1995); y Chirinko y Farr (1996), han puesto manifiesto, igualmente, una significativa relación negativa entre aquél y el uso de las tarjetas de crédito.

De los anteriores estudios se deduce que, al contrario que ocurre con el uso intensivo de los CA, las tarjetas de crédito sí parecen haber contraído el volumen de liquidez demandada por parte del público, a la vez que han alterado la relación entre efectivo y depósitos bancarios, en este caso rentables, de forma que se han reducido los primeros en favor de los segundos, provocando, de esta forma, un incremento del multiplicador monetario y, con él, de la oferta de liquidez en el sistema.

4.2.3. MONEDEROS ELECTRÓNICOS

Tal y como se ha apuntado en líneas anteriores, el segmento de mercado al que va dirigido los modernos monederos electrónicos coincide con el que hasta ahora ha acaparado el tradicional efectivo. El posible desplazamiento de éste último en favor del denominado "dinero electrónico" supone para los bancos centrales la sustitución de una de sus principales partidas de pasivo (cuadro 4.7), lo que aflora cuestiones de muy diversa índole que han llevado a organismos internacionales, tales como el Instituto Monetario Europeo o el Banco de Pagos Internacionales, a aconsejar a los bancos centrales de sus Estados miembros que muestren una especial cautela respecto al desarrollo de dichos instrumentos[34].

[34] Dicha preocupación se ha materializado en la elaboración de diversos informes por sendos organismos. Así, el IME publicó bajo el título "*Prepaid Cards*", en mayo de 1994, uno de ellos en el que se planteaban las posibles implicaciones que podrían dar lugar el desarrollo de los monederos electrónicos así como una serie de recomendaciones de actuación a los bancos centrales de los Estados miembros. Igualmente, los bancos centrales del Grupo de los Diez vienen estudiando desde finales de 1995 el desarrollo del dinero electrónico. Esto ha dado lugar a la elaboración de varios informes por parte del Banco de Pagos Internacionales (BPI), entre el que destaca el titulado "*Implications for Central Banks of the Development of Electronic Money*" publicado en octubre de 1996. Otros informes elaborados por el BPI relacionados con el dinero electrónico son los siguientes: "*Security of Electronic Money*" de agosto de 1996 y el informe, no público, "*Possible Seignorage Implications of the Development of Electronic Money*" de junio de 1996.

CUADRO 4.7

IMPORTANCIA DEL EFECTIVO SOBRE EL PASIVO DE LOS BANCOS CENTRALES DE LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1994

Países	Porcentaje sobre total pasivo de bancos centrales
Unión Europea	
España	49,3
Alemania	63,4
Bélgica	42,0
Dinamarca	17,4
Finlandia	14,8
Francia	37,7
Grecia	13,3
Irlanda	36,4
Italia	27,9
Países Bajos	43,0
Portugal	17,6
Reino Unido	69,8
Suecia	25,2
Otros Países	
Canadá	*86,7*
EE.UU	*84,1*
Japón	*84,5*
Suiza	*42,9*

Fuente: BPI (1996a, p. 5). Elaboración propia.

En principio, las estimaciones realizadas en distintos países apuntan a que el posible impacto del "dinero electrónico" sobre la demanda de efectivo no va a ser relevante a corto o medio plazo. Así, las realizadas por Alejano y Peñalosa (1998, p. 62) para el caso español sugieren que aún en el caso de que el "dinero electronico" llegase a sustituir a todos los billetes de 1.000 y 2.000 pesetas, así como a todas las monedas en circulación, la reducción de efectivo estaría próxima al 11 por 100, porcentaje bastante inferior al obtenido por estudios similares realizados en otros países (cuadro 4.8).

La reducción prevista en nuestro país es poco significativa si lo comparamos con estimaciones similares realizadas para otros países. Así, en comparación con los resultados obtenidos por Boeschoten y Hebbink (1996) para los miembros del Grupo de los Diez, la reducción de efectivo en España bajo la primera hipótesis planteada (4,4 por 100) es una de las menores dentro del conjunto de países desarrollados, únicamente superior a las que se prevén

para Suiza y Japón (3 por 100). En el caso de la segunda hipótesis, todos los países presentan una reducción de efectivo superior a la del caso español. Por último, considerando la tercera de las hipótesis la reducción de efectivo en España sólo sería superior a la prevista para Bélgica (10 por 100), Japón (10 por 100) y Suiza (11 por 100).

CUADRO 4.8

EFECTOS POTENCIALES DEL DESARROLLO DEL DINERO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

	Saldo de dinero electrónico (m.m. ptas.)	**Reducción de saldo de efectivo (%)**
Hipótesis 1: Se mantiene un saldo medio de dinero electrónico de 10.000 ptas. por persona.	392	4,4
Hipótesis 2: Los instrumentos de dinero electrónico sustituyen a todos los billetes de 1.000 y 2.000 ptas.	653	7,3
Hipótesis 3: Los instrumentos de dinero electrónico sustituyen a todos los billetes de 1.000 ptas. y 2.000 ptas. y a todas las monedas en circulación	1.007	11,2
Nota: Saldo vivo de billetes y monedas en circulación: 8.992 m.m. (a 31.12.1997)		

Fuente: Alejano y Peñalosa (1998, p. 62).

Además, cabe señalar que el IME (1994) estableció en su informe que los saldos contenidos en los monederos electrónicos deberían de incluirse dentro de la partida de depósitos a la vista. Ello significa, por un lado, el sometimiento de dichos saldos a los coeficientes de caja y, por tanto, controlables por los bancos centrales; por otro lado, el "dinero electrónico" almacenado en las tarjetas monedero queda internalizado en el agregado monetario M1, no afectando al nivel de demanda de éste.

En lo que se refiere a las implicaciones de la expansión del uso del "dinero electrónico" sobre la instrumentación de la política monetaria, la sustitución del efectivo por el valor almacenado en los monederos electrónicos puede llevar consigo, no sólo dificultades en la obtención de estadísticas necesarias para el control monetario por parte de los bancos centrales, sino

también repercusiones sobre el nivel de reservas mantenidas por el sistema bancario. En este sentido, el BPI (1996a, p. 7) señala en su informe que los efectos del dinero electrónico sobre la implementación de la política monetaria dependerán de si su impacto es primeramente sobre la demanda de reservas bancarias o sobre la capacidad del banco central de ofertar tales reservas.

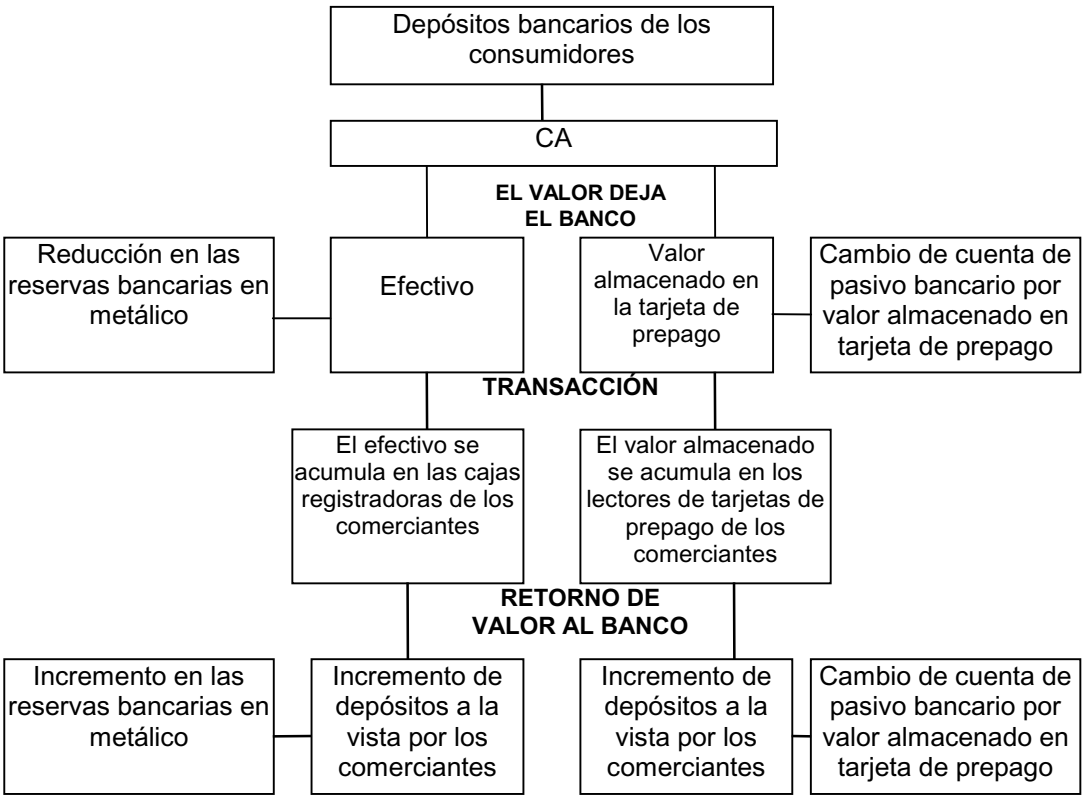
Efectivamente, como se observa en la figura 4.3, mientras que la retirada de efectivo supone para los bancos una reducción de sus reservas en metálico y, consecuentemente, un aumento posterior de la demanda de éstas, el almacenamiento de valor en un monedero electrónico supone sustituir un pasivo bancario (depósito bancario) por otro pasivo que representa "… la obligación de restitución de valor a quién o quiénes hubiera sido transferido el importe cargado en el monedero" (Robles, 1996, p. 5).

Siempre y cuando ambos pasivos (depósitos a la vista y valor almacenado en monedero) tengan asociados los mismos requerimientos de reservas se simplificaría la gestión de éstas por parte de los bancos comerciales, por cuanto la operación con monedero electrónico no daría lugar a las situaciones de escasez o exceso de oferta que tendría lugar en caso de realizarse un reintegro de efectivo a través de CA. Además, la disponibilidad de mayores fondos por parte de los bancos comerciales puede reducir la necesidad de demanda de reservas excedentarias para pagos a otros bancos.

Siendo el control de dichas reservas un instrumento fundamental de los bancos centrales en la instrumentación de la política monetaria, la disminución de la demanda de aquellas puede tener implicaciones prácticas sobre la actuación del banco central. De este modo, tal y como apunta el BPI (1996a, p. 7), el efecto sobre la demanda podría estar ocasionado por la sustitución de depósitos de reservas por dinero electrónico o por una sustanciosa reducción en la demanda de los bancos de saldos para liquidación.

FIGURA 4.3

COMPARACIÓN DEL FLUJO DE VALORES:
EFECTIVO Y TARJETAS DE PREPAGO



Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Wenninger y Laster (1995, p. 3).

En lo que respecta al efecto sobre la oferta de reservas, la sustitución del principal componente del pasivo de los bancos centrales podría restar margen de maniobra a éstos en la implementación de la política monetaria, debido a escasez de activo. En este sentido, el informe del BPI (1996a) señala que los efectos sobre la oferta resultarían del impacto que el dinero electrónico tuviera sobre el tamaño del balance del banco central.

Es preciso hacer referencia también a las implicaciones sobre los ingresos por señoreaje de los bancos centrales, debidas a la sustitución del efectivo por el dinero electrónico. El señoreaje, en su precisa definición, se refiere a las diferencias existentes entre el valor nominal y el coste de

fabricación del efectivo emitido por los bancos centrales. Sin embargo, cuando se discute sobre cuestiones relacionadas con las posibles repercusiones del dinero electrónico dicho término se utiliza para hacer referencia a la pérdida de ingresos de los gobiernos que se deriva de rentabilidad de unos activos cuya contrapartida en el pasivo (efectivo emitido por el banco central en régimen de monopolio) tiene un coste prácticamente nulo (*United States Department of the Treasury Conference*, 1996; Boeschoten y otros, 1996, p. 12). De acuerdo con ello, la sustitución completa del efectivo por dinero electrónico obligaría a los bancos centrales a una búsqueda de nuevas fuentes de financiación, como podría ser, tal y como señalan Groeneveld y Visser (1997, pp. 86-87), la imposición de requerimientos de reservas no remuneradas sobre el dinero electrónico.

A este respecto, el citado informe del BPI (1996a) realiza un estudio en diferentes escenarios de la repercusión que tendría la sustitución de efectivo por dinero electrónico respecto a la cobertura de los gastos operativos soportados por los bancos centrales de los países miembros del Grupo de los Diez. En el cuadro 4.9 se ha reproducido parte de los resultados obtenidos.

Los resultados muestran que, bajo los distintos escenarios considerados, la reducción prevista de los ingresos por señoreaje dista mucho del nivel mínimo de cobertura de los costes operativos soportados por los bancos centrales. Únicamente si esa sustitución del efectivo fuese bastante superior de lo estimado, y potencialmente es posible, podría alcanzar niveles en los cuales aquellos tendrían que buscar otras fuentes de ingresos alternativas para cubrir dichos costes.

Otra cuestión que aflora de la posible extensión del uso de estos nuevos instrumentos se refiere a los posibles efectos adversos sobre la confianza del público en el sistema y en los medios de pago. Esta preocupación es debida a la posibilidad de falsificaciones o de emisiones de monederos electrónicos por instituciones no sujetas a regulación bancaria. Respecto a lo primero, hay que

apuntar la dificultad de detectar tales falsificaciones en un instrumento que, en principio, se presenta como garante del anonimato de las transacciones que con él se realizan.

CUADRO 4.9

COMPARACIÓN DE SEÑOREAJE Y GASTOS DE LOS BANCOS CENTRALES, 1994

Países	Señoreaje[35] (como porcentaje PIB)	Gastos de explotación de los bancos centrales (como porcentaje del PIB)	Porcentaje de reducción del señoreaje antes de que el umbral de rentabilidad sea alcanzado	Reducción del señoreaje (como porcentaje del PIB)	
				Si las tarjetas de prepago eliminan todos lo billetes con denominación hasta 25$ USA	Si todo individuo llevara una tarjeta prepagada con 100$ USA de dinero electrónico
Bélgica	0,44	0,17	62	0,05	0,03
Canadá	0,31	0,03	91	0,15	0,05
Francia	0,28	0,13	54	0,08	0,03
Alemania	0,52	0,07	86	0,06	0,03
Italia	0,65	0,06	91	0,05	0,06
Japón	0,42	0,06	85	0,06	0,01
Países B.	0,46	0,06	87	0,06	0,03
Suecia	0,48	0,04	92	0,10	0,04
Suiza	0,45	0,05	88	0,05	0,01
Reino Unido	0,28	0,03	89	0,14	0,05
EE.UU.	0,43	0,03	93	0,14	0,03

Fuente: Adaptación de Banco de Pagos Internacionales (1996a, p. 8).

Ante las cuestiones anteriormente planteadas, el IME ha efectuado una serie de recomendaciones a tener en cuenta por los bancos centrales de los países miembros de la UE. Éstas se resumen a continuación[36]:

- Sólo a las instituciones de crédito se les debe de permitir la emisión de monederos electrónicos. La regulación bancaria existente debe ser modificada para hacer cumplir este requisito.

[35] Su estimación se ha realizado multiplicando el saldo de billetes y monedas en circulación por los tipos de interés a largo plazo de los valores del Estado.

[36] Estas recomendaciones de la Comisión de la UE, se refieren únicamente a las tarjetas de prepago -no incluyéndose aquellas que contienen líneas de crédito-, y de finalidad múltiple -no incluyendo, pues, aquellas de finalidad única o limitada (IME, 1994, p. 4).

- Los bancos centrales de la UE deben de tener control sobre el desarrollo de las tarjetas de prepago. A este respecto, los bancos centrales de la UE deberían de ser informados de cualquier proyecto de tarjetas de prepago que implique a más de un proveedor de bienes y servicios y decidir si dichas tarjetas deben ser consideradas como de "finalidad limitada" o "finalidad múltiple"[37], siéndole, en este último caso, aplicable lo expuesto en dicho informe.

- Examinar cuidadosamente, por parte de las instituciones que tuvieran a su cargo la supervisión del sistema de pago, las características de seguridad de los proyectos de tarjetas de prepago.

Respecto a la primera recomendación, en España el apartado 28 de la Ley 26/1988 autoriza exclusivamente la captación de fondos reembolsables a las entidades de crédito, por lo que sólo éstas podrán emitir dichas tarjetas. Además, dado que, dentro de este grupo de entidades, a los establecimientos financieros de crédito no se les permite captar fondos reembolsables, son las entidades de depósito (bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito) las únicas que pueden emitir monederos electrónicos.

[37] La inexistencia de un criterio estricto para tal distinción constituye un problema adicional para el control de los bancos centrales sobre el desarrollo de estos sistemas.

CAPÍTULO 5

ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE PAGO MINORISTAS EN LA UNIÓN EUROPEA

CAPÍTULO 5

ESTRUCTURA Y EVOLUCIÓN DE LOS SISTEMAS DE PAGO MINORISTAS EN LA UE

Los sistemas de pago con tarjetas constituyen uno de los múltiples mecanismos ofrecidos por el sistema financiero para facilitar los pagos e intercambios económicos en los que se implican importes de pequeña cuantía. Dado que las necesidades de servicios de pago por parte de los individuos están limitadas por su capacidad y propensión al gasto, existe, lógicamente, un efecto sustitución entre los distintos instrumentos de pago alternativos que son susceptibles de ser utilizados para liquidar una determinada transacción.

Por esta razón, entendemos que el estudio de la situación de la demanda y oferta de tarjetas de pago bancarias en el mercado español, en relación con los países de nuestro entorno, debe de partir del previo análisis del nivel de arraigo que, por motivos históricos, culturales, económicos, estructurales, etc., tienen en cada uno de ellos otros métodos de pago sustitutivos de las tarjetas bancarias.

Todas las cuestiones anteriores son abordadas en el presente capítulo.

5.1. USO DEL EFECTIVO VERSUS "OTROS INSTRUMENTOS DE PAGO"[1]

5.1.1. SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN RECIENTE DEL USO DEL EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS

Por las razones ya aludidas en el presente trabajo, el efectivo emitido por los bancos centrales se sitúa como el principal competidor del conjunto de instrumentos de pago ofertados por las entidades financieras. En el cuadro 5.1 se ofrecen indicadores indirectos[2] que nos permiten realizar una primera aproximación al grado de utilización relativa de este medio de pago en el ámbito de la UE y en otros países desarrollados.

Una primera conclusión que se desprende de los datos del cuadro 5.1 es que, a pesar de los avances tecnológicos incorporados en los sistemas de pago a mediados de los ochenta, el efectivo, lejos de tener una presencia marginal, sigue siendo un importante medio de pago en la mayoría de las economías desarrolladas, representando en términos medios en torno a un 20 por 100 del total valor del agregado monetario más cercano al concepto teórico

[1] A lo largo del presente capítulo utilizaremos el término "otros instrumentos de pago" para hacer referencia al conjunto de instrumentos minoristas, excepto el efectivo, formado por cheques, tarjetas de pago, transferencias bancarias y domiciliaciones bancarias.

[2] La dispersión y, en algunos casos, la opacidad de los pagos realizados con efectivo obliga a la utilización de estimaciones indirectas sobre su grado de uso en los distintos países. Entre los estimadores más utilizados se encuentran los que relacionan el valor del efectivo en circulación con alguna macromagnitud (Producto Nacional Bruto o agregados monetarios) o con el número de habitantes por país (véase Quirós, 1990, pp. 53-62; Santillán, 1991, p. 37; Humphrey y otros, 1996, pp. 916-919). A fin de aproximarnos lo más posible a la importancia que el uso del efectivo tiene en cada uno de los países, hemos creído conveniente utilizar dos de ellos que, aún con distintos significados, pueden ser relevantes, a efectos comparativos, para constatar las diferencias existentes entre países respecto a su grado de utilización en las transacciones de pequeños importes. Nos referimos a las ratios "efectivo en manos del público/número de habitantes" y "efectivo en manos del público/M1". En cualquier caso, cabe destacar las limitaciones de estas estimaciones debido a la imposibilidad de aislar, por un lado, la proporción de demanda total de efectivo que se realiza por motivo transacción de las que se corresponden con otros fines, tales como atesoramiento o especulación y, por otro lado, la dificultad de identificar qué parte se encuentra asociada con los pagos minoristas de la economía, por cuanto el valor de aquel incluye también las realizadas por el resto de sectores, salvo el bancario.

CUADRO 5.1

SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN RECIENTE DEL USO DEL EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, AÑOS 1989 Y 1997

Países	Valor de efectivo per cápita*			Efectivo/M1 (%)		
	1989	1997	Increm. 1989-97 (%)	1989	1997	Increm. 1989-97 (puntos porcent.)
España	**718**	**946**	**32**	**20**	**26**	**6**
Alemania**	575	810	41	34	26	-8
Bélgica	976	913	-6	33	26	-7
Francia	641	584	-9	17	13	-4
Irlanda	450	705	57	45	30	-15
Italia	679	716	6	15	16	2
Países Bajos	1.046	941	-10	30	19	-11
Austria	978	1.083	11	41	32	-8
Portugal	339	264	-22	26	15	-11
Finlandia	405	421	4	6	7	1
Suecia	1.109	788	-29	11	10	-1
Reino Unido	443	442	-0	7	5	-2
Media UE	**697**	**718**	**3**	**24**	**19**	**-5**
Otros países						
Canadá	*582*	*534*	*-8*	*46*	*36*	*10*
*EE.UU***	*353*	*464*	*32*	*28*	*40*	*11*
Suiza	*2.277*	*2.093*	*-8*	*33*	*16*	*-17*

* Valor del efectivo medido en ecus y en términos reales.
** En Alemania y EE.UU se ha reducido el valor del efectivo per cápita en un 35 y 60 por 100, respectivamente, para considerar la parte que, según se estima, se encuentra fuera del país (véase Humphrey, 1996, p. 917).

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

del dinero, esto es, del M1[3]. Si nos referimos a la cantidad, y no al valor, de transacciones de pequeño importe liquidadas a través de este instrumento, los resultados de las encuestas más recientes realizadas en distintos países apoyan la afirmación anterior cuando señalan que en torno al 80 por 100 de aquellas se liquidan con este medio de pago[4].

[3] Esto significa, tal y como ha señalado Moore (1991), que ninguna de las tecnologías utilizadas para sustituir al efectivo en la realización de pagos tiene el potencial de reemplazarlo completamente. Las características propias del efectivo, esto es, nulo coste explícito, aceptación universal, realización de transferencias instantáneas de valor y conservación del anonimato del usuario, lo hacen difícilmente sustituible por otros instrumentos de pago.

[4] En Francia se estima que más del 80 por 100 de las transacciones de pequeño importe se realizan con efectivo; en Luxemburgo se constató que el uso del efectivo alcanzaba el 91 por 100 de las transacciones menores de 1.000 francos luxemburgueses; en los Países Bajos se

Si bien este ha sido el comportamiento general del conjunto de países, los dos indicadores utilizados reflejan notables diferencias entre éstos en lo que se refiere al grado de utilización del efectivo. Dicha disparidad se mantiene incluso entre aquellos que poseen elevados niveles de renta y de desarrollo, tales como Alemania (con 810 ecus per cápita y un peso en el M1 del 26 por 100), Francia (584 ecus per cápita y un 13 por 100 del M1) y el Reino Unido (442 ecus per cápita y el 5 por 100 del M1)[5], lo que sugiere la existencia de importantes factores subyacentes, además de los niveles de renta, que afectan a la preferencia por el efectivo en cada uno de los países. Uno de los estudios más completos al respecto lo proporciona Boeschoten (1992, pp. 131-154), en el cual se analiza la demanda de efectivo por parte del público desde una perspectiva internacional y considerando los efectos de las innovaciones tecnológicas -CA, TPV, etc.- sobre dicha variable. Sus resultados generales se pueden resumir como sigue (cuadro 5.2):

CUADRO 5.2

FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA DE EFECTIVO

POSITIVAMENTE	NEGATIVAMENTE
Gasto en consumo Número de CA per cápita Tasas de impuestos Tasas de Seguridad Social	Tipos de interés TPV per cápita Transacciones con tarjetas de crédito

Fuente: Boeschoten (1992, pp. 131-154).

De acuerdo con lo anterior, las diferentes dotaciones de puntos de venta en el sistema de pago, los distintos niveles alcanzados por las principales variables macroeconómicas y la importancia alcanzada por la economía sumergida en cada país -medida con variables *proxis* como la tasa de

estima que el 90 por 100 de las transacciones comerciales se liquidan con efectivo; en Finlandia las estimaciones llevadas a cabo arrojan porcentajes del 80 por 100 de las transacciones realizadas; en Suecia se estima que un 95 por 100 de las transacciones se liquidan por este medio; y en el Reino Unido el 75 por 100 de las transacciones con valores por debajo de una libra se liquidan con efectivo (véase IME, 1996, pp. 232, 372, 399, 531, 582 y 622).

[5] Una recopilación de los diversos estudios sobre los determinantes de la demanda de efectivo realizados en los países de la UE se puede consultar en Browne y otros (1997).

impuestos o de seguridad social- son algunos de los aspectos que explican la diversa intensidad con la que el efectivo es utilizado en cada sistema financiero.

La importancia del efectivo como medio de pago se refleja también en su evolución durante la primera mitad de los noventa. Si bien es cierto que en la mayoría de los países considerados ambas ratios se han reducido durante dicho período, el valor del efectivo por habitante se ha incrementado, en promedio, en el conjunto de países de la Unión un 3 por 100 y la caída en la otra ratio, "Efectivo en manos del público/M1"[6], ha sido de tan sólo cinco puntos porcentuales, lo cual, entendemos, no permite hablar de una dramática reducción del uso este medio de pago durante los últimos años, máxime si tenemos en cuenta que dicho período coincide con el de mayor difusión de otros instrumentos de pago alternativos, como es el caso de las tarjetas bancarias. Obsérvese que las excepciones a esta reducción de la citada ratio se presentan, en el ámbito de la Unión, sólo en tres países, entre los que se encuentra España.

Centrándonos en el caso español, los indicadores sobre el uso actual del efectivo muestran niveles muy superiores a los que corresponden en promedio al conjunto de la UE, con unos valores que superan a éste en 228 ecus por habitante y 7 puntos porcentuales con relación al M1, respectivamente. El valor que corresponde a nuestro país (946 ecus por habitante) únicamente es inferior al de Austria (1.083 ecus). Del mismo modo, si consideramos la ratio "efectivo en manos del público/M1" sólo existen dos países comunitarios -Irlanda y Austria- que lo superan. Además, el sistema financiero español también se caracteriza por haber mantenido un continuo crecimiento del uso del efectivo y por haber presentado el mayor incremento en

[6] La reducción del valor de esta ratio en la mayoría de los países desarrollados se interpreta como una disminución en términos relativos de los pagos hechos con efectivo en relación a los que se hacen utilizando dinero bancario, esto es, depósitos a la vista (Humprhey y otros, 1996, p. 918).

el ámbito comunitario de la ratio "efectivo en manos del público/M1" (6 puntos porcentuales) durante la primera mitad de los noventa[7]. Igual signo positivo presenta la variación en el valor del efectivo mantenido por habitante, con un crecimiento de un 32 por 100 en el período considerado, si bien, en este caso, es superado por dos países de la Unión: Alemania e Irlanda.

Este comportamiento diferencial de España respecto al resto de países desarrollados ya ha sido puesto de manifiesto y analizado por diversos autores (véanse, entre otros, Quirós, 1990; Santillán, 1991 y Manrique, 1996). Los resultados de dichos análisis apuntan a la importante economía sumergida existente en nuestro país, en relación con la que está presente en los demás países, como principal factor explicativo de tales diferencias, razón por la cual hemos creído conveniente prestarle una especial atención en las siguientes líneas.

Es generalmente aceptado el hecho de que la existencia y desarrollo de la economía sumergida[8] encuentra su reflejo más o menos evidente en la cuantía de los principales agregados monetarios. Ello es debido a que las características propias del efectivo, entre las que se encuentra el anonimato de las transacciones liquidadas, lo convierte en el medio de pago ideal para su uso en aquellas actividades y transacciones económicas realizadas al margen de la acción fiscalizadora del Estado (Ruesga, 1985, pp. 24-25; Escobedo y Mauleón, 1991, pp. 1-2).

Los escasos estudios realizados para la cuantificación global de la economía sumergida en España arrojan como resultados cifras dispares entre

[7] Este crecimiento se viene manifestando en España desde mediados de los ochenta.

[8] La extensión y alcance del concepto de "economía sumergida" se ha prestado a múltiples interpretaciones que pueden clasificarse en función de dos criterios básicos: fiscales y en relación con la contabilidad nacional (Ruesga, 1985, p. 6). Una definición que engloba ambos criterios sería la presentada por Tamames (1988, pp. 104-105), según la cual la economía sumergida "... es aquella parte de la actividad económica... que no entra en los circuitos estadísticos y fiscales".

sí[9]. Sin embargo, de acuerdo con Ruesga (1988, p. 90), uno de los que ofrece mayor fiabilidad es el realizado por el Ministerio de Economía y Hacienda (1988), en el cual se puso de manifiesto un importante volumen de empleo no declarado en España[10], cuantificado en un 27,1 por 100 de la total ocupación en nuestro país. Otras estimaciones más recientes llevadas a cabo por la Comisión Europea corroboran la existencia de una elevada tasa de economía sumergida en España respecto al resto de países desarrollados. Así, de acuerdo con un trabajo llevado a cabo en 1998 por la Comisaría de Empleo del citado organismo, el volumen de actividad que escapa del control de las administraciones públicas se sitúa en el caso español entre un mínimo de 9 billones de pesetas y un máximo de 28, lo que con relación al total PIB español representa, respectivamente, el 10 y 23 por 100[11].

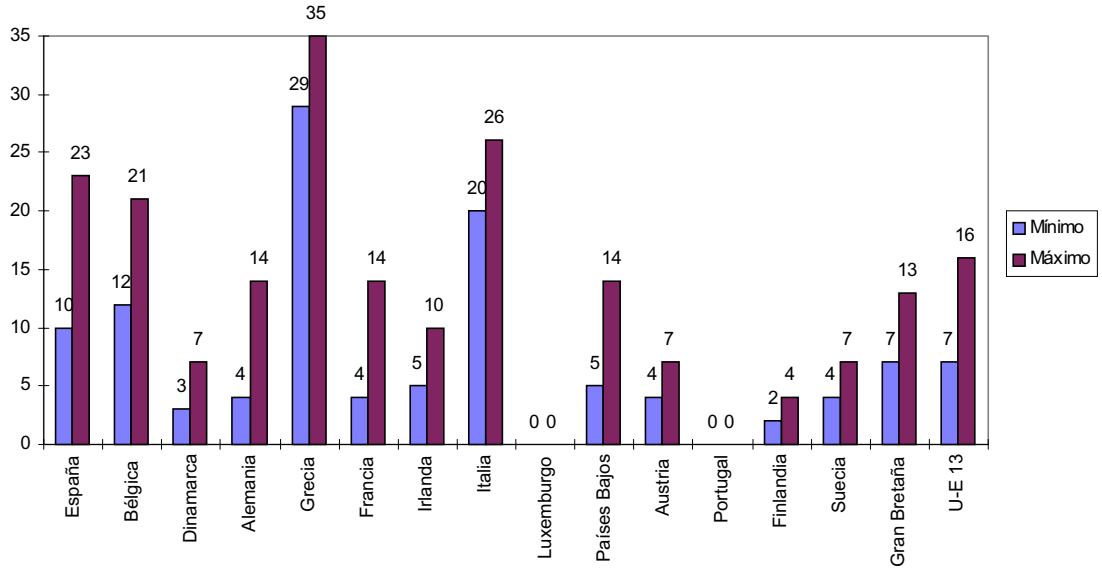
Siguiendo el citado estudio, la comparación con la situación existente en otros países de la UE (figura 5.1) permite concluir que sólo Italia y Grecia superan a España en el volumen de actividad que no entra en los circuitos estadísticos y fiscales, poniéndose de manifiesto así la mayor extensión de este fenómeno entre los países mediterráneos. Estas estimaciones no difieren demasiado de las obtenidas por Schneider (1997), según las cuales España contaría con un nivel de economía sumergida equivalente al 22,3 por 100 del PIB oficial en 1994, cifra únicamente superada, entre un total de 16 países analizados, por la que presentaba Italia, con un 25,8 por 100 del PIB.

[9] De este modo, Moltó (1981) estimó, utilizando el método *Gutmann*, que en 1979 la economía sumergida suponía en España en torno al 1 por 100 del PIB registrado, resultado que fue revisado en trabajos posteriores, elevándose dicho porcentaje al 2,5 del PIB para el año 1981. Los resultados de la aplicación del método *Tanzi* por Lafuente sugerían que la economía sumergida importaba en 1978 el 22,9 por 100 de la Renta Nacional. Las estimaciones de los profesores suizos Frey y Wech (1982) para los países de la OCDE indicaban que en 1978 la economía sumergida en España tenía escasa actividad, representando un 6,5 por 100 del PNB, lo que representaba uno de los niveles mas reducidos de entre los países desarrollados.

[10] Según el citado estudio, el número de ocupados irregulares ascendía a más de tres millones de personas.

FIGURA 5.1

ESTIMACIÓN DE LA ECONOMÍA SUMERGIDA EN LOS PAÍSES DE LA UE, 1994 (PORCENTAJES DE ECONOMÍA OCULTA SOBRE EL PIB)



Fuente. Comisión Europea. Tomado de Diario Expansión de 31/3/98.

Los resultados anteriores están igualmente en consonancia con los obtenidos en un trabajo reciente por Mauleón y Sardá (1997), en el que, además, se realiza una estimación de la evolución de esta economía no declarada durante las últimas décadas. Según los citados autores, la economía sumergida española alcanzaría un valor mínimo en 1973 (un 12,3 por 100 del PIB legal contabilizado) y un valor máximo en 1979 (18,5 por 100 respecto al mismo agregado) (figura 5.2).

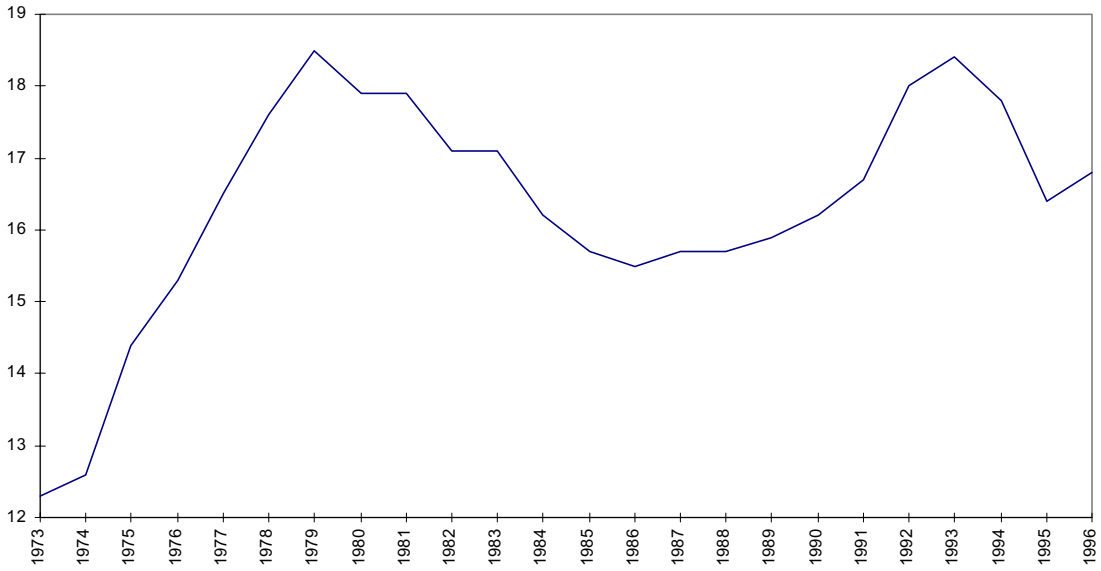
Entre los motivos más aludidos para explicar el crecimiento de la actividad irregular en nuestro país, principalmente desde mediados de los ochenta, se encuentran los de origen fiscal. En concreto, como consecuencia de la implantación del IVA en enero de 1986 y la culminación del proceso de reforzamiento de la inspección fiscal sobre activos financieros, iniciado en años anteriores con la Ley 15/1985 (Manrique, 1996, p. 58). La entrada en vigor de

[11] Véase la Comunicación de la Comisión, de 7 de abril de 1998, "sobre trabajo no declarado" COM (1998) 219 final. También pueden consultarse al respecto los diarios

estas dos nuevas normativas fiscales provocó un incremento de la presión fiscal[12] en tan sólo cinco años (entre 1985 y 1989) de aproximadamente el 20 por 100[13], lo que pudo haber incentivado el aumento de la economía oculta al objeto de eludir esa mayor carga tributaria.

FIGURA 5.2

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA IRREGULAR EN ESPAÑA 1973-1996
(EN PORCETAJES SOBRE EL PIB LEGAL CONTABILIZADO)



Fuente: Mauleón y Sardá (1997, p. 128). Elaboración propia.

Apoya la hipótesis anterior el hecho de que el citado incremento de la carga fiscal coincidió con un aumento de la preferencia del dinero en efectivo y de los depósitos a la vista (M1)[14] por parte del público con relación a los Activos Líquidos en Manos del Público (ALP). En concreto, la relación entre ambas variables, que venía reduciéndose durante toda la mitad de los ochenta, pasó del 7,78 por 100 en 1985 al 8,47 por 100 en 1989, lo que supuso un

Expansión de 31/3/1998 y El País de 31/3/1998.

[12] Medida como el total de ingresos fiscales en relación con el PIB.

[13] Véase al respecto Escobedo y Mauleón (1991, p. 26).

[14] El crecimiento de los depósitos a la vista pudo ser debido al incremento del uso de los cheques al portador girados contra estos depósitos, instrumentos también utilizados en economía sumergida (Escobedo y Mauleón, 1991, pp. 1-2).

incremento en dicha ratio de aproximadamente un 9 por 100 en tan sólo cinco años. Ello a pesar de que, como ya se ha apuntado anteriormente, en el mismo período de tiempo se producía la mayor difusión de otros instrumentos de pago alternativos, como fue el caso de las tarjetas de pago bancarias.

Basándose en las relaciones anteriores, muchos son los autores (Quirós, 1990, p. 61; Santillán, 1991, pp. 37-38; Escobedo y Mauleón, 1991, pp. 28-34; Andreu y Arasa, 1995; Manrique, 1996, p. 62)[15] que coinciden en afirmar que los principales factores que subyacen a la mayor preferencia del efectivo en España y a su importante crecimiento en los últimos años en relación con los demás países de nuestro entorno están asociados al atesoramiento de este medio de pago como activo fiscalmente opaco o a su utilización para la liquidación de las transacciones en la economía sumergida.

Respecto a la cuantificación del fenómeno, Andreu y Arasa (1995) señalaban que la excesiva demanda de efectivo existente en el caso español se ha materializado, principalmente, en la tenencia de billetes de 10.000 pesetas por parte del público, un alto valor facial que sugiere su utilización preferentemente por motivos de atesoramiento o para la realización de transacciones en la economía sumergida. Basándose en lo anterior, dichos autores estimaban que en el año 1994 en torno al 47 por 100 del efectivo en circulación en nuestro país podría deberse a los citados motivos.

[15] Santillán (1991, pp. 37-38) indica como uno de los factores explicativos más importantes, además de los motivos que guardan relación con la economía oculta, la fragmentación de la red comercial española.

5.1.2. SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN RECIENTE DEL USO DE "OTROS INSTRUMENTOS DE PAGO"[16] DISTINTOS DEL EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS

El acercamiento que hemos realizado a la importancia del efectivo como medio de pago en los principales países desarrollados nos ha permitido detectar unas primeras peculiaridades de nuestro sistema de pago, a saber, una elevada utilización del efectivo y, pese a ello, su importante crecimiento durante los últimos años. A continuación, nos centramos en el estado de uso de otros instrumentos de pago minoristas, en los que el protagonismo de su suministro lo asume el sistema bancario y no el banco central, como en el caso del efectivo. Por esto último, es importante comenzar analizando distintos indicadores del nivel de oferta de servicios de pago bancarios en cada una de las economías (cuadro 5.3), debido a que ello va a afectar a la importancia relativa y eficiencia de cada instrumento de pago en el sistema y va a repercutir en la competencia de la oferta de los mismos (Santillán , 1991, p. 36).

Cualquiera de las variables que observemos nos indica que nuestro sistema de pago se encuentra entre aquellos que cuenta con una oferta de servicios más amplia de entre los países que conforman la UE. De este modo,

[16] En lo que se refiere a los indicadores sobre el grado de utilización de otros instrumentos de pago diferentes del efectivo, el número de transacciones per cápita realizadas con el conjunto de instrumentos considerados (cheques, tarjetas de pago, transferencias y domiciliaciones bancarias) sirve como punto de referencia para detectar las diferencias existentes entre países respecto a la extensión del uso de tales mecanismos de pago frente al efectivo en la liquidación de las transacciones de pequeño importe. La razón por la que se ha optado por el número de transacciones para relativizar los datos, en lugar del valor nominal de éstas, ha sido la carencia de cifras desagregadas en las transferencias bancarias sobre el valor de las transacciones propias del segmento de pagos mayorista (por ejemplo, pagos interbancarios) y las correspondientes al segmento de pagos minoristas (por ejemplo, economías domésticas). Por ello, apoyándonos en las características propias del segmento de pagos minoristas (multitud de transacciones de pequeño valor), hemos entendido que la utilización de datos sobre el número de transacciones, aún cuando éstas incluyen las realizadas en el segmento de pagos al por mayor, nos permite realizar una aproximación válida a la composición del conjunto de instrumentos de pago minoristas en cada uno de los países. Apoya este supuesto el hecho de que, en aquellos países donde sí se tienen datos desagregados, la proporción que el número de pagos mayoristas representa sobre el total es mínimo. En el caso de Francia, por ejemplo, el total volumen de pagos al por mayor realizados mediante transferencias representa tan sólo el 0,6 por 100 del total (IME, 1996, p. 264).

el número de oficinas, de CA y TPV existente en España en 1997, con relación al número de habitantes, no es superado por ningún otro país comunitario.

CUADRO 5.3

INDICADORES DE LA OFERTA DE SERVICIOS DE PAGO AL POR MENOR EN LA UE, 1997

Países	Número de cuentas bancarias por habitante	Número de oficinas que ofrecen servicios de pago por millón de habitantes	Número de cajeros automáticos por millón de habitantes	Número de TPV por millón de habitante
España	1,80	960	863	16.691
Dinamarca	1,72	670	253	11.923
Alemania	0,98	727	504	1.984
Grecia	0,13	225	209	2.831
Bélgica	1,15	888	492	6.284
Francia	1,11	796	462	9.555
Irlanda	1,53	825	286	1.402
Italia	0,46	695	444	4.896
Luxemburgo	3,84	950	613	11.071
Países Bajos	1,27	453	410	7.715
Austria	0,79	871	533	1.652
Portugal	1,89	565	631	6.022
Finlandia	2,34	418	445	10.506
Suecia	s/d	408	268	7.778
Reino Unido	2,30	597	393	8.984
Media UE	**1,27**	**684**	**488**	**7.146**

Fuente: European Central Bank (1999). Elaboración propia.

Si esta era la oferta, cabría preguntarse por la situación de la demanda de dichos servicios en cada uno de los países considerados. En relación con ello, en el cuadro 5.4 se observa que la evolución del agregado "otros instrumentos de pago" en relación con el número de habitantes se ha caracterizado durante los últimos años por un crecimiento generalizado a la totalidad de países de nuestro entorno.

Cabe subrayar las importantes diferencias existentes entre países con relación al volumen de transacciones realizadas con instrumentos distintos del efectivo. Tales divergencias, de acuerdo con Humphrey (1996, p. 934), guardan una estrecha relación con las existentes entre los distintos niveles de

renta per cápita presentes en cada uno de los países. De este modo, Alemania (con 156 transacciones por habitante), Francia (179) y Reino Unido (143) se encuentran entre los primeros lugares en el *ranking* de países de la Unión que mayor uso hacen de estos instrumentos, mientras que los denominados "países del sur" (España, Italia y Portugal), tal y como ha apuntado Sánchez (1992, p. 51), ocupan los últimos lugares. Fuera del ámbito comunitario, cabe destacar la notable utilización de estos instrumentos en EE.UU., con niveles que multiplican aproximadamente por tres el promedio de la Unión.

CUADRO 5.4

SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN RECIENTE DEL USO DE "OTROS INSTRUMENTOS DE PAGO" DISTINTOS DEL EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, AÑOS 1989 Y 1997 (TRANSACCIONES POR HABITANTE)

Países	1989	1997	Incremento 1989-97 (%)
España	21	40	87
Alemania	89	156	76
Bélgica	82	117	44
Francia	148	179	37
Irlanda	66	109	77
Italia	31	36	38
Países Bajos	111	171	54
Austria	72	94	30
Portugal	24	64	161
Finlandia	112	149	33
Suecia	98	102	4
Reino Unido	102	143	40
Media UE	**80**	**113**	**41**
Otros países			
Canadá	*121*	*150*	*24*
EE.UU	*256*	*326*	*27*
Suiza	*51*	*89*	*74*

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

Por otro lado, dadas unas determinadas necesidades de intercambiar valores monetarios entre las partes que intervienen en una transacción, es de esperar que un elevado grado de utilización del efectivo reduzca las posibilidades de utilización de otros instrumentos de pago alternativos, es decir, la distinta intensidad con la que se utiliza el efectivo, analizada en el apartado anterior, debe ser variable explicativa de las diferencias existentes en

relación con el grado de utilización del resto de instrumentos de pago. Así se ha constatado en un estudio llevado a cabo por Humphrey (1996, pp. 917-918) para un conjunto de 15 países desarrollados en el período 1987-1993, en el que se pone de manifiesto la relación inversa existente entre el valor del efectivo en circulación y el número de transacciones realizadas con "otros instrumentos de pago", ambos medidos con relación al número de habitantes. En términos de elasticidad, el efecto sustitución entre ambas categorías de instrumentos de pago suponía que un incremento de un 6,8 por 100 en el número de transacciones per cápita con el conjunto "otros instrumentos de pago" estaba significativamente asociado con un descenso en un 10 por 100 en el valor medio de efectivo mantenido por habitante.

Centrándonos en España, la sobredotación de nuestras redes de distribución de servicios de pago en el año 1997 contrasta, lejos de lo que en principio cabría esperar, con un nivel de utilización de los instrumentos ligados con el dinero bancario muy inferior a la del conjunto de países (40 transacciones per cápita frente a un promedio de 113 en la UE). Únicamente los niveles de Italia (con 36 transacciones por habitante) se sitúan por debajo de los correspondientes a España. Frente a ello, cabe destacar que, en tan sólo ocho años, el uso de dichos instrumentos se ha incrementado en un 87 por 100, cifra sólo superada, entre los quince países considerados, por Portugal, con un 161 por 100.

5.1.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO Y SU RELACIÓN CON LA INTENSIDAD DE USO DEL EFECTIVO

La diversidad de bienes y servicios que son objeto de transacciones en el desarrollo normal de la actividad económica incluye algunos -por ejemplo, suministro de luz eléctrica, de servicios de telefonía en el hogar, suscripción de revistas, etc.- en los que su entrega y posterior pago no están condicionados a la presencia física del deudor y acreedor en una misma localización. Por el

contrario, existen otros -compra de alimentos, vestidos, espectáculos, prensa, etc.- en los que el pago "a distancia" no se ofrece habitualmente como una opción, exigiéndose el uso de instrumentos de pago en el mismo lugar en donde se realiza la transacción.

Las distintas capacidades de los diversos instrumentos de pago para adaptarse a las necesidades de los agentes implicados en uno u otro tipo de transacción han dado lugar en éstos a una cierta especialización en función de si el pago se debe de realizar "cara a cara" o "a distancia"[17]. Si bien no es incompatible el uso de un mismo instrumento para uno u otro fin[18], en general, los instrumentos utilizados para la primera categoría de transacciones son los cheques, tarjetas de pago y, el principal competidor de ambos, el efectivo, mientras que para los pagos sin coincidencia física entre deudor y acreedor se utilizan, principalmente, las transferencias y domiciliaciones bancarias.

Con base en la anterior clasificación se observa (cuadro 5.5) que la intensidad relativa con la que ambas categorías son utilizadas en los países de la UE marca notables diferencias entre éstos. En líneas generales, son los países situados en el centro y norte de Europa -Austria, Alemania, Suiza, Países Bajos y Suecia- los que reflejan con mayor claridad una preferencia por instrumentos de pago que no implican, generalmente, una cercanía física entre deudor y acreedor, mientras que la mayor parte del resto de países se decantan hacia una mayor utilización de los instrumentos de pago que hemos denominado "cara a cara". Esta clara delimitación geográfica en el uso de una u otra categoría de instrumentos puede reflejar, no sólo distintos niveles de

[17] El IME (1996) define los "pagos cara a cara" ("*face-to-face payments*") como los llevados a cabo a través de intercambio de instrumentos de pago entre pagador y acreedor en la misma localización física, a diferencia de los pagos "a distancia" ("*remote* payments") que son los llevados a cabo a través de envío de una orden de pago ó instrumento de pago (por ejemplo, envío de cheque por vía postal).

[18] Los cheques pueden utilizarse, mediante su envío por correo, para el pago de transacciones "a distancia". Por otro lado, el desarrollo del comercio electrónico o "la tienda en casa" a través de televisión permite a las tarjetas de pago realizar también pagos "a distancia".

desarrollo en los respectivos sistemas de pago, sino también las diferencias culturales y de hábitos existentes entre las distintas regiones de Europa.

CUADRO 5.5

CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO UTILIZADOS EN LOS PAÍSES DE LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, 1997 (PORCENTAJES SOBRE TOTAL TRANSACCIONES)

Países	Uso de instrumentos de pago "cara a cara" *versus* "a distancia"		Uso de los instrumentos con base electrónica *versus* base en papel	
	Instrumentos "cara a cara" (%)	Instrumentos "a distancia" (%)	Instrumentos con base en papel (%)	Instrumentos con base electrónica (%)
España (1)	**36**	**64**	**14**	**86**
Alemania	10	90	10	90
Bélgica	32	68	8	92
Francia (1)	69	31	47	53
Irlanda	59	41	65	35
Italia (1)	44	56	31	69
Países Bajos	21	79	17	83
Austria	9	91	39	61
Portugal	82	18	43	57
Finlandia	39	61	13	87
Suecia	19	81	23	77
Reino Unido	62	38	35	65
Media UE	**40**	**60**	**29**	**71**
Otros países				
Canadá	*85*	*15*	*36*	*64*
EE.UU	*96*	*4*	*73*	*27*
Suiza	*24*	*78*	*1*	*99*

(1) En España, Francia e Italia no se han incluido las transacciones realizadas con "Otros instrumentos de pago" (principalmente letras de cambio).

Fuente: ECB (1999) y IBPI (1999). Elaboración propia.

Cabe destacar la relación positiva existente entre la intensidad de uso de los instrumentos de pago "a distancia" y el desarrollo de los sistemas de pago con base electrónica. Así, países como Alemania, Bélgica, Países Bajos, Suecia o Finlandia, realizan entre el 77 y el 92 por 100 de las transacciones con instrumentos con soporte electrónico. Por su parte, España presenta, de nuevo, un comportamiento diferenciado del resto de países, al no corresponderse el elevado uso de instrumentos con base electrónica (86 por 100 de las transacciones, únicamente superado dentro de la Unión por

Alemania y Bélgica) con una utilización proporcional de los instrumentos de pago "a distancia".

Anteriormente se ha hecho mención a la relación inversa existente entre la intensidad de uso del efectivo y el volumen de transacciones llevadas a cabo con el resto de instrumentos de pago. Además, cabe añadir que estos efectos no son sólo cuantitativos sino también cualitativos, en el sentido de que las repercusiones que las distintas intensidades de utilización del efectivo tienen sobre el uso del resto de instrumento también afectan a la composición relativa y características del conjunto de instrumentos utilizados en cada país (figura 5.3).

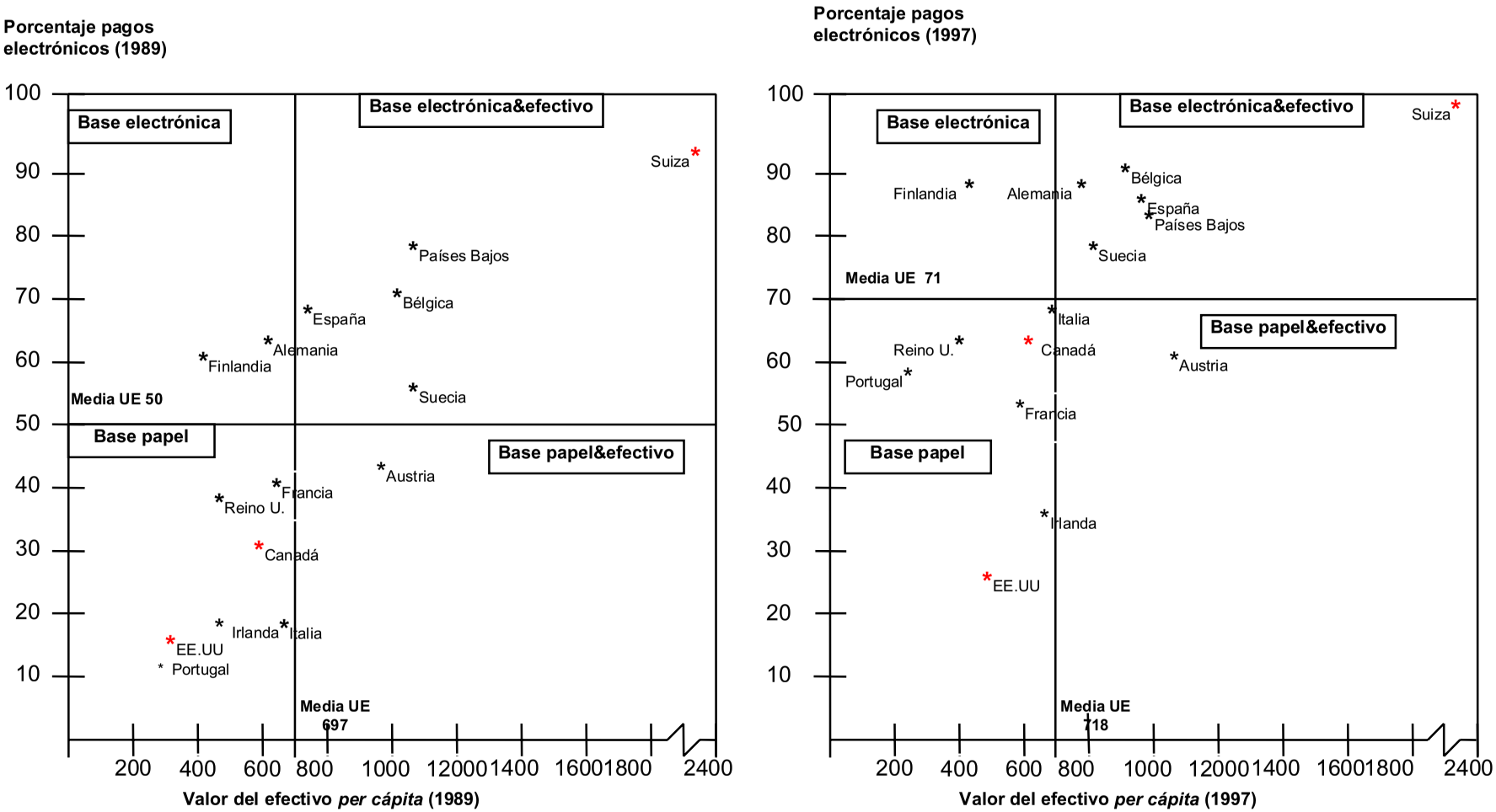
En primer lugar, cabría señalar que a medida que se han ido introduciendo nuevas innovaciones tecnológicas en los sistemas de pago han ido surgiendo voces que apuntaban a la proximidad de una sociedad en la que el primitivo efectivo habría desaparecido por completo como medio de pago. No obstante, tal y como se infiere de la figura 5.3, no existe una evidente relación inversa entre la utilización de instrumentos de pago basados en medios electrónicos y el uso del efectivo. Lejos de ello, son precisamente los países que utilizan más este último medio de pago (entre los que se encuentra España) los que antes y en mayor medida han apostado por los instrumentos de pago con base electrónica (principalmente transferencias bancarias y domiciliaciones)[19].

Cabe destacar, además, que dicha situación se ha consolidado durante los nueve años estudiados, de manera que siete de los quince países considerados han incrementado el valor del efectivo per cápita con relación al que existía en el año 1989, al mismo tiempo que han aumentado el uso de instrumentos con base electrónica.

[19] El coeficiente de correlación de Pearson entre ambas variables asciende al +0,64 para el año 1997.

FIGURA 5.3

SITUACIÓN ACTUAL Y TENDENCIA EN EL USO DE INSTRUMENTOS DE PAGO CON BASE ELECTRÓNICA VERSUS EFECTIVO, 1989 Y 1997



Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

Esta situación, probablemente, refleje el hecho de que en aquellos países con una reducida utilización del efectivo se ha extendido el uso de otros instrumentos de pago alternativos para transacciones "cara a cara" -principalmente el cheque- que, tradicionalmente, han tenido como soporte el papel, mientras que en aquellos en los que esos tipos de transacciones eran suficientemente cubiertas por el efectivo, los desarrollos en el sistema de pago se han centrado en innovaciones de proceso tendentes a facilitar el flujo de información de instrumentos de transferencias de crédito, tales como la transferencias bancarias, para los que se requiere una previa confirmación de la solvencia del deudor. En este caso, las ventajas en términos de coste y la seguridad demostrada por los sistemas de pago electrónicos podrían presentar a éstos como la manera más eficiente de canalizar los pagos con estos instrumentos.

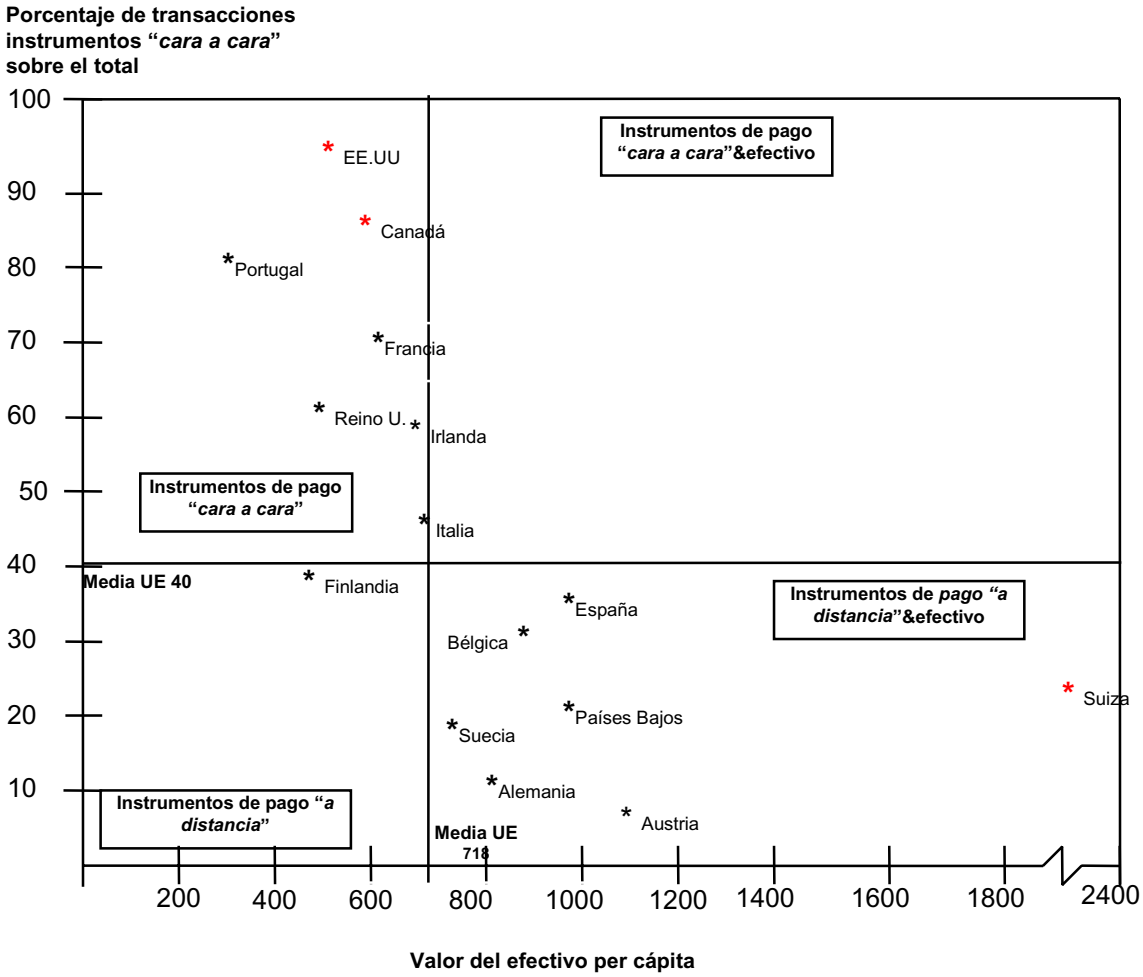
De hecho, la escasez de países que utilizaban intensamente el efectivo e instrumentos de pago con base en papel sugiere que, históricamente, el mayor desplazamiento del efectivo ha provenido, tal y como ha apuntado Humphrey (1995, p. 15) y Humphrey y otros (1996, p. 921), de esta última categoría de instrumentos (principalmente cheques) y no de los que utilizan una base electrónica. En igual sentido apuntan los resultados de un informe del BPI (1980, p. 7) cuando sugieren que el valor umbral por encima del cual el efectivo es desplazado por otro instrumento de pago es muy bajo en los países donde la utilización del cheque está ampliamente extendida y sustancialmente alto en aquellos en los que las transferencias bancarias dominan al resto de instrumentos. Apoyando esta hipótesis, en el gráfico anterior se observa que seis de los países con menor utilización del efectivo se encuentran, a su vez, entre aquellos que reflejan una mayor intensidad de uso de los instrumentos con base en papel (cuadrante suroeste), principalmente de cheques (véase figura 5.3).

Profundizando más en la relación de sustitución entre el efectivo y el resto de instrumentos "cara a cara", en la figura 5.4 se observa como la

relación inversa mencionada por algunos autores entre uso del efectivo y del cheque puede generalizarse a la que mantiene el primero con el conjunto de instrumentos formado por las tarjetas de pago y los cheques. Así, la inexistencia de países que utilicen intensivamente dichos instrumentos y el efectivo (cuadrante noreste), así como la existencia de un sólo país (Finlandia) que conjuga un uso intensivo de instrumentos de pago "a distancia" con una

FIGURA 5.4

RELACIÓN ENTRE LA INTENSIDAD DE USO DEL EFECTIVO Y DEL RESTO DE INSTRUMENTOS DE PAGO PARA TRANSACCIONES "CARA A CARA" EN DISTINTOS PAÍSES DESARROLLADOS, 1997



Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

reducida utilización del efectivo (cuadro suroeste), parece confirmar lo anterior[20].

En definitiva, un elevado uso del efectivo no está relacionado únicamente con una reducida utilización del conjunto de instrumentos de pago bancarios sino que también afecta a su composición, fomentando el uso de instrumentos de pago "a distancia", que generalmente requieren base electrónica, en detrimento de los de pago "cara a cara". Trasladado al caso español, el elevado uso del efectivo per cápita ayuda a explicar muchas de las peculiaridades que definen nuestro sistema de pago, como son el reducido volumen de transacciones realizadas con el conjunto de instrumentos de pago bancarios y el dominio dentro de éste de aquellos que tienen soporte electrónico y que se utilizan para la liquidación de transacciones "a distancia".

Un análisis más detallado sobre el grado de utilización de cada uno de los instrumentos que componen ambas categorías permitirá aflorar nuevas características de nuestro sistema de pago e indagar sobre las razones que han impedido lograr un mayor desplazamiento del efectivo en nuestro país.

5.2. NIVEL DE UTILIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO MINORISTAS EN LA UE: ESPECIAL REFERENCIA AL SISTEMA DE PAGO ESPAÑOL

5.2.1. UTILIZACIÓN DE LOS DISTINTOS INSTRUMENTOS DE PAGO EN LA UE

En el cuadro 5.6 se han aislado los distintos componentes del agregado "otros instrumentos de pago"[21], observándose que, en líneas generales, el

[20] El coeficiente de correlación de Pearson entre ambas variables, en el año 1997, tomaba el valor de -0,59 para el conjunto de países. Eliminando los valores *outlayers* (Suiza) se incrementa en valores absolutos hasta el 0,78.

instrumento más utilizado en 1997 en el ámbito de la UE fue, en promedio, la transferencia bancaria, con un volumen de transacciones (47 por habitante) que prácticamente duplica las realizadas con cualquier otro, situación que contrasta con la presente en los países del continente americano (EE.UU con 8 transacciones per cápita y las 14 correspondientes a Canadá). Este instrumento se caracteriza, a su vez, por ser el que cuenta con una mayor homogeneidad en la distribución de sus niveles de uso entre los distintos países.

Respecto al resto de instrumentos, no se detectan para el conjunto de países comunitarios diferencias significativas en relación con la intensidad con la que, en promedio, se utilizan cada uno de ellos -todos con un número medio de transacciones por habitante situado entre las 22 y 23. Sin embargo, estos niveles medios ocultan las importantes diferencias existentes entre países en relación con la intensidad con la que se utiliza cada uno de ellos, especialmente en el caso del cheque.

[21] Al desagregar "otros instrumentos de pago" aparece, como uno de sus componentes, el volumen de transacciones realizadas con tarjetas. Cabe hacer aquí algunas consideraciones en torno a la metodología estadística utilizada, en su día, por el IME y, actualmente, por el BCE para la elaboración del informe de donde procede dicha información. En los pagos llevados a cabo mediante "tarjetas" no se incluyen sólo los realizados con las de origen bancario, sino que comprenden también los ejecutados con tarjetas *T&E*, consideradas en el informe dentro de la partida correspondiente a las "tarjetas de crédito" (tabla 7). No obstante, consideramos que los datos proporcionados son bastante representativos del nivel de utilización de las tarjetas de pago bancarias, objeto del presente trabajo de investigación, debido a la ínfima parte que las tarjetas *T&E* representan sobre el total de tarjetas en circulación en los países miembros de la UE, en concreto, tan solo una participación media del 3 por 100 en el conjunto de países (véase apartado 5.3.2). Respecto a las transacciones realizadas con otras categorías de tarjetas, nos remitimos a lo apuntado en las notas metodológicas de los citados informes: a pesar de que los pagos realizados utilizando tarjetas comerciales o de prepago deberían, teóricamente, de ser incluidos dentro del agregado "instrumentos de pago sin efectivo", los datos concernientes a estos instrumentos están raramente disponibles. Los bancos centrales con información al respecto deben incluir tales pagos dentro de los "pagos con tarjetas", pero lo deberían de identificar claramente en un subapartado dentro de dicha partida. A lo largo de todo el presente trabajo se han tenido en cuenta tales puntualizaciones y se han eliminado, en los escasos países que aportan información, el volumen de transacciones realizadas con otras tarjetas que no sean bancarias.

CUADRO 5.6

NÚMERO DE TRANSACCIONES REALIZADAS CON INSTRUMENTOS DE PAGO DISTINTOS DEL EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, 1989-1997 (POR HABITANTE)

Países	Cheques		Tarjetas (3)		Transferencias Bancarias		Domiciliaciones Bancarias	
	1989	1997	1989	1997	1989	1997	1989	1997
España (1)	***7***	***6***	***2***	***9***	***1***	***6***	***12***	***19***
Alemania	8	9	1	6	47	75	32	66
Bélgica	22	9	8	28	47	68	5	12
Francia (1)	76	84	18	39	22	32	14	24
Irlanda	45	54	4	9	10	29	3	17
Italia (1)	11	11	1	5	14	17	1	3
Países Bajos	18	5	1	31	71	89	22	46
Austria	7(2)	3	1(2)	5	43(2)	58	20(2)	27
Portugal	20	27	1	25	3	5	1	7
Finlandia	3(2)	1	39(2)	57	69(2)	86	1(2)	5
Suecia	*20*	s/d	6	20	69(2)	75	3(2)	7
Reino Unido	*55*	44	13	45	23	28	12	27
Media UE	**24**	**23**	**8**	**23**	**35**	**47**	**11**	**22**
OTROS PAÍSES								
Canadá	*83*	*59*	*31*	*80*	*4*	*14*	*3*	*11*
EE.UU	*214*	*247*	*37*	*78*	*3*	*8*	*2*	*4*
Suiza	*4*	*1*	*3*	*22*	*43*	*71*	*1*	*4*

(1) En España, Francia e Italia no se han incluido las transacciones realizadas con "Otros instrumentos de pago" (principalmente letras de cambio).
(2) Transacciones referidas a 1990.
(3) Sólo incluye operaciones de pago.

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

Frente a estas consideraciones generales, cabe realizar otras relacionadas con los distintos patrones de uso de los instrumentos de pago presentes en el ámbito comunitario. En primer lugar, señalar que las características fundamentales que marcan las diferencias entre dichos modelos de pago se basan en la preferencia en cada país por la utilización de instrumentos de pago "a distancia" o de instrumentos de pago "cara a cara", más concretamente, entre transferencias bancarias o cheques. Así, en 1997, aquellos países que presentaban los menores niveles de utilización del cheque -tales como Países Bajos, Austria, Finlandia y Suiza- reflejaban, a su vez, unos niveles de utilización de la transferencia muy superior a la media comunitaria.

Al contrario, países como Portugal, Canadá o EE.UU, con una intensa utilización de los cheques, presentaban los niveles más bajos de utilización de la transferencia bancaria. Así, pues, la relación de sustitución entre ambos instrumentos parece haber sido la norma que ha configurado los sistemas de pago en la mayoría de países, con tan sólo dos excepciones: España e Italia.

Efectivamente, frente a este comportamiento general, el sistema de pago español se caracteriza por una reducida presencia de los dos instrumentos de pago cuya utilización preferente ha caracterizado los distintos sistemas de pago de los países desarrollados. Así, en el año 1989, España, con un volumen de 7 transacciones per cápita realizadas con cheques, partía de unos niveles de utilización únicamente superiores a los existentes en Finlandia. Respecto al uso que se hacía de las transferencias bancarias en el mismo año, con una única transacción por habitante, suponía el nivel más bajo tanto del conjunto de países comunitarios como del resto de países desarrollados. Estas apreciaciones no varían sustancialmente si consideramos la situación existente ocho años más tarde, en 1997.

A pesar de lo anterior, durante el período considerado no se observa una evolución en el mercado español que apunte a un acercamiento definitivo a los niveles de utilización con los que cuentan ambos instrumentos en la UE. Muy al contrario, son precisamente los cheques y transferencias bancarias los instrumentos cuyos niveles de utilización han experimentado las menores variaciones, disminuyendo incluso en el caso de los primeros. De este modo, de acuerdo con la información del cuadro 5.7, el notable incremento de la utilización del agregado “otros instrumentos de pago” en el caso español se explica en un 70 por 100, aproximadamente, por los crecimientos en el uso de las tarjetas de pago (33 por 100, únicamente superado por cuatro países) y de las domiciliaciones bancarias (36 por 100), los cuales, conjuntamente, representan un volumen de operaciones que equivale a más de la mitad del total de transacciones realizadas en 1989 por el conjunto de instrumentos de pago.

CUADRO 5.7

APORTACIÓN DE CADA INSTRUMENTO DE PAGO AL INCREMENTO TOTAL DE LAS TRANSACCIONES REALIZADAS SIN EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, 1989-1997 (INCREMENTO PORCENTUAL DEL USO DE CADA INSTRUMENTO CON RELACIÓN AL TOTAL DE TRANSACCIONES CORRESPONDIENTES A 1989)

Países	Cheques %	Tarjetas %	Transferencias Bancarias %	Domiciliaciones Bancarias %	Total incremento de "otros instrumentos de pago" %
España	***-6***	***33***	***24***	***36***	***87***
Alemania	1	6	32	37	76
Bélgica	-15	24	27	8	44
Francia	6	16	7	8	37
Irlanda	16	8	30	23	77
Italia	0	15	12	11	38
Países Bajos	-11	27	16	22	54
Austria	-5	6	20	10	30
Portugal	29	100	8	23	161
Finlandia	-2	16	16	4	33
Suecia	-21	14	6	4	4
Reino Unido	-11	31	5	14	40
TOTAL UE	**-2**	**19**	**15**	**19**	**50**
Otros países					
Canadá	*-20*	*40*	*8*	*7*	*36*
EE.UU	*13*	*16*	*2*	*1*	*32*
Suiza	*-5*	*38*	*54*	*5*	*92*

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

Llegado a este punto, nos preguntamos si, además de los factores que inciden de una manera general en el uso del conjunto de instrumentos de pago -cultura mediterránea, renta per cápita, alto uso del efectivo, economía sumergida, etc.- existen causas concretas que justifiquen la escasa presencia del cheque y de la transferencia bancaria en nuestro sistema de pago.

TRANSFERENCIAS BANCARIAS

El papel marginal que la red postal ha desempeñado en el desarrollo de nuestro sistema de pago puede explicar algunas de sus peculiaridades.

En general, los sistemas postales han permitido ofrecer servicios de pago mediante la utilización de una red extendida en el ámbito nacional y

centralizada en una única entidad respaldada, generalmente, por el Estado. Históricamente, esta centralización de la gestión de pagos ha sido fundamental para el desarrollo de las transferencias bancarias, debido a que éstas requieren la comprobación previa de la existencia de saldo suficiente en la cuenta del deudor. En el caso de ausencia de esta centralización y a falta de comunicaciones electrónicas, la principal forma alternativa de liquidar pagos "a distancia" cuando las cuentas mantenidas por las partes pertenecían a distintas entidades ha sido mediante el uso del cheque y de sus correspondientes centros de compensación.

Debido a lo anterior, la presencia en el sistema de pago de una red postal eficiente ha podido incentivar y habituar a la población de un país a la utilización, en un principio, de los giros postales y, posteriormente, de las transferencias bancarias en detrimento del resto de instrumentos. De hecho, este argumento ha sido utilizado por diversos autores (Revell, 1983, p. 108; Pingitzer y Summers, 1994, p. 111; Humprhey y otros, 1996, p. 926) para explicar las enormes diferencias existentes entre la configuración del sistema de pago en EE.UU -con un claro predominio del cheque y reducida utilización de medios electrónicos- y la que predomina entre los países de la UE -uso intensivo de la transferencia bancaria y de instrumentos con base electrónica.

Apoya el argumento anterior el hecho de que en aquellos países de Europa en los que las transferencias bancarias dominan sobre el resto de instrumentos, como Bélgica, Países Bajos, Finlandia, Suecia o Austria, el sistema postal tiene una importancia significativa[22]. A ello ha ayudado,

[22] Algunos datos relevantes referidos a 1994 correspondientes a los citados países son los siguientes (IME, 1996): Bélgica: el 11 por 100 de las cuentas a la vista y el 22 por 100 de las sucursales que ofrecen servicios de pago pertenecen al sistema postal, tramitándose a través de las mismas el 18 por 100 de los cheques emitidos en dicho país y el 6 por 100 de las transferencias bancarias; Países Bajos: un 31,54 por 100 del total de oficinas y un 37 por 100 de las cuentas a la vista a través de las que se suministraban servicios de pago correspondían al sistema postal. Hasta los años sesenta este sistema soportaba la totalidad de las transacciones con giros y cheques realizadas por los individuos, mientras que el sistema bancario se centraba en los clientes corporativos; Finlandia: a través de 957 sucursales del sistema postal (31 por 100 del total de oficinas oferentes de servicios de pago) se tramita, entre otros, la totalidad de los pagos del gobierno a individuos; Suecia: el sistema postal sueco

además, la política de penalización del uso de cheques llevada a cabo en algunos de estos países (por ejemplo, Suecia, Finlandia o Austria), mediante cargas adicionales por su utilización, y la práctica de algunos gobiernos de utilizar la red postal para canalizar sus pagos corrientes.

Frente a lo ocurrido en los países señalados, en España el sistema postal ha tenido una presencia marginal en el suministro de servicios de pago (IME, 1996, p. 177), hecho éste que puede utilizarse como uno de los factores explicativos de nuestro peculiar patrón de pago (Santillán, 1991, p. 36), caracterizado, entre otros aspectos, por la reducida utilización de las transferencias bancarias[23].

El Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias (ISTPB, 1992, tomo I, p. 257) justifica esta situación aludiendo a problemas normativos y de gestión. En concreto, el desarrollo y evolución de la normativa en torno a la prestación de servicios de pago por parte de Correos han sido lentos y de

incluye el 33 por 100 de las sucursales que suministran servicios de pago y el 7 por 100 de las cuentas a la vista. A través de ellas se realizan el 64 por 100 de las transferencias en el país; Austria: el 49 por 100 de las sucursales totales y el 7 por 100 de las cuentas a la vista soportaban en torno al 35 por 100 de todas las transacciones realizadas con instrumentos de pago distintos del efectivo.

[23] Así, con datos recogidos de la Memoria de la Caja Postal de Ahorro referida a 1991, año en el que esta entidad pasa a formar parte del *holding* bancario Corporación Bancaria Española, el sistema postal contaba con 593 sucursales propias y 1.181 oficinas técnicas de la red postal, lo que en conjunto representaba tan sólo el 5,08 por 100 de la red bancaria española. Estas oficinas, integradas dentro de la denominada *Red Nexus*, formaban parte del proyecto de colaboración entre el Organismo Autónomo de Correos y la Caja Postal. Tras haber sido dotadas de medios informáticos adecuados distribuyen una amplia gama de productos de pasivo.

Si nos referimos al volumen de fondos materializados en cuentas corrientes o de ahorro (459.665 millones de pesetas), representaba en torno al 2 por 100 del existente en cuentas semejantes en el conjunto del sistema bancario. Si comparamos el importe de los giros postales totales realizados en 1992 con el total de transferencias bancarias emitidas en nuestro país durante el citado año nos encontramos con que representan un 0,028 por 100 de aquellos. Cabe apuntar que estos giros postales incluyen giros impuestos y pagados, tanto ordinarios como urgentes, la mayoría de ellos realizados contrareembolso, esto es, sin intervención de ninguna cuenta corriente postal.

En definitiva, todos los datos manejados confirman la marginalidad de nuestro sistema postal en el sistema de pago.

mucha menor amplitud que en otros países[24]. En lo que respecta a la gestión, la Caja Postal ha tenido dificultades para adaptar su funcionamiento a las exigencias de un entorno financiero cada vez más dinámico y competitivo, debido a que su estructura y administración, así como la captación y formación de su personal ha seguido las vicisitudes de los demás servicios de Correos[25].

CHEQUES

Como se señaló anteriormente, otra de las peculiaridades de nuestro sistema de pago ha sido el escaso uso realizado del cheque en comparación al del resto de países. Majada (1983, pp. 58-59) cita diversos aspectos que pueden explicar esta situación y que, en la mayoría de los casos, coinciden básicamente con aquellos que se utilizan hoy en día para justificar la infrautilización de las tarjetas de pago. Entre ellos se encuentran su reducida aceptación como instrumento de pago en los países latinos, la falta de iniciativas gubernamentales en orden a fomentar el uso de tales instrumentos, la preferencia por el efectivo debido a la opacidad fiscal y las limitaciones del antiguo Código Penal para establecer la plena confianza en el uso y difusión de estos instrumentos [26].

[24] A pesar de que el transporte de dinero y valores a través de sistema de correo ya se incluían en las Ordenanzas de 1762 y 1794, su desarrollo y evolución ha sido muy lento y con mucha menor amplitud que en otros países. Así, hasta el Decreto 1.113/1960, de 19 de mayo, no se aprueba una Ordenanza Postal en la que en su artículo 25 se encomendaba al Correo, entre otros, la prestación de los servicios de giro postal, cheque postal (que no ha tenido prácticamente desarrollo en España) y cobro de efectos.

[25] La inserción de la Caja Postal de Ahorro (creada a través de la Ley de Bases de los Servicios de Correos de 14 de junio de 1909) en la Administración General de Correos -situación que perduró hasta que, en 1991, pasó a depender del Ministerio de Economía y Hacienda- "... indudablemente ha retrasado su desarrollo, puesto que si bien las operaciones se han ido diversificando, exigiendo una mayor especialización hasta adquirir la categoría de operaciones bancarias que no admiten, ni en su gestión y realización, diferencias con las practicadas por los otros tipos de instituciones financieras, la estructura y administración de la Caja, así como la captación y formación del personal ha seguido prácticamente las vicisitudes de los demás Servicios de Correos, lo que técnica y operativamente no era buena solución".

[26] En lo que se refiere a la falta de una regulación efectiva del cheque, el mismo preámbulo de la Ley 19/1985 Cambiaria y del Cheque, de 16 de julio, reconoce las carencias existentes en este sentido, cuando al referirse a las necesidades de reforma de nuestro derecho mercantil nos dice: "Si esta necesidad es predicable en otros sectores del ordenamiento mercantil, en

De todos los factores señalados, culturales, económicos, etc., los de naturaleza jurídica parecen haber jugado un papel fundamental en la configuración de una actitud reacia hacia el cheque en nuestro país. Cabe recordar aquí que se trata éste de un instrumento de débito y que, por tanto, se emiten normalmente sin previa comprobación del saldo del deudor. Esta situación atribuye a la existencia de un marco legal que garantice plenamente las transacciones realizadas mediante cheques un papel fundamental a la hora de conseguir la aceptación de estos instrumentos como métodos de pago. Su ausencia, por el contrario, no haría más que alimentar la ya existente actitud reacia hacia estos instrumentos por causas de índole cultural, costumbres, etc.

En relación con lo anterior, cabe señalar que en los escasos artículos del Código de Comercio referidos a la regulación de este instrumento se omitía toda mención sobre su revocación por parte del librador, omisión que sirvió de fundamento para reconocer a éste su facultad de revocar el cheque anteriormente emitido, sin que se establecieran límites al respecto. Esta desprotección de los intereses del tenedor de este instrumento transgredía la confianza de cobro por parte de aquél y desvirtuaba su función como instrumento de pago a la vista[27]. Este vacío legal ha permanecido en el tráfico mercantil hasta la entrada en vigor, el 1 de enero de 1986, de la actual Ley Cambiaria y del Cheque[28], que regula la revocación del cheque en su artículo 138 y establece que dicha revocación no produce efectos hasta después de la expiración del plazo de presentación (Muñoz, 1996, pp. 1294-1295).

En lo que se refiere a la protección penal de este instrumento, Majada (1969, p. 45) apuntaba que “En España, el art. 535 bis del Código Penal, texto

pocos se hace tan evidente como en el de estos títulos valores, cuya regulación casi centenaria ha sido repetidamente denunciada por no servir para proteger adecuadamente los créditos incorporados a dichos documentos”.

[27] De acuerdo con Garrigues (1955, p. 657) la revocación era un tema en el que se producía una de las mayores contradicciones entre la solución jurídica y las necesidades prácticas.

[28] Ley 19/1985, de 16 de julio.

revisado de 1963, al configurar como delito específico el libramiento de cheques y talones en descubierto, no ha conseguido establecer una plena confianza en el uso y difusión de estos títulos-valores, como al parecer algunos esperaban. Surgen denuncias y querellas criminales al amparo de este precepto del ordenamiento jurídico penal, pero la normal inclusión de la pena impuesta dentro de la suspensión o remisión condicional (arts. 92 y ss. de dicho código), combinada con la insolvencia de la mayoría de los delincuentes, convierten en inoperantes las penas y responsabilidades de las sentencias condenatorias. Estas circunstancias, de general conocimiento público, ocasionan lamentable abstencionismo de los particulares en la actividad denunciatoria de estos delitos, lo que al propio tiempo no deja de favorecer en ciertos casos su incremento y, con ello, paralelamente, además de la frustración de los propósitos del legislador, la consiguiente desconfianza del cheque, obstativa a su máxima difusión".

Si el antiguo Código Penal tipificaba, de manera objetiva, la simple firma de cheques en descubierto como delito, el actual Código Penal de 1995 ha destipificado esta conducta y ha abordado la materia, en su art. 250, como un tipo agravado del delito de estafa, haciendo necesario para su consideración como tal el cumplimiento de los requisitos del tipo básico de estafa previsto en el art. 248, que incluye entre otros la prueba de que la conducta fue dolosa (un elemento subjetivo) y presidida por ánimo de lucro (otro elemento subjetivo). Se deben dar, pues, una cascada de relaciones causales que contrasta claramente con la tipificación objetiva del anterior Código Penal.

Es preciso señalar, además, que las reformas legislativas que se han producido en torno al cheque han coincidido con el período de máxima difusión de las tarjetas de pago en nuestro país. La competencia de un instrumento que evitaba los riesgos de impago para la parte acreedora y que conseguía reducir los costes de manipulación de documentos con base en papel, unido al descrédito acumulado a lo largo del tiempo por los cheques como instrumento de pago, pudo contrarrestar los incentivos a un mayor uso de estos últimos

instrumentos que la nueva legislación otorgaba. Con relación a ello, en algunas ocasiones se ha justificado la rápida introducción de las tarjetas en nuestro país debido, precisamente, a que el cheque durante mucho tiempo no ha sido capaz de cubrir eficientemente las necesidades de pago "cara a cara" de los individuos, en otras palabras, no ha existido realmente un instrumento que sustituyera al efectivo en este tipo de transacciones (Lafferty, 1988, p. 41; IBM, 1992, p. 44).

Por otro lado, cabe señalar que el reforzamiento de la garantía del cheque llevado a cabo en otros países, mediante la emisión de una "tarjeta de garantía", no ha tenido mucho éxito en España. Este ha sido el caso concreto del sistema *Eurocheque*, que entró en funcionamiento el 1 de mayo de 1969 agrupando a un total de 150.000 oficinas bancarias en 15 países de Europa y basando su funcionamiento en dos instrumentos principales: un cheque uniforme y una tarjeta de garantía igualmente uniforme. Debido a que los *Eurocheques* pueden emitirse tanto en la moneda del país visitado como en la correspondiente al país del titular, lo que en principio surgió como un instrumento orientado a cubrir las necesidades derivadas de transacciones transfronterizas, se ha convertido en uno de los principales instrumentos de pago domésticos utilizados en países como los que conforman el Benelux, además de Austria, Alemania y Suiza. En España, el sistema *Eurocheque* fue introducido por el grupo de bancos adheridos al sistema *4B* en 1984, año en el que se abrieron los CA a estas tarjetas. Sin embargo, la gran difusión que, en aquél entonces, tenían las tarjetas de débito nacionales, tarjetas *6000* y *4B*, que en principio nacieron como tarjetas garantizadoras de cheques, impidió la extensión de los *Eurocheques* (Barutel, 1997, p. 68).

En definitiva, junto a los factores que, de una manera genérica, han podido afectar negativamente al uso de los instrumentos de pago distintos del efectivo, existen razones específicas relacionadas con las transferencias bancarias y con los cheques que justifican históricamente su falta de capacidad

para desplazar al efectivo en las transacciones de pequeño importe. En cualquier caso, las consecuencias que el tradicional uso reducido de ambos instrumentos ha podido tener sobre el grado de utilización de las tarjetas en nuestro país son ambiguas. Así, por un lado, ha impedido el arraigo entre la población del uso de instrumentos de pago bancarios, favoreciendo de este modo el uso del efectivo; por otro lado, ha existido un segmento del negocio bancario, el de los servicios de pago minoristas, que ha permanecido escasamente explotado por las entidades de nuestro país, lo que ha podido favorecer la rápida introducción del uso de las tarjetas bancarias entre la población.

5.2.2. DISTINTOS MODELOS DE PAGO EN LA UE Y TENDENCIAS RECIENTES: ESPECIAL REFERENCIA AL CASO ESPAÑOL

Como señala Revell (1983, p. 11), a pesar de que cada sistema de pago nacional tiene sus propias características, los “ladrillos” con los que han sido construidos son comunes en todos ellos, estribando las diferencias entre unos y otros en la distinta proporción con las que cada clase de instrumento se utiliza con relación al resto. En este sentido, en el apartado anterior hemos podido identificar dos modelos básicos a los que se han acogido los sistemas de pago de la mayoría de países europeos: uno, en el que predomina el uso per cápita de las transferencias bancarias y, otro, en el que el protagonismo corresponde al cheque. A continuación nos planteamos dos cuestiones: en primer lugar, teniendo en cuenta la importancia relativa que el uso de cada instrumento tiene sobre el conjunto, si realmente cabe hablar en la UE sólo de esos dos modelos de pago y, en segundo lugar, si la evolución del uso de los distintos instrumentos apunta hacia la futura existencia de un modelo de pago único europeo o si, por el contrario, las divergencias se han venido acentuando durante los últimos años. En todos los casos se presta especial atención a la situación española.

Al objeto de definir las estructuras del volumen total de transacciones realizadas con "otros instrumentos de pago", en el cuadro 5.8 se ha relacionado para cada país el peso o importancia relativa que cada categoría de transacciones tiene sobre el total.

Tal como se observa en el cuadro 5.8, en líneas generales son las transferencias bancarias los instrumentos más utilizados en términos relativos y las tarjetas, junto a las domiciliaciones bancarias, las que menos. Sin embargo, este comportamiento general no es representativo de lo que ocurre en la mayor parte de los países de la Unión, sino que, por el contrario, las

CUADRO 5.8

EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DEL NÚMERO DE TRANSACCIONES REALIZADAS CON INSTRUMENTOS DE PAGO DISTINTOS DEL EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, AÑOS 1989 Y 1997 (EN PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL)

Países	Cheques (%)		Tarjetas (%)		Transferencias Bancarias (%)		Domiciliaciones Bancarias (%)	
	1989	1997	1989	1997	1989	1997	1989	1997
España (1)	**32**	**14**	**9**	**22**	**5**	**15**	**55**	**48**
Alemania	9	6	1	4	53	48	37	42
Bélgica	27	8	10	24	57	58	6	10
Francia (1)	58	47	14	22	17	18	10	14
Irlanda	72	50	7	9	16	26	4	15
Italia (1)	43	31	2	13	52	47	3	10
Países Bajos	16	3	1	18	63	52	20	27
Austria	10(2)	3	2(2)	6	60(2)	62	28(2)	29
Portugal	81	42	3	40	11	7	5)	11
Finlandia	3(2)	0	35(2)	38	62(2)	58	1(2)	3
Suecia	21	s/d	6	19	70	73	3	7
Reino Unido	54	31	12	31	22	20	12	19
Media UE	***36***	***21***	***9***	***20***	***41***	***40***	***15***	***20***
COEF.VARIACION	*70*	*86*	*106*	*54*	*57*	*52*	*105*	*69*
Otros países								
Canadá	*69*	*36*	*26*	*49*	*3*	*8*	*2*	*7*
EE.UU	*84*	*73*	*14*	*23*	*1*	*3*	*1*	*1*
Suiza	*8*	*1*	*6*	*23*	*85*	*72*	*2*	*4*

(1) En España, Francia e Italia no se han incluido las transacciones realizadas con "Otros instrumentos de pago" (principalmente letras de cambio).
(2) Transacciones referidas a 1990.

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

diversas magnitudes alcanzadas por las correspondientes ratios nacionales[29] apuntan a la existencia de diferentes modelos de pago. Partiendo de este hecho, se pretende detectar a través del análisis *cluster*[30] grupos de países en los que se puede hablar de cierta homogeneidad en lo que respecta a las pautas de uso de las distintas categorías de instrumentos y, una vez encontrados, señalar las características que definen a cada uno de ellos.

La aplicación de la técnica explicitada anteriormente, ha permitido identificar tres grupos de países con características relativamente comunes que los separan considerablemente del comportamiento medio de la UE, siendo las transacciones realizadas a través de cheques y transferencias bancarias las variables que más han influido en la configuración de cada uno de ellos. Los resultados básicos obtenidos del anterior análisis, cuyo detalle se puede consultar en el apéndice 1, se muestran en los cuadros 5.9 y 5.10.

De lo anterior se deduce que las diferencias entre los sistemas de pago minoristas de los países miembros, en lo que se refieren a la intensidad de uso de los distintos instrumentos de pago, son importantes. Llama la atención el que España no encuentre lugar en ninguno de los dos modelos de pago seguidos por el resto de países que conforman la UE, hecho que añade nuevos argumentos para confirmar el carácter peculiar del sistema de pago minorista español con relación al del resto de países de nuestro entorno.

[29] Los instrumentos de pago que presentan menos dispersión son las transferencias bancarias y las tarjetas de pago y, a pesar de ello, sus coeficientes de variación oscilan entre el 52 y 56 por 100, respectivamente.

[30] Se ha utilizado los métodos jerárquicos ascendentes proporcionados por el paquete estadístico SYSTAT (Wilkilson, 1990). Los criterios de encadenamiento utilizados han sido los de la media, el del máximo, el del mínimo, el del momento central de orden 2, el del centroide y el de la mediana. Para todos los casos se utilizó la distancia euclídea.

CUADRO 5.9

ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE GRUPOS DE PAÍSES SEGÚN EL PATRÓN DE USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO DISTINTOS DEL EFECTIVO

Instrumentos / Grupos de Países	Cheques		Tarjetas		Transferencias Bancarias		Domiciliaciones Bancarias	
	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica
Conjunto UE (11 países)	**21,36**	**18,31**	**20,63**	**11,64**	**37,36**	**19,32**	**20,72**	**13,56**
Grupo 1	8,50	10,37	17,17	11,52	54,17	5,55	20,17	13,56
Grupo 2	42,5	7,23	25,5	11,46	17,75	6,87	14,75	2,86
Grupo 3	14	0	22	0	15	0	48	0

Fuente: Elaboración propia.

A continuación nos preguntamos si las anteriores diferencias entre grupos de países tienden a estrecharse o si, por el contrario, la evolución de los distintos sistemas de pago domésticos apunta hacia una mayor divergencia entre ellos. En el cuadro 5.11 se recogen las variaciones producidas en la participación relativa de cada instrumento en el total de transacciones realizadas sin efectivo durante el período 1989-1997[31].

De los resultados del cuadro 5.11 se desprenden una serie de rasgos comunes a todos los países con relación a cómo ha evolucionado el uso relativo del conjunto de instrumentos de pago minoristas, a saber:

- En la totalidad de los países considerados se ha producido una pérdida de peso relativo del cheque en favor del resto de instrumentos de pago.

[31] De este modo, si las pérdidas de peso relativo de determinados instrumentos en el sistema se han visto compensadas por incrementos en otros de manera similar en el conjunto de países considerados, puede indicarnos que existe una cierta tendencia a converger hacia un modelo único comunitario. Por el contrario, si tales incrementos se han producido en instrumentos dispares y con distintas intensidades en función del país que estemos considerando nos encontraremos ante varios modelos de evolución que tienden a incrementar las diferencias existentes entre los distintos grupos identificados.

CUADRO 5.10

COMPONENTES DE LOS DISTINTOS GRUPOS DE PAÍSES Y RASGOS DIFERENCIALES RESPECTO AL CONJUNTO COMUNITARIO

Grupo de países	Países componentes del grupo	Rasgos diferenciales del grupo respecto al conjunto de la UE
Grupo 1	- Alemania - Bélgica - Italia - Austria - Países Bajos - Finlandia	- Predominio de participación de las transferencias bancarias en el sistema - Muy baja utilización del cheque (salvo caso de Italia). - Bajo uso relativo de tarjetas (excepto Finlandia).
Grupo 2	- Francia - Irlanda - Portugal - Reino Unido	- Importante participación relativa del cheque. - Muy baja utilización de las transferencias bancarias. - Uso importante de las tarjetas (salvo Irlanda) y bajo en el caso de las domiciliaciones bancarias.
Grupo 3	- España	- Predominio de las domiciliaciones bancarias sobre el resto de instrumentos. - Importante nivel de utilización de las tarjetas de pago - Uso por debajo de la media europea, tanto en el caso de las transferencias como de los cheques.

Fuente: Elaboración propia.

- Este descenso generalizado en la participación relativa del cheque en el sistema de pago se ha visto compensada, principalmente, por un incremento en el uso de las tarjetas de pago. Así, en términos medios, el 71 por 100 de la disminución de la participación del primero se ha visto compensada por un incremento paralelo en el uso de estas últimas.

- En el ámbito de los instrumentos de pago "a distancia", en siete de los quince países ha descendido la participación relativa de las transferencias bancarias en el conjunto de instrumentos, mientras que en el caso de las domiciliaciones bancarias el incremento ha sido, a excepción de España, generalizado en los distintos países considerados.

A pesar de estas pautas de comportamiento comunes, las distintas intensidades con las que se han producido las variaciones y la conducta diferenciada de algunos países permiten establecer grupos con características

CUADRO 5.11

EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL USO DE CADA INSTRUMENTO DE PAGO SOBRE EL TOTAL TRANSACCIONES LIQUIDADAS SIN EFECTIVO EN LA UE Y OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, 1989-1997 (EN PUNTOS PORCENTUALES)[32]

Países	Cheques	Tarjetas	Transferencias Bancarias	Domiciliaciones Bancarias
España	**-18**	**14**	**11**	**-6**
Alemania	-4	3	-5	5
Bélgica	-19	14	1	4
Francia	-12	8	0	3
Irlanda	-22	2	10	11
Italia	-12	11	-6	7
Países Bajos	-13	17	-12	8
Austria	-6	4	1	1
Portugal	-38	37	-4	6
Finlandia	-2	3	-4	3
Suecia	-21	13	3	4
Reino Unido	-23	19	-3	7
Media UE	***-14***	***10***	***-3***	***6***
DESV.TIPICA	*10*	*9*	*6*	*4*
Otros países				
Canadá	*-33*	*23*	*5*	*4*
EE.UU	*-10*	*9*	*1*	*1*
Suiza	*-6*	*17*	*-12*	*2*

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

propias no comparables a las del resto. Los resultados básicos de la aplicación de un análisis *cluster* a la evolución del uso relativo de los respectivos instrumentos se recogen en los cuadros 5.12 y 5.13 (para un mayor detalle véase apéndice 2). Las variaciones producidas en los cheques y domiciliaciones bancarias han sido las que más han influido en la formación de los distintos grupos.

Los resultados del análisis efectuado permiten añadir algunas consideraciones a las ya apuntadas en párrafos anteriores:

[32] La compensación entre los incrementos y decrementos producidos en los distintos instrumentos de pago deberían sumar cero. Cuando esto no ocurre para algunos países se debe, generalmente, a ajustes de decimales. Sin embargo, en los casos de Italia y España el motivo es la participación -no recogida en el cuadro por su escasa relevancia- de otros instrumentos de pago en sus respectivos sistemas domésticos distintos a los considerados en nuestro análisis.

- Prácticamente la mitad de los países que conforman la UE (Grupo 1) siguen pautas de comportamiento muy conservadoras -principalmente Alemania, Austria y Finlandia- en relación con lo acontecido en el resto de países, en el sentido de que todos ellos -salvo Italia- presentan unas variaciones en el peso relativo de cada instrumento por debajo o similar a la media comunitaria.

- Existen tres países -Portugal, España e Irlanda- en los que la evolución del uso relativo de los instrumentos de pago minoristas ha diferido notablemente del acontecido en el conjunto de la Unión. De ellos han sido España e Irlanda los que han sufrido transformaciones más profundas, no sólo por la intensidad de los cambios, sino por el signo y los instrumentos implicados en él. De esta forma, España ha sido el país de la UE que ha mostrado el mayor incremento en el peso relativo de las transferencias bancarias, a la vez que se presenta como el único en el que ha descendido la participación de las domiciliaciones bancarias. Por lo que respecta a Irlanda, la transformación ha sido sustancial, en el sentido de que se ha producido un cambio radical en la población en lo que respecta a su preferencia por el uso de instrumentos de pago “cara a cara” con relación a los de pago “a distancia”, de forma que éstos últimos han duplicado en tan sólo ocho años su participación en el conjunto.

- Por último, el grupo 5, muestra variaciones en el uso relativo de los instrumentos de pago ligeramente superiores en todos ellos a las producidas en el conjunto comunitario.

A modo de síntesis, las tendencias en la participación de cada instrumento en el sistema de pago apuntan a que la tradicional separación entre países que utilizan preferentemente el cheque y los que se decantan por la transferencia bancaria tiende a desaparecer, debido a una reducción del cheque

CUADRO 5.12

ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE GRUPOS DE PAÍSES SEGÚN EL PATRÓN DE USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO DISTINTOS DEL EFECTIVO (EVOLUCIÓN EN PUNTOS PORCENTUALES)

Instrumentos / Grupos de países	Cheques		Tarjetas		Transferencias Bancarias		Domiciliaciones Bancarias	
	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica
Conjunto UE (11países)	**-14**	**9**	**10,25**	**8,4**	**0,75**	**6,32**	**3,58**	**4,11**
Grupo 1	-6,2	3,37	4,40	2,65	-1,2	2,64	3	2
Grupo 2	-35	0	31	0	-2	0	6	0
Grupo 3	-17	0	12	0	12	0	-7	0
Grupo 4	-20	0	1	0	9	0	11	0
Grupo 5	-17	2,94	16	2,94	-4	5,89	5	0,82

Fuente: Elaboración propia.

entre los primeros muy superior a la media comunitaria y al estancamiento o pérdida de importancia relativa de las transferencias en la mayoría de los países donde este instrumento predominaba sobre el resto. A pesar de ello, no existe una clara aproximación entre ambos grupos debido a que, a excepción de Irlanda, los países que utilizaban en mayor proporción el cheque tienden a compensar su caída con una mayor participación de las domiciliaciones bancarias en lugar de las transferencias. Por ello, todo parece sugerir que las diferencias futuras entre países se van a centrar, principalmente, en la mayor o menor intensidad con la que se utilicen estos dos instrumentos.

CUADRO 5.13

COMPONENTES Y RASGOS DIFERENCIALES DE GRUPOS DE PAÍSES SEGÚN EVOLUCIÓN DE SUS PATRONES DE PAGO DURANTE EL PERIODO 1989-1997

Grupos de países	Países componentes del grupo	Rasgos diferenciales del grupo respecto al conjunto de la UE.
Grupo 1	- Alemania - Austria - Finlandia - Francia - Italia	- Grupo en el que se reflejan menores variaciones en el uso relativo de los instrumentos de pago. - Las mayores variaciones se han producido en la reducción de los cheques, las cuales se han visto compensadas por discretos incrementos en las domiciliaciones bancarias y tarjetas.
Grupo 2	- Portugal	- Reducción del uso del cheque e incremento de participación de las tarjetas superior a la media. - Mínima reducción de la importancia relativa de las transferencias y pequeño incremento de las domicilia.
Grupo 3	- España	- Importante transformación del modelo de pagos, con variaciones por encima de la media en todos los instrumentos. - Presenta el mayor incremento en la participación de las transferencias bancarias de los 15 países. - Único país de la UE donde ha disminuido la participación de las domiciliaciones bancarias. - Sexto país en incremento relativo de uso de tarjetas. - Reducción importante del peso del cheque. - Importantes transformaciones en patrones de pago.
Grupo 4	- Irlanda	- Reducción importante del peso relativo del cheque en favor, principalmente, de las domiciliaciones y de las tarjetas de pago bancarias.
Grupo 5	- Bélgica - Países Bajos - Reino Unido	-Pérdida importante del peso relativo de los cheques en favor, casi en su totalidad, de las tarjetas de pago. -Reducción (salvo en Bélgica) del peso de las transferencias y moderado incremento de las domicil.

Fuente: Elaboración propia.

5.3. LA UTILIZACIÓN DE TARJETAS DE PAGO NO BANCARIAS EN LA UE

Lo visto en líneas anteriores nos ha permitido inferir muchas de las características que definen nuestro sistema de pago minorista, especialmente en lo que se refiere a los niveles de utilización de los distintos instrumentos de pago ofrecidos por el sistema financiero español en comparación con los del resto de países de nuestro entorno. Con ello, se ha puesto de manifiesto la situación del uso de las tarjetas de pago, fundamentalmente bancarias, en

relación con otros métodos de pago alternativos, como son el efectivo, el cheque, la transferencia y la domiciliación bancaria.

No obstante, entendemos que este análisis no quedaría completado si no se incluyese en él un estudio sobre la situación en España de dos categorías de tarjetas que no son emitidas por entidades bancarias y que, por las funciones que desempeñan, pueden, en muchos casos, ser sustitutivos casi perfectos de las tarjetas de origen bancario. Nos referimos a las tarjetas comerciales y a las tarjetas *T&E*, las cuales pasamos a tratar a continuación.

5.3.1. LAS TARJETAS DE PAGO COMERCIALES

La vinculación existente, en la mayoría de los casos, entre las necesidades de financiación de los consumidores y la compra de bienes y servicios ha provocado la convergencia de actividades que son propias de las entidades bancarias con otras que lo son de las empresas del sector de la distribución comercial.

El privilegio de las grandes empresas comerciales de contar con una fuente de financiación sin costes explícitos[33], unido a la facilidad con la que pueden canalizar la oferta de servicios financieros hasta sus clientes -éste no necesita desplazarse a entidades financieras, horarios flexibles, no necesidad de mantener redes de sucursales, etc.- y el hecho de no encontrarse sometidas a ningún tipo de coeficiente de caja ni de reserva -lo que permite comprometer menores recursos propios que las entidades de crédito- han convertido a estas entidades en importantes fuentes de desintermediación financiera y en serias competidoras de las entidades de depósito. De este

[33] Posible gracias al mantenimiento de un elevado endeudamiento sin costes explícitos, que es consecuencia del elevado poder de negociación que mantienen frente a acreedores comerciales y proveedores.

modo, las grandes empresas de distribución[34] han sabido canalizar el diferimiento de su propio gasto frente a proveedores hacia una inversión crediticia dirigida a las familias, compitiendo así con las entidades financieras en la captura de operaciones de activo. Junto a la financiación directa, estas empresas ofrecen la alternativa de financiación al consumo vía tarjetas (privadas o bilaterales) en unas condiciones que, en muchos casos, superan en ventajas a las ofrecidas por las entidades financieras (Melle, 1997).

En España se estima que el volumen de facturación realizado a través de tarjetas privadas ascendía a 850.000 millones de pesetas en el año 1995. De acuerdo con la *SEMP*, en el 4º trimestre de 1998 existían 11 millones de estas tarjetas en circulación, cifra que representaba en el citado año el 22,4 por 100 del total de tarjetas[35] que circula en nuestro sistema, 4,5 puntos porcentuales superior al existente en 1988. Esta ganancia de cuota de mercado indica que, pese al claro dominio por parte de las tarjetas bancarias (76,5 por 100 del mercado en 1997), las tarjetas procedentes de las empresas de distribución han sabido encontrar su hueco en el mercado nacional (cuadro 5.14).

Al tratar este sector es obligado hacer referencia al papel e importancia que una gran empresa de distribución, El Corte Inglés, ha tenido y tiene en nuestro mercado. En el año 1967 se convirtió en la empresa pionera en el lanzamiento de una tarjeta de pago de origen estrictamente español. Treinta año después, en 1997, el número de tarjetas que mantiene en circulación asciende a 3,5 millones, situándose junto a la compañía *Marks and Spencer* del Reino Unido, en el tercer lugar del *ranking* de las principales compañías

[34] La actividad de financiación al consumo vía tarjetas desarrollada por las empresas de distribución española se ha llevado a cabo bien a través de sociedades financieras que son filiales de las propias empresas de distribución o sociedades participadas por éstas -como es el caso de Pryca, Eroski, Continente o el Corte Inglés- o bien a través de acuerdos con determinadas entidades financieras -como es el caso de Alcampo (Melle, 1997, p. 21).

[35] Sin contar las tarjetas *chip*. Si la tenemos en cuenta, las tarjetas comerciales representan el 20,2 por 100 del total.

emisoras de tarjetas privadas en Europa (Lafferty, 1997, p. XX). Cabe señalar, además, que las ventas realizadas a través de tarjetas por esta empresa ascienden a 600.000 millones de ptas., cifra que representa el 70,6 por 100 del total facturado en este mercado y el 60 por 100 de sus propias ventas (Fernández, 1995a, p. 7; Melle, 1997, p. 23).

CUADRO 5.14

EVOLUCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LAS TARJETAS BILATERALES EN ESPAÑA, 1986-1997 (PORCENTAJE SOBRE TOTAL TARJETAS EMITIDAS)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
Porcentaje de tarjetas bilaterales sobre total tarjetas*	s/d	s/d	17,9	24,1	20,7	19,8	19,6	19,6	20,1	22,4	22,4	22,5
*Nota: No se incluyen tarjetas chip.												

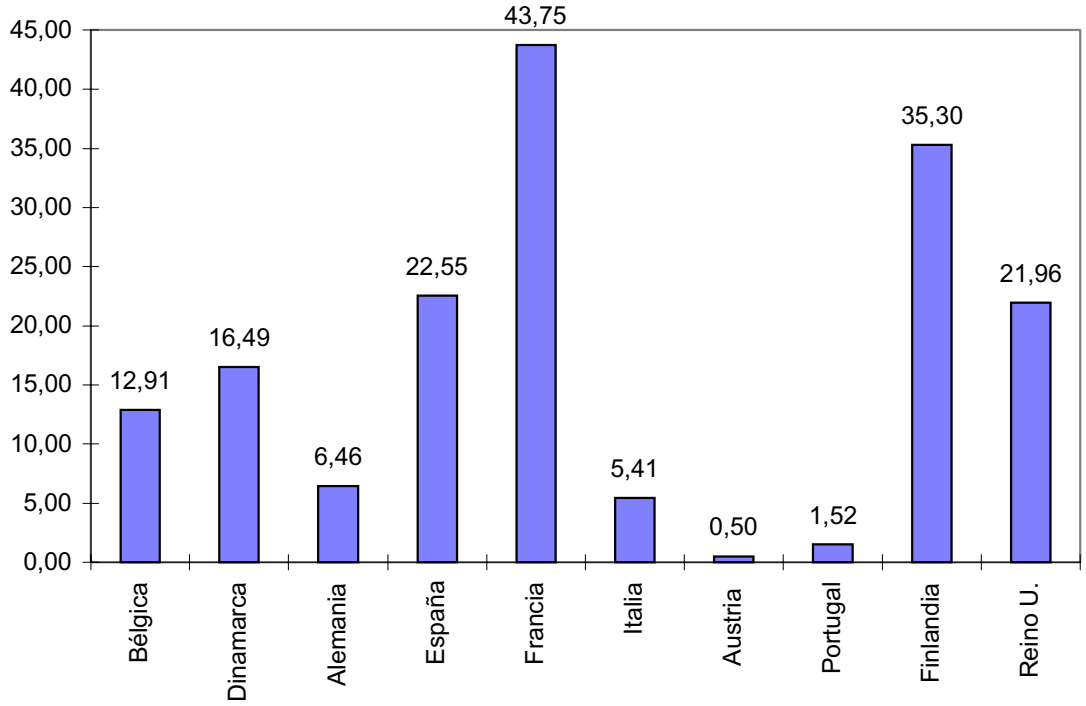
Fuente: Sociedad Española de Medios de Pago, Confederación Española de Cajas de Ahorros, Sistema *4B*, S.A., *American Express* España, *Diner´s Club* Español, El Corte Inglés y Cofigasa, tomado de Fernández (1995a, p. 34) y Dirección General de Comercio Interior (1998a, p. 10). Elaboración propia.

En comparación con los países de nuestro entorno, España se sitúa entre los países con mayor presencia de este tipo de tarjetas en el mercado doméstico, siendo únicamente superado en 1995 por Finlandia, Francia e Irlanda (figura 5.5).

Visto lo anterior, cabría preguntarse en qué medida la creciente participación de las grandes cadenas de distribución en la financiación al consumo vía tarjetas y el importante peso que mantienen actualmente sobre el total de estos instrumentos emitidos en nuestro país, ha supuesto una mayor competencia entre las entidades bancarias y aquellas que son ajenas al sector. Con relación a ello, cabe señalar que, al contrario de los que ocurre en la mayoría de países europeos, en España la banca domina desde mediados de los noventa, bien directamente o bien a través de empresas financieras subsidiarias, la emisión de tarjetas privadas en nuestro mercado.

FIGURA 5.5

IMPORTANCIA DE TARJETAS PRIVADAS EN LOS MERCADOS DE LA UE, 1995 (PORCENTAJE DE TARJETAS PRIVADAS SOBRE TOTAL EMITIDAS EN EL PAÍS)



Fuente: Lafferty (1997) y BCE (1999). Elaboración propia.

Efectivamente, la amplia aceptación de las tarjetas emitidas por las principales cadenas de distribución españolas -El Corte Inglés desde 1967 y las de Galerías Preciados desde 1969, ésta última a través de la compañía financiera Cofigasa- llamó la atención de la banca, debido a la amenaza que constituía para su negocio de tarjetas, así como por constituir una puerta de entrada para competidores extranjeros. De hecho, Cofigasa era una empresa compartida por Galerías Preciados y por un importante banco francés: el *French Bank Crédit Agricole*.

Como consecuencia de lo anterior, desde finales de los ochenta las principales entidades bancarias de nuestro país comenzaron a desarrollar su propio negocio de tarjetas privadas, en la mayoría de los casos creando para su gestión empresas financieras especializadas. Así fue el caso del Banco de Santander con la creación en 1989 de la compañía Gestión de Tarjetas, fruto

de su alianza con Cortefiel. Esta iniciativa fue seguida por otros bancos tales como el BBV, que tras aliarse con la empresa estadounidense GE Capital[36] creó Finanzia, la cual pasaría más tarde a convertirse en la segunda mayor emisora de tarjetas privadas de España, tras el Corte Inglés. Otro banco, el Banco Popular, que ya gestionaba tarjetas para pequeñas asociaciones de comerciantes y grupos de profesionales, decidió establecer en febrero de 1997 una empresa de propiedad compartida con la compañía francesa Cofinoga.

Junto a esta serie de respuestas directas de nuestro sector bancario a la intromisión de empresas del sector de la distribución en la industria de los servicios de pago, otros acontecimientos han contribuido a reducir la presencia de aquellas en el mercado. De este modo, los problemas que acompañaron a Galerías Preciados durante 1995 dieron como resultado la adquisición en julio de 1996 de la empresa que gestionaba sus tarjetas, Cofigasa, por la compañía subsidiaria del BBV, Financia, lo que añadía a la cartera de ésta última aproximadamente 1,5 millones de tarjetas -el 60 por 100 de su cartera total- adicionales para su gestión. A ello cabe añadir que en mayo de 1997 el BBV llegó a un acuerdo amistoso con GE Capital por el cual la entidad española adquiría el 100 por 100 de Finanzia (Lafferty, 1997, p. 96).

La configuración actual en España del segmento de mercado de tarjetas privadas se muestra en el cuadro 5.15.

Las condiciones en las que se ofrecen estas tarjetas a sus titulares son bastante ventajosas, en comparación con las correspondientes a las tarjetas bancarias (cuadro 5.16). De este modo las tarjetas comerciales son ofrecidas generalmente de manera gratuita a sus titulares, además de conceder una serie de servicios adicionales, como son los premios a la fidelidad, regalos adicionales, seguros asociados, información anticipada sobre campañas y promociones especiales, pagos aplazados, etc. Estas amplias ventajas han

[36] GE Capital es el brazo financiero de la multinacional estadounidense *General Electric* y el mayor emisor del mundo de tarjetas de crédito privadas.

dado lugar a un alto nivel de uso por parte de sus titulares. En concreto, de acuerdo con la Asociación Nacional de Medianas y Grandes Empresas de Distribución (ANGED), este tipo de tarjetas son utilizadas de manera habitual por sus titulares como medio de pago en el 70 por 100 de los casos de compra, fundamentalmente debido a la seguridad, comodidad, rapidez y posibilidades de financiación que ofrecen (Dirección General de Comercio Interior, 1998a, p. 70).

CUADRO 5.15

EL NEGOCIO EN ESPAÑA DE LOS PRINCIPALES EMISORES DE TARJETAS DE PAGO PRIVADAS, 1995

Entidad Financiera	Marcas	Facturación (millones ptas.)	Número de tarjetas en circulación
El Corte Inglés	El Corte Inglés	600.000	2.500.000
Financia (BBV)	Eroski Zara Massimo Dutti Pull&Bear Galerías Preciados Fnac	70.000	2.500.000
Gestión de tarjetas (Banco de Santander)	Cortefiel Ikea Springfield Cristol Marks&Spencer General Óptica	28.000	1.700.000
Mercadona	Mercadona	25.500	360.000
Hispamer (BCH)	Alcampo Halcón Viajes Otaysa Viajes Marsans	20.000	500.000
Financiera Pryca	Pryca	13.200	300.000
Banco Popular	Jumbo Acos Centrotiendas	7.000	180.000
Fismetic	Tien 21 Master Muebles la Fábrica Merkamueble Saab	36.600	600.000
Finaconsa	Continente	18.600	400.000

Fuente: Fernández (1996, p. 7).

CUADRO 5.16

CONDICIONES EN LAS QUE SE OFRECEN LAS PRINCIPALES TARJETAS COMERCIALES EN ESPAÑA, 1998

ESTABLE-CIMIENTOS	SERVICIOS QUE PRESTA								
	PAGOS A PLAZO SIN FINANCIAR	LÍMITE DE CRÉDITO	PAGOS A PLAZOS				EN CASOS DE IMPAGO	RESPONSA-BILIDAD DEL CLIENTE EN CASO DE PÉRDIDA	OTROS SERVICIOS PRESTADOS
			CANTIDAD MÍNIMA DE COMPRA	DEVOLUCIÓN DE UNA CANTIDAD FIJA	DEVOLUCIÓN DE UN PORCENTAJE FIJO	TIPOS DE INTERÉS			
Affinity Card	En el mes sin intereses si compra > 15.000	Se acuerdan con gestión de tarjetas	S/D	Sí	Sí	2,1% mensual	Recargo del 2,1% mensual y comisión	Antes de notificación un máximo de 20.000	Descuentos de viajes, vacaciones y créditos especiales
Alcampo	En el mes sin intereses	Se acuerdan con gestión de tarjetas	1.000 ptas.	5.000, 7.000, 10.000, 12.500 y 15.000 ptas.	No (puede elegirse entre 3 y 36 meses)	1,59% mensual	Recargo del 1,69% mensual más comisiones y gastos	Total hasta el envío de la pérdida	Acceso a ofertas y promociones especiales. Monedero electrónico.
Continente	Aplazado hasta el mes siguiente con un 1% mensual	Se acuerdan con gestión de tarjetas	2.000 ptas.	5.000, 7.000 y 10.000	5, 7 ó 10% de la deuda	1,75% mensual	Recargo del 0,25% mensual más comisión	Limitada a 20.000 ptas. hasta el aviso	Descuentos, ofertas, promociones, sorteos
Cortefiel	En el mes sin intereses. Aplazado hasta tres meses sin recargo si compra>15.000	Se acuerdan con la financiera	No se establece	Sí	Sí	1,5% mensual	Recargo del 1,5% mensual y 1.500 de comisión	Total hasta el aviso	Obsequio por cumpleaños y arreglos gratuitos
Crisol	Hasta el mes siguiente sin recargo	S/D	1.500 ptas.	No	10 ó 33,33% de la deuda	2% mensual	Comisión de 750 ptas. y cualquier gasto ocasionado por la gestión del impago	Limitada hasta 25.000 ptas. hasta el aviso	----

Nota: S/D: sin datos

Fuente: Gavira (1998), tomado de Dirección General de Comercio Interior (1998a, pp. 74-76).

CUADRO 5.16 (CONTINUACIÓN)

CONDICIONES EN LAS QUE SE OFRECEN LAS PRINCIPALES TARJETAS COMERCIALES EN ESPAÑA, 1998

ESTABLE-CIMIENTOS	SERVICIOS QUE PRESTA								
	PAGOS A PLAZO SIN FINANCIAR	LÍMITE DE CRÉDITO	PAGOS A PLAZOS				EN CASOS DE IMPAGO	RESPONSABILI-DAD DEL CLIENTE EN CASO DE PÉRDIDA	OTROS SERVICIOS PRESTADOS
			CANTIDAD MÍNIMA DE COMPRA	DEVOLUCIÓN DE UNA CANTIDAD FIJA	DEVOLUCIÓN DE UN PORCENTAJE FIJO	TIPOS DE INTERÉS			
El Corte Inglés	En el mes sin intereses. Aplazado devenga intereses diariamente	El que se acuerda con la financiera	No se establece	No	No	1,25% mensual	Recargo del 1,75% mensual	Total hasta el aviso	Dos horas de *parking* gratuito por una compra mínima de 1.000 ptas.
Eroski	En el mes sin intereses. Aplazado hasta tres meses sin recargo si compra>15.000 ptas	S/D	S/D	S/D	S/D	1,4-1,7% mensual	Recargo del 2,1% mensual más comisiones	Limitada a 20.000 ptas. hasta el aviso	Promociones especiales, sorteos, descuentos y sorpresas
Mark&Spencer	Aplazado hasta el mes siguiente	S/D	7.500 ptas.	Sí	Mínimo del 10% y máximo del 50%	1,5% mensual	Recargo del 1,85% mensual	Ninguna previa presentación de la denuncia ante la autoridad competente	*Parking* gratuito (compra mínima), asociada a Mastercard, promociones, ofertas exclusivas, regalos con puntos
Mercadona	Aplazado hasta la semana siguiente o en los diez primeros días del mes siguiente gratis (límite de 50.000 ptas. diarias)	50.000 ptas. diarias	S/D	S/D	S/D	Ninguno porque el plazo máximo es un mes	Pago de los intereses con dos puntos por encima del legal del dinero, un recargo del 10% y gastos derivados	Total hasta la presentación ante el establecimiento de la denuncia ante la autoridad competente	Compra telefónica

Nota: S/D: sin datos

Fuente: Gavira (1998), tomado de Dirección General de Comercio Interior (1998a pp. 74-76).

CUADRO 5.16 (CONCLUSIÓN)

CONDICIONES EN LAS QUE SE OFRECEN LAS PRINCIPALES TARJETAS COMERCIALES EN ESPAÑA, 1998

ESTABLE-CIMIENTOS	SERVICIOS QUE PRESTA								
	PAGOS A PLAZO SIN FINANCIAR	LÍMITE DE CRÉDITO	PAGOS A PLAZOS				EN CASOS DE IMPAGO	RESPONSABILI-DAD DEL CLIENTE EN CASO DE PÉRDIDA	OTROS SERVICIOS PRESTADOS
			CANTIDAD MÍNIMA DE COMPRA	DEVOLUCIÓN DE UNA CANTIDAD FIJA	DEVOLUCIÓN DE UN PORCENTAJE FIJO	TIPOS DE INTERÉS			
Milano	En el mes sin intereses. Aplazado hasta tres meses sin recargo si compra>25.000 ptas.	Se acuerdan con la gestión de tarjetas	Permite aplazar hasta 6 meses	S/D	S/D	1,5% mensual	Recargo del 2% mensual	Antes de notificación abonará máximo de 25.000 ptas.	Ofertas, regalos, sorteos, arreglos gratis y bonificaciones por consumo
Springfield	En el mes sin intereses	Se acuerdan con gestión de tarjetas	Permite aplazar hasta 3 meses	S/D	S/D	2% mensual	Recargo del 2% mensual más 1.500 ptas. de comisión	Antes de notificación abonará máximo de 25.000 ptas.	Descuentos, catálogos y promociones especiales
PRYCA		Se acuerda con gestión de tarjetas (generalmente 10.000 ptas., aunque puede llegar a 500.000 ptas.)	5.000 ptas.	S/D	S/D	1,57% mensual	Recargo de un 2,1% mensual de interés más comisión	No tiene ninguna responsabilidad	Se puede pagar con esa tarjeta en comercios asociados de las galerías comerciales que acompañan a sus hipermercados
Nota: S/D: sin datos									

Fuente: Gavira (1998), tomado de Dirección General de Comercio Interior (1998a, pp. 74-76).

En definitiva, la evolución y situación actual de la participación de las tarjetas de origen comercial en el mercado español de tarjetas de pago pone de manifiesto que estos instrumentos cuentan con una presencia muy superior a la que tienen en otros mercados. Sin embargo, el importante papel dinamizador que podrían haber desempeñado en el sistema financiero español, como resultado de la competencia con las emitidas por las empresas bancarias, ha quedado difuminado por el dominio ejercido por estas últimas sobre dicho mercado, fruto de su política agresiva y de la fuerte reestructuración acontecida en el sector comercial durante los últimos años, que no ha hecho más que ceder terreno al sector bancario en la emisión de este tipo de instrumentos.

5.3.2. LAS TARJETAS DE PAGO *T&E*

Lo que en principio surgió como simple complemento de los servicios ofrecidos por grandes compañías relacionadas con la industria del ocio (compañías aéreas, cadenas de hoteles, etc.) se convirtió en un elemento clave para el inicio de una nueva etapa en el mundo financiero. Como ya se ha subrayado, las denominadas tarjetas *T&E* lograron en sus orígenes introducir una tercera parte en la hasta entonces hermética relación entre comercio y cliente, convirtiendo con ello a este instrumento en un verdadero mecanismo de pago y no sólo en un medio para identificar y registrar las compras de los mejores clientes de un grupo limitado de empresas.

Las tarjetas *T&E* son tarjetas de cargo -por lo tanto, generalmente no ofrecen posibilidad de reembolsos a plazos-, sin límites de gastos, que pueden utilizarse para obtener efectivo en los CA y que, además, ofrecen a sus titulares una amplia gama de servicios que las convierten en algo más que simples instrumentos de pago. Poniendo como ejemplo los ofrecidos por *American Express*, entre dichos servicios se encuentran el seguro de robo, incendio y daños producidos en la mayoría de los bienes adquiridos con la tarjeta en

cualquier lugar del mundo, asistencia al titular en la resolución de los problemas que se le pudieran presentar cuando realiza un viaje, trato preferente y oferta de algunos servicios exclusivos para titulares de tarjetas *Amex* en las principales cadenas de hoteles, seguros de accidentes de viaje, menores exigencias a la hora de alquilar vehículos, etc. En definitiva, son tarjetas cuyo segmento objetivo de mercado no está formado por las personas que más utilizan estos instrumentos, sino por aquellas que realizan viajes frecuentemente (por ejemplo, hombres de negocios).

Respecto a las condiciones económicas en las que se ofrecen a sus titulares, la cuota anual es mucho más elevada que el de las tradicionales tarjetas bancarias[37], a lo que se añade el pago de una cuota de afiliación a dichos sistemas (cuadro 5.17).

Algunas de las principales características que definen el mercado español de tarjetas *T&E* no difieren demasiado de las que están presentes en la mayoría de los países que conforman la UE. De este modo, en España existe un claro dominio de la marca *American Express* sobre su principal competidora, *Diner´s Club*, a pesar de que esta última fue la primera de ellas en introducirse en nuestro mercado en el año 1954. En el ámbito de la Unión este dominio de *American Express* está ausente, únicamente, en Austria y en los países nórdicos (cuadro 5.18).

Esta mayor penetración de *Amex* en nuestro mercado ha sido posible gracias a los acuerdos establecidos por esta compañía con las principales entidades bancarias de nuestro país, al objeto de que sus tarjetas sean ofrecidas a los clientes de estas últimas[38]. Tales han sido los casos de los acuerdos

[37] Las cuotas anuales de *Diner´s Club* se sitúan entre 8.300 y 11.700 ptas./año y las de *American Express* entre 8.000 y 16.000 ptas. Además, tienen una cuota de afiliación entre 4.500 y 3.500, respectivamente (Véase revista Dinero y Derechos nº 8 de 1991 y diario Expansión de 23/11/1996).

[38] En el caso concreto de España, *Amex* puede ser utilizada en 150.000 establecimientos y permite retirar efectivo en 5.200 CA de *4B* y en 3.500 de *Servired* (véase Expansión, 12/12/96).

alcanzados con el Banco Santander en 1992, con el Banco Popular o con la Caixa en 1997. A ello, cabe añadirse, las negociaciones que durante 1996 mantuvo con la CECA a fin de que las cajas de ahorros que lo quisiesen ofrecieran esta marca a sus clientes[39].

CUADRO 5.17

CONDICIONES EN LAS QUE SE OFERTAN LAS PRINCIPALES MARCAS DE TARJETAS *T&E* EN ESPAÑA, 1997

TARJETAS	***DINER´S CLUB* INTERNACIONAL**	***AMERICAN EXPRESS***	
		Personal Cards	***Gold***
Duración de la tarjeta	Anual	Anual	Anual
Cuota de inscripción	10.000 ptas.	8.000 ptas.	16.000 ptas.
Cuota anual	4.500 ptas.	3.500 ptas.	3.500 ptas.
Tarjeta suplementaria	14.000 ptas.	4.800 ptas.	9.600 ptas.
Servicios de cajeros	Al no disponer de cajeros propios el titular debe pagar un 4 por 100 del importe en efectivo, con un mínimo de 400 ptas. por operación y ofrece capacidad de crédito ilimitado a sus titulares.	Sólo en cajeros asociados y el titular debe pagar un 4 por 100 del importe en efectivo, con un mínimo de 400 ptas. por operación y ofrece capacidad de crédito ilimitado a sus titulares.	
Servicio de compras con tarjetas	Sí	Sí	
Aplazamiento en los pagos	No	No está permitido aplazar el pago ni comprar a crédito, liquidándose facturas mensualmente	
Límite del gasto	Ilimitado	Ilimitado	
Responsabilidad por pérdida	Ninguna, y en 24 horas repone una tarjeta nueva al titular	Hasta 8.000 pesetas si no lo ha notificado. En caso de notificación ninguna	
Otros servicios	Seguro de accidentes en transportes, seguro de accidentes de viaje, seguro de asistencia sanitaria, uso de la sala VIPS en aeropuertos, etc.	...	Seguro de accidentes en transportes y en viajes al extranjero, seguro de alquiler de vehículos, reserva de hoteles, servicio de entrega de documentos, asistencia sanitaria, etc.

Fuente: Dirección General de Comercio (1998a, p. 69).

Otra característica común a la mayoría de países considerados es la escasa importancia relativa de este tipo de tarjetas en el mercado. En España, en 1996, el número de tarjetas *T&E* que circulaban representaba en torno al 1

[39] Véanse los diarios Expansión de 12/12/96 y El País de 10/11/1996.

por 100 del total de tarjetas emitidas, porcentaje que no ha sufrido grandes variaciones durante los últimos diez años (cuadro 5.19).

CUADRO 5.18

CUOTAS DE MERCADO DE PRINCIPALES MARCAS DE TARJETAS *T&E* EN PAÍSES DE LA UE, 1995 (PORCENTAJES)

Países	*American Express*	*Diner´s Club*
España	75	25
Dinamarca	_	100
Bélgica	56	44
Alemania	78	22
Francia	87	13
Irlanda	80	20
Italia	69	31
Luxemburgo	67	33
Paises Bajos	66	34
Austria	34	66
Finlandia	21	79
Suecia	55	45
Reino Unido	80	20

Fuente: Lafferty (1997). Elaboración propia.

CUADRO 5.19

EVOLUCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LAS TARJETAS *T&E* EN ESPAÑA, 1986-1997 (PORCENTAJE SOBRE TOTAL TARJETAS)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
Porcentaje de tarjetas *T&E* sobre total tarjetas*****	2,4******	1,9******	1,5	1,3	1,3	0,9	1	0,9	1	1	1	0,9

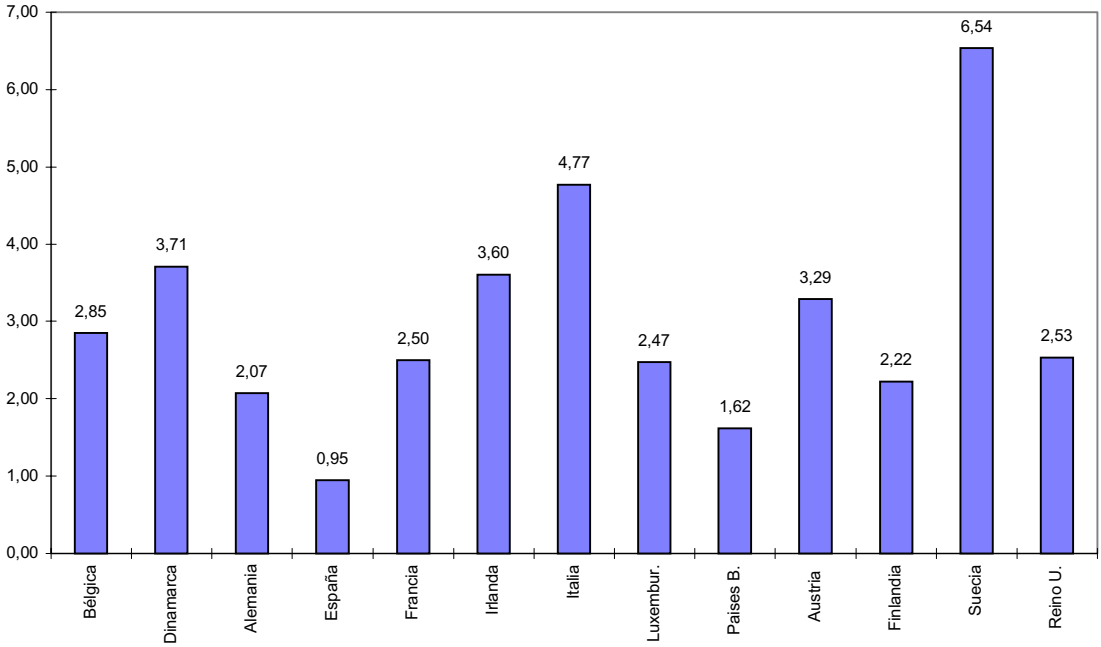
***** No se incluyen tarjetas *chip*.
****** En el total de tarjetas no se han considerado las tarjetas privadas por falta de datos.

Fuente: Sociedad Española de Medios de Pago, Confederación Española de Cajas de Ahorros, Sistema *4B*, S.A., *American Express* España, *Diner´s Club* Español, El Corte Inglés y Cofigasa, tomado de Fernández (1995a, p. 34) y Dirección General de Comercio Interior (1998a, p. 10). Elaboración propia.

En relación a otros países de la UE, España presenta una de las tasas más bajas de presencia de tarjetas *T&E* en el mercado, únicamente superior a la de Países Bajos (figura 5.6).

FIGURA 5.6

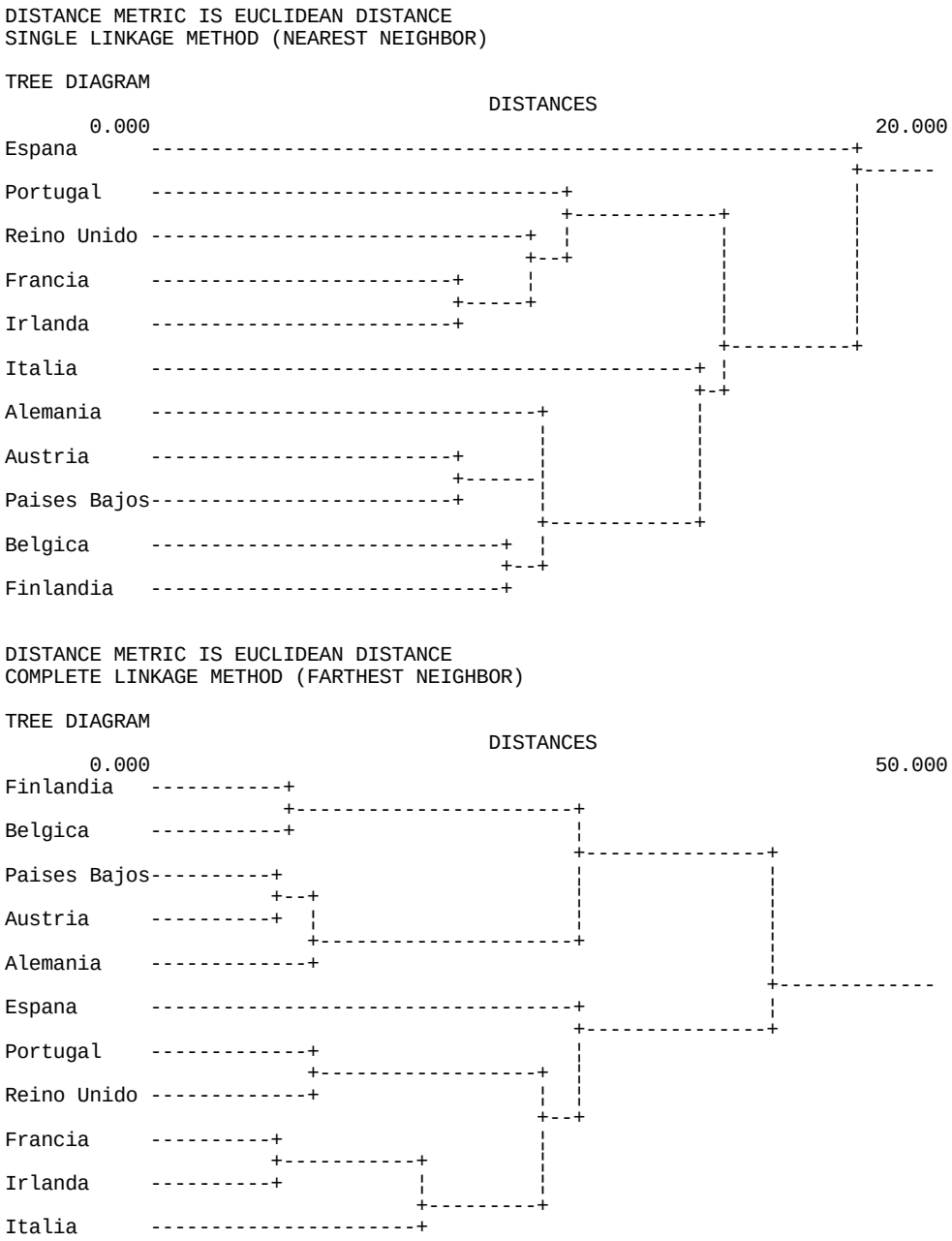
IMPORTANCIA RELATIVA DE LAS TARJETAS *T&E* EN MERCADOS EUROPEOS, 1995 (PORCENTAJES SOBRE TOTAL TARJETAS EMITIDAS EN EL PAÍS*)



Fuente: Lafferty (1997) y BCE (1999). Elaboración propia.

APÉNDICE I

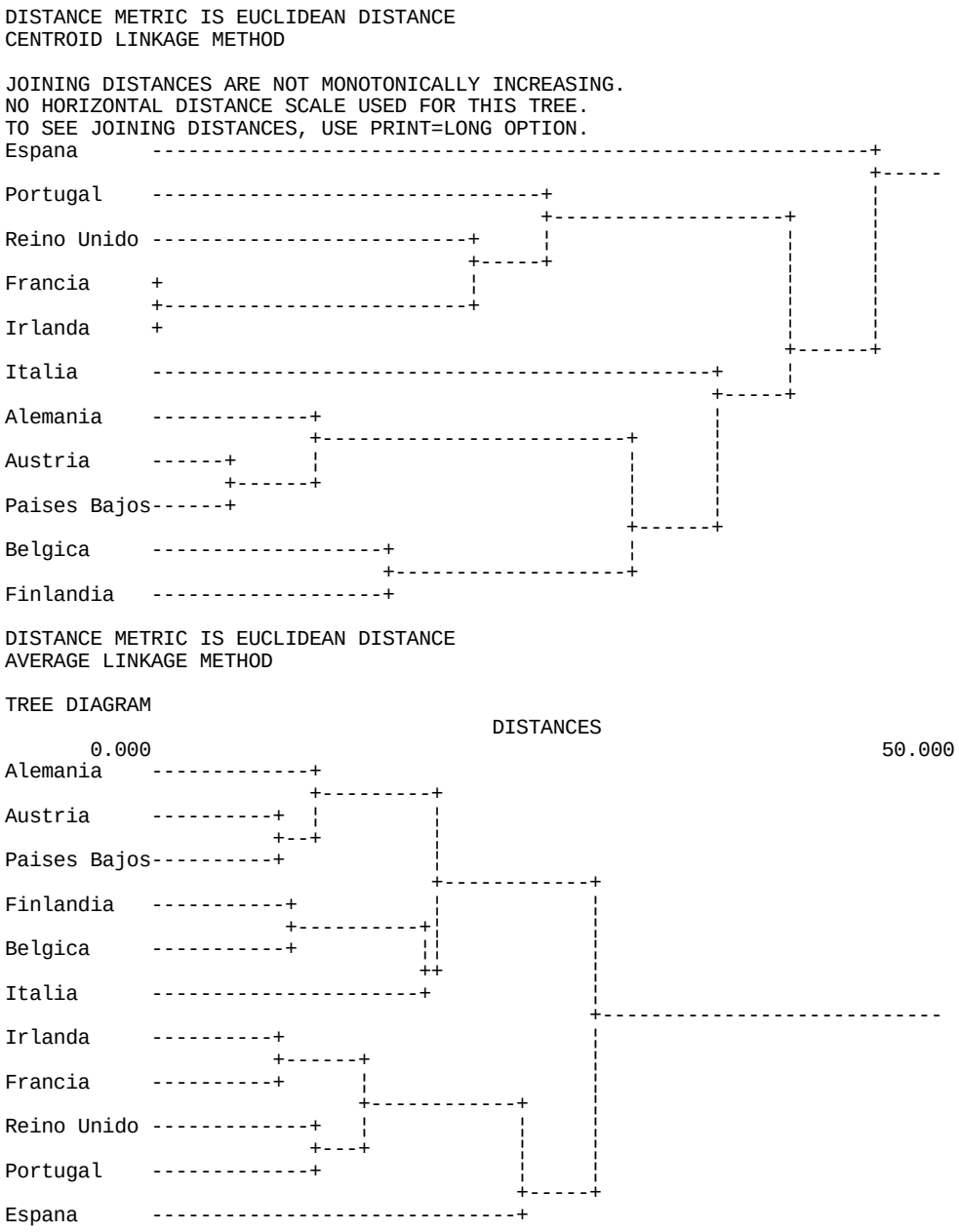
FIGURA 5.7
AGRUPACIONES DE PAÍSES EUROPEOS SEGÚN ESTRUCTURA DE USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO MINORISTAS, 1997



APÉNDICE I (CONTINUACIÓN)

FIGURA 5.7

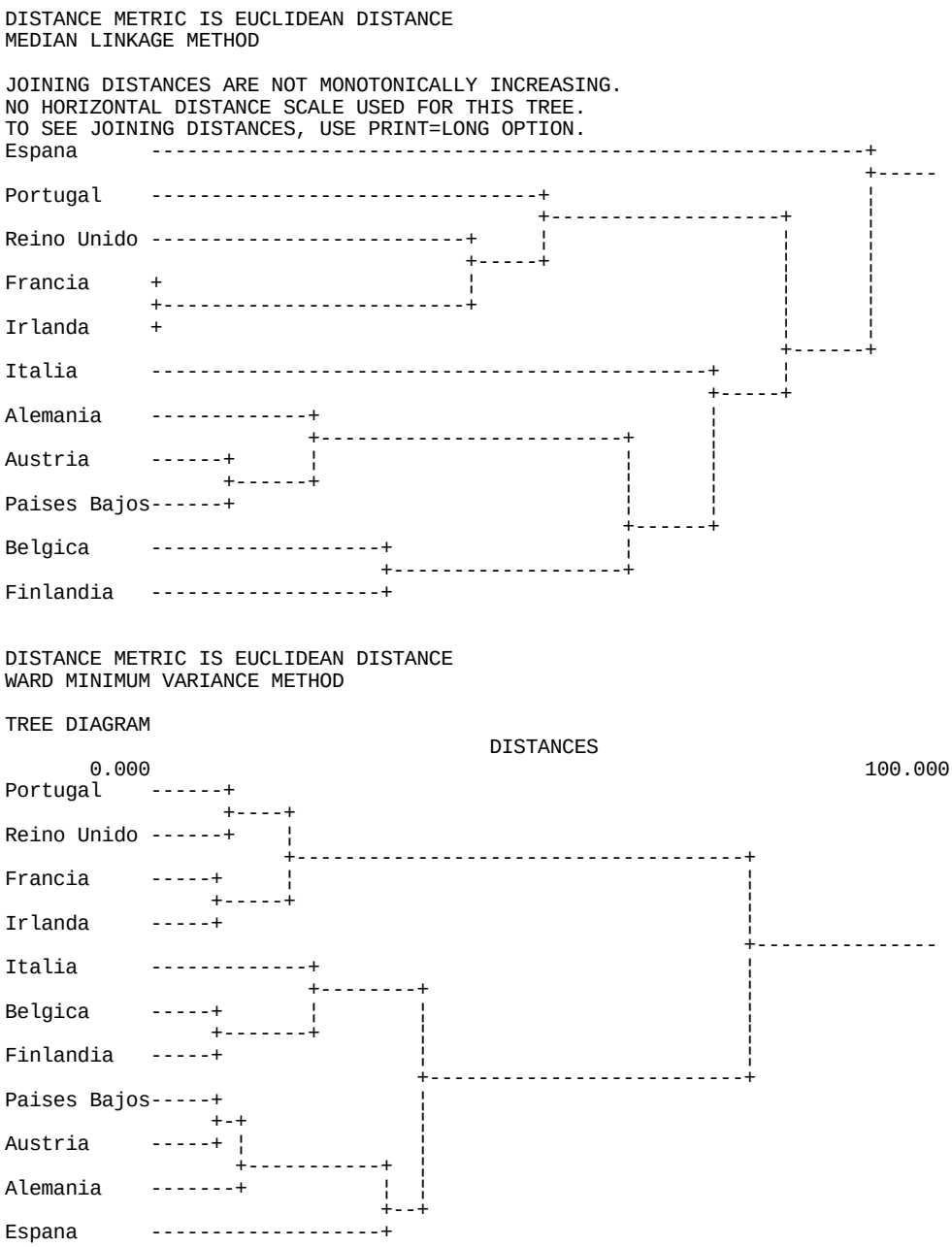
AGRUPACIONES DE PAÍSES EUROPEOS SEGÚN ESTRUCTURA DE USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO MINORISTAS, 1997



APÉNDICE I (CONCLUSIÓN)

FIGURA 5.7

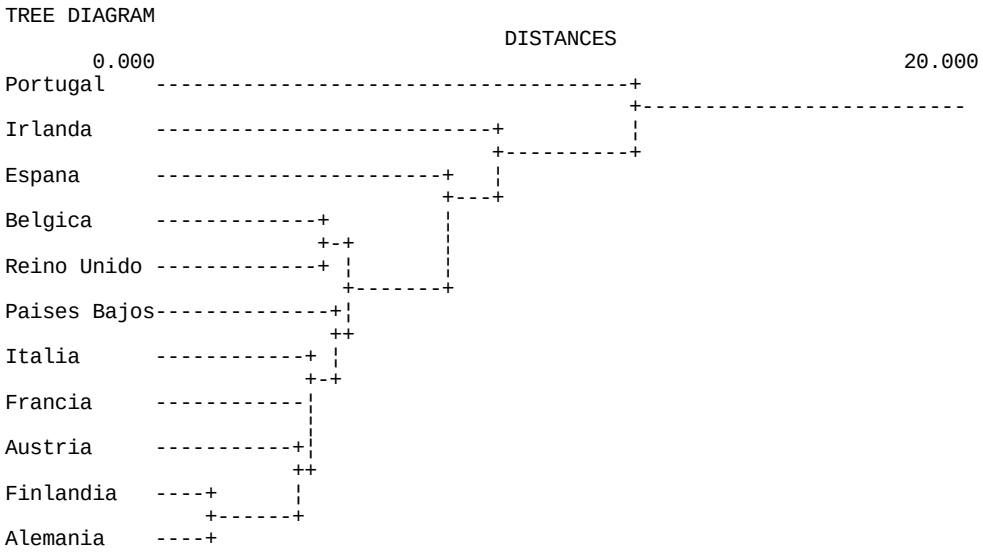
AGRUPACIONES DE PAÍSES EUROPEOS SEGÚN ESTRUCTURA DE USO DE LOS INSTRUMENTOS DE PAGO MINORISTAS, 1997



APÉNDICE 2

FIGURA 5.8

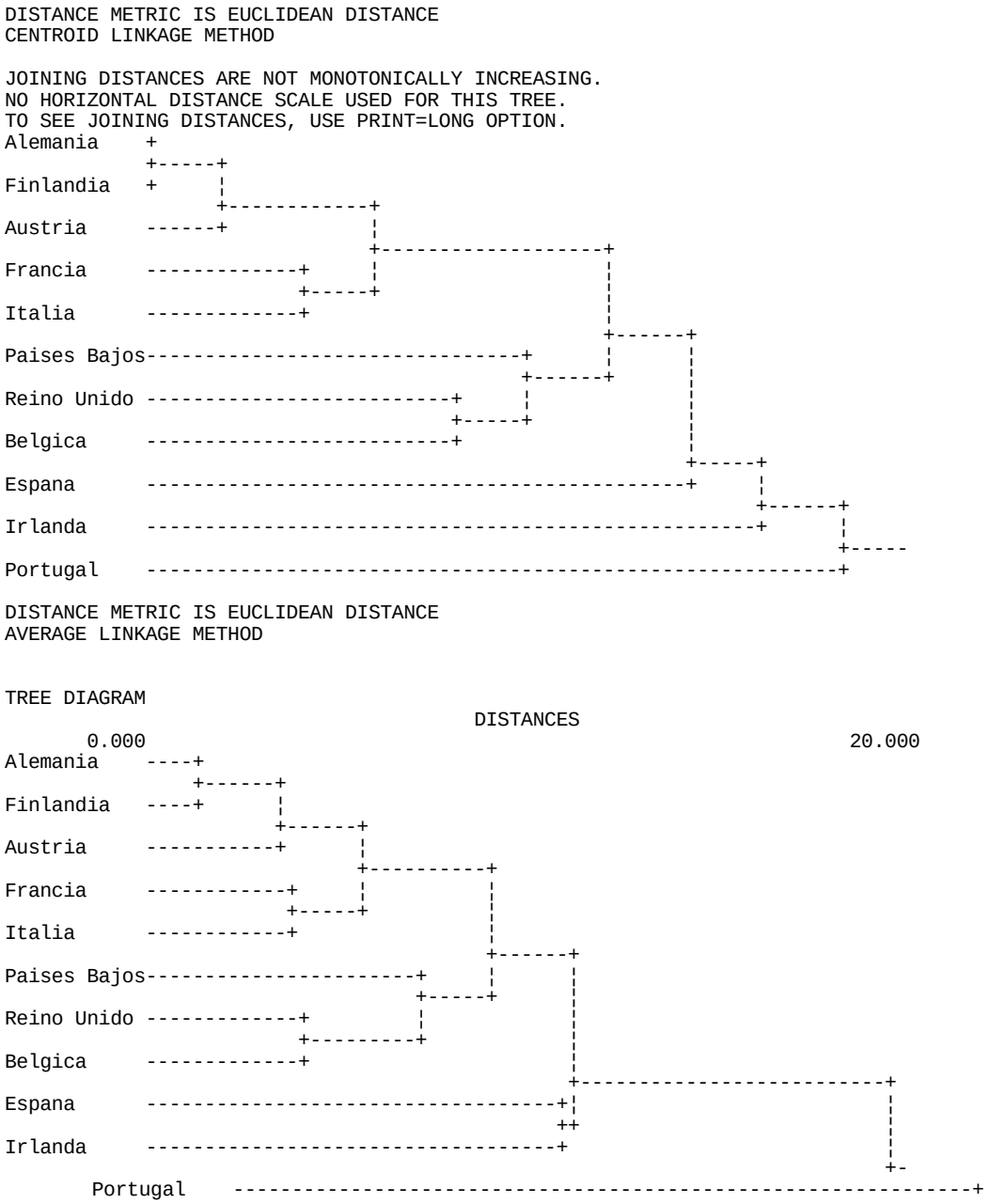
GRUPOS DE PAÍSES SEGÚN EVOLUCIÓN DE SUS PATRONES DE PAGO DURANTE EL PERIODO 1989-1997



APÉNDICE 2 (CONTINUACIÓN)

FIGURA 5.8

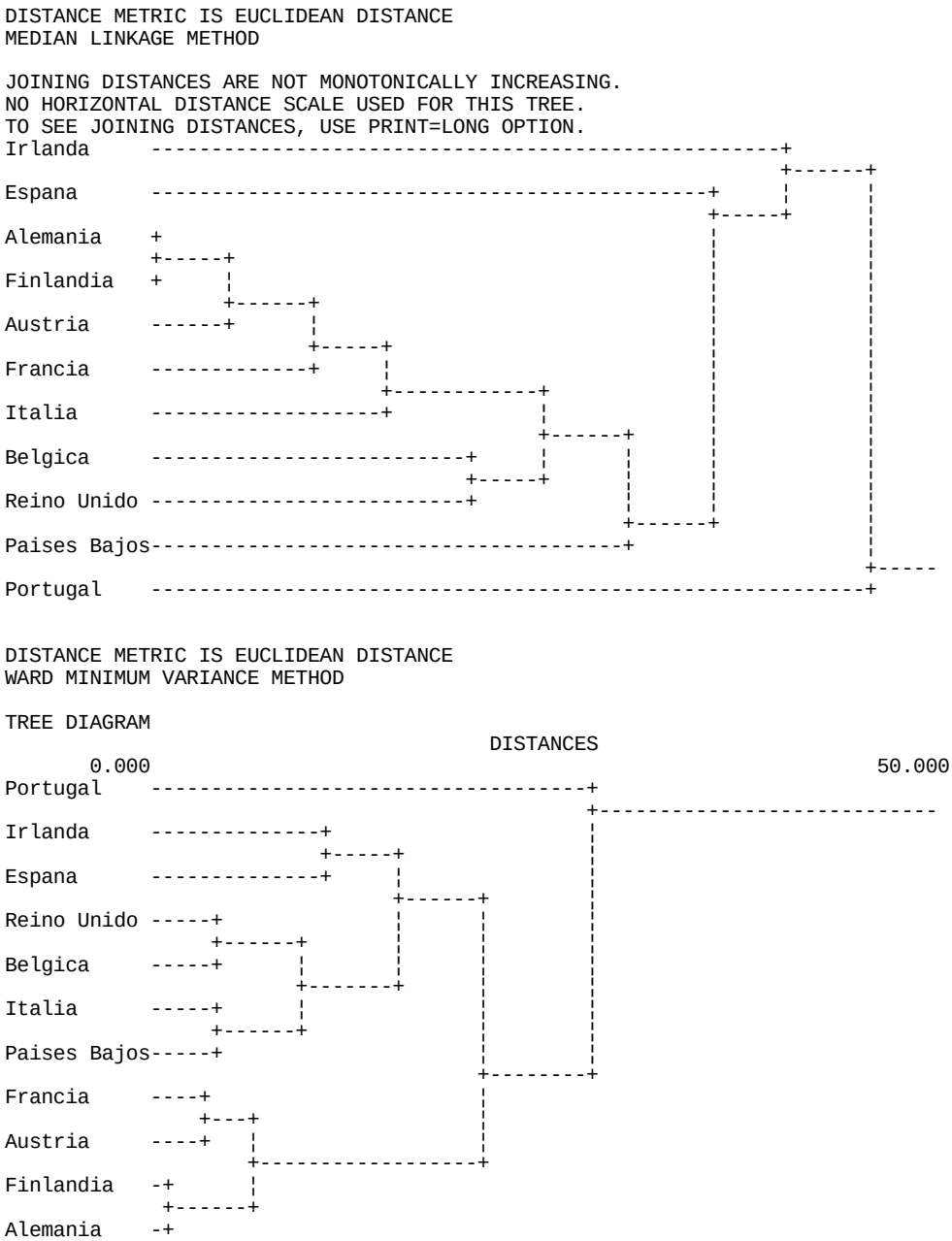
GRUPOS DE PAÍSES SEGÚN EVOLUCIÓN DE SUS PATRONES DE PAGO DURANTE EL PERIODO 1989-1997



APÉNDICE 2 (CONCLUSIÓN)

FIGURA 5.8

GRUPOS DE PAÍSES SEGÚN EVOLUCIÓN DE SUS PATRONES DE PAGO DURANTE EL PERIODO 1989-1997



PARTE II

ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

CAPÍTULO 6

ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

CAPÍTULO 6

ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

En el capítulo anterior se ha analizado la situación actual y la evolución reciente del sistema de pago minorista en España y en los principales países desarrollados de nuestro entorno, enfocando dicho análisis, principalmente, desde el lado de la demanda de los servicios de pago ofertados por el sistema. Ello nos ha permitido detectar, mediante un análisis comparativo, algunas de las peculiaridades que lo definen en nuestro país.

A continuación nos cuestionamos si dichas características que, sin duda, han afectado al uso del conjunto de instrumentos de pago ofrecidos por el sistema bancario español y, como consecuencia, también a la utilización de las tarjetas bancarias, son suficientes para justificar por sí solas el estado de infrautilización de estas últimas o si, por el contrario, existen razones adicionales vinculadas al comportamiento específico de la oferta y la demanda de estos instrumentos en el mercado español.

6.1. DOTACIÓN DE LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS

6.1.1. DOTACIÓN DE SISTEMAS DE AUTOSERVICIO BANCARIOS

Un factor que, en gran medida, condiciona la extensión del uso de las tarjetas de pago bancarias es la previa existencia de una infraestructura adecuada que canalice los servicios que ofrecen. Bien es cierto que estos

instrumentos pueden desempeñar sus funciones como medio de pago haciendo uso de idénticos canales a los utilizados por otras formas de pago "cara a cara"[1], como el cheque. Sin embargo, el disfrute pleno de las ventajas añadidas de su uso con relación al de otros instrumentos alternativos -mayor cercanía al cliente, ahorros de costes de explotación de las entidades, rapidez en las transacciones, seguridad, etc.- y la posibilidad de añadir otras nuevas en un futuro requieren de su utilización conjunta con sistemas que basan su funcionamiento en la teleinformática. Como consecuencia de ello, la apuesta de los distintos sistemas de pago de los países desarrollados por una amplia dotación de CA y TPV constituye un factor fundamental para explicar la situación actual y el potencial desarrollo de estos instrumentos.

En este primer apartado, nos centramos en el análisis comparativo de la dotación de estos sistemas de autoservicio bancario en nuestro país, en relación con la existente en aquellos que conforman nuestro entorno más cercano, al objeto de detectar posibles diferencias y, en caso de existir éstas, poner de manifiesto sus principales causas.

6.1.1.1. CAJEROS AUTOMÁTICOS (CA)

6.1.1.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL PARQUE DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN ESPAÑA

La introducción de los primeros dispensadores de efectivo en España comenzó a principios de la década de los setenta. Los bancos fueron los pioneros en la incorporación de estos sistemas de autoservicio en 1972, seguido dos años más tarde por las cajas de ahorros[2]. Sin embargo, pese a

[1] Esta canalización de los servicios con tarjetas podría realizarse a través de las tradicionales sucursales bancarias (para cumplir con sus funciones de reintegro de efectivo) o en los establecimientos comerciales mediante sistemas no electrónicos como son las obsoletas "bacaladeras" (para cumplir con sus funciones de medio de pago).

[2] Una de las primeras entidades en adoptar los CA, tal y como los conocemos hoy en día, fue la Caja de Ahorros de Navarra a través de la puesta en funcionamiento el día 13 de octubre

esta introducción más tardía, han sido estas últimas entidades las que con mayor rapidez difundieron estos métodos de acceso al efectivo, de forma que en 1983 el 88 por 100 de las cajas de ahorros ya los habían adoptado, frente a sólo un 59 por 100 en el caso de los bancos (Polo, 1986, pp. 2722-2729; 1988, pp. 136-144; 1989, pp. 215-226; Martínez y Cisnero, 1992).

Inicialmente, las entidades bancarias estaban obligadas a instalar sus CA en el exterior de sus propias oficinas. No fue hasta 1977 cuando el Banco de España acordó autorizar a bancos y cajas de ahorros para el establecimiento de estos terminales en locales distintos de aquellos en los que se encontraban las oficinas, pero con la limitación de que consumirían la misma capacidad de expansión que una oficina abierta al público en la misma plaza. Tras el establecimiento de la libertad de apertura de oficinas, a través del RD 1370/1985 de 1 de agosto, quedaría sin efecto la citada restricción, de forma que las entidades bancarias adquirían a partir de entonces la libertad para la instalación de estos sistemas en cualquier lugar diferente al de la oficina bancaria.

Diversos avances reglamentarios y acuerdos entre entidades, celebrados a principio de los ochenta, lograron dar el empuje necesario para la extensión de estos aparatos. Entre ellos cabe destacar la aprobación del Reglamento de la Red Nacional de CA, mediante la circular de la CECA número 274/81 de 6 de julio, a través de la cual las cajas de ahorros acordaban la creación de una red de CA totalmente homogeneizados para uso indistinto por los clientes de cualquier caja confederada. Dos años después, en 1983, se firmaba un acuerdo internacional por parte de las entidades adheridas a *Visa* al objeto de compartir todos sus cajeros, a la vez que se incrementaban las medidas de seguridad en el uso de estos sistemas, mediante la utilización del NIP para la realización de operaciones (Fernández, 1995b, p. 424).

de 1981 de un sistema de CA para una tarjeta de débito propia (tarjeta CLAVE) que conectaba en tiempo real y de forma permanente al ordenador central de la caja (Uranga, 1985, p. 28; Fernández, 1995b, p. 424).

Junto a los anteriores progresos, la diseminada red española de sucursales bancarias sentaba las bases idóneas para la extensión de estos sistemas de autoservicio bancarios. Efectivamente, la importante política de apertura de oficinas, utilizada desde principios de los setenta por bancos y cajas de ahorros españoles como elemento clave de sus estrategias competitivas, ha llevado a nuestro país a tener en la actualidad una de las redes más densas de sucursales en el ámbito mundial[3]. Esta estructura diferencial de nuestro sistema bancario puede explicar en gran medida la importante difusión de CA (IME, 1996, p. 186), así como de los instrumentos indispensables para accionar estos dispositivos, esto es, las tarjetas de débito bancarias.

En el cuadro 6.1 se refleja claramente el esfuerzo realizado por las entidades de depósito, principalmente cajas de ahorros, hasta finales de la década de los ochenta en lo que se refiere a la dotación de nuestro parque de CA, con una tasa media de crecimiento superior al 36 por 100 en el período comprendido entre los años 1986 y 1989. Tras esta rápida difusión, a partir de 1990, año en el que España ya poseía una dotación per cápita de terminales no superada por ningún otro país de la UE, se produce una ralentización de su crecimiento, con una tasa promedio que descendió hasta el 16,23 por 100.

CUADRO 6.1

INCREMENTO INTERANUAL DEL NÚMERO DE CAJEROS AUTOMÁTICOS DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS ESPAÑOLES, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90	1990-91
Cajas	29,64	41,76	39,29	20,81	17,55
Bancos	40,46	33,80	20,69	34,95	13,35
Total	33,25	38,96	32,99	25,16	16,16

Fuente: Anuarios estadísticos de Banca Española y Cajas de Ahorros. Elaboración propia.

[3] Tras años de limitaciones en la expansión de la red de oficinas de las entidades bancarias, las medidas liberalizadoras de 1974 dieron como resultado una espectacular expansión de éstas en nuestro país. Ello fue debido a que las limitaciones legales para la captación de depósitos vía tipos de interés presionó la búsqueda por parte de las entidades de estrategias competitivas alternativas "no basadas en precio". En este sentido, la expansión territorial de las redes de sucursales ofrecía un instrumento sustitutivo de los tipos de interés para la captación de pasivo (Fanjul y Maravall, 1985, pp. 91-92).

CUADRO 6.1 (CONTINUACIÓN)

INCREMENTO INTERANUAL DEL NÚMERO DE CAJEROS AUTOMÁTICOS DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS ESPAÑOLES, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97
Cajas	10,68	8,78	5,99	8,08	2,47	12,39
Bancos	20,49	15,76	6,80	22,65	29,48	18,23
Total	13,85	11,17	6,28	13,29	12,93	14,99

Fuente: Anuarios estadísticos de Banca Española y Cajas de Ahorros. Elaboración propia.

La distribución del parque de CA entre las distintas comunidades autónomas españolas se muestra en el cuadro 6.2. De él se infiere que las diferencias en dotación per cápita de CA entre comunidades autónomas son importantes, de forma que hay algunas de ellas, como la Comunidad Foral de Navarra (13 CA por 10.000 habitantes) o Baleares (13), que llegan, prácticamente, a duplicar el número de CA ofrecidos a la población de otras comunidades, tales como Castilla la Mancha (6), Extremadura (7), Andalucía (7), Región de Murcia (7) o Galicia (7). Sin embargo, la reducida relación de CA por oficina que muestran algunas de estas últimas, especialmente Castilla la Mancha[4](0,57) y Extremadura (0,64), refleja el importante potencial de crecimiento con el que todavía cuentan estas regiones.

Profundizando aún más en la distribución de CA en el territorio español, cabría preguntarse si la población de las grandes capitales y la perteneciente a otros municipios con menor número de habitantes tienen acceso a similar número de CA o si, por el contrario, éstos se concentran en las grandes urbes, discriminando de manera importante a la población situada, por ejemplo, en las zonas rurales. Para responder a esta pregunta se ha realizado un análisis exploratorio en el cual se ha estudiado la distribución de más de 4.448 CA[5]

[4] El valor de dicha relación es de 0,57, lo que significa que, en promedio, poco más de la mitad de las sucursales bancarias cuentan con CA.

[5] De acuerdo con *Visa España*, el conjunto de provincias andaluzas acaparaba un total de 4.783 CA. Este dato no concuerda con la información que la misma compañía suministra sobre la ubicación de CA por localidades. En cualquier caso, el número de CA aquí considerado representa más del 93 por 100 del total instalado en Andalucía.

CUADRO 6.2

DISTRIBUCIÓN DE CAJEROS AUTOMATIVOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, 1998

COMUNIDAD	CAJEROS	POBLACIÓN	OFICINAS	CAJEROS POR 10.000 HABITANTES	CAJEROS POR SUCURSAL
Andalucía	4.783	7.234.873	5.344	7	0,90
Región de Murcia	796	1.097.249	981	7	0,81
Extremadura	702	1.070.244	1.105	7	0,64
Castilla la Mancha	1.054	1.712.529	1.854	6	0,57
Comunidad de Madrid	4.589	5.022.289	4.517	9	1,02
Castilla León	1.966	2.508.496	2.989	8	0,66
Aragón	1.088	1.187.546	1.637	9	0,66
Comunidad Valenciana	3.327	4.009.329	4.134	8	0,80
Cataluña	7.416	6.090.040	7.323	12	1,01
Navarra	669	520.574	752	13	0,89
La Rioja	256	264.941	410	10	0,62
Cantabria	466	527.437	504	9	0,92
País Vasco	1.978	2.098.055	1.720	9	1,15
Asturias	891	1.087.885	888	8	1,00
Baleares	1.011	760.379	1.013	13	1,00
Galicia	1.789	2.742.622	2.487	7	0,72
Canarias	1.339	1.606.534	1.023	8	1,31
TOTALES	**34.120**	**39.541.022**	**38.681**	**9**	**0,88**

Fuente: INE (*www.ine.es*), *Visa España* (*http//:www.Visa.es*), Boletín Estadístico del Banco de España. Elaboración propia.

CUADRO 6.3

DISTRIBUCIÓN DE CAJEROS AUTOMÁTICOS ENTRE LA POBLACIÓN ANDALUZA, 1998

NÚMERO DE CAJEROS POR 10.000 HABITANTES	NÚMERO DE HABITANTES	NÚMERO DE HABITANTES ACUMULADOS	NÚMERO HABITANTES ACUMULADOS (%)	NÚMERO DE CA	NÚMERO DE CA ACUMULADO	NÚMERO DE CA ACUMULADOS (%)
Menor o igual que 1	413.293	413.293	5,7	0	0	0,0
Mayor que 1 y menor o igual que 3	325.204	738.497	10,2	76	76	1,7
Mayor que 3 y menor o igual que 5	1.713.882	2.452.379	33,9	716	792	17,8
Mayor que 5 y menor o igual que 7	2.308.499	4.760.878	65,8	1.387	2.179	49,0
Mayor que 7 y menor o igual que 10	2.096.565	6.857.443	94,8	1.789	3.968	89,2
Mayor que 10 y menor o igual que 15	369.230	7.226.673	99,9	465	4.433	99,7
Mayor que 15 y menor o igual que 20	6.336	7.233.009	100,0	10	4.443	99,9
Mayor que 20	1.864	7.234.873	100,0	5	4.448	100,0

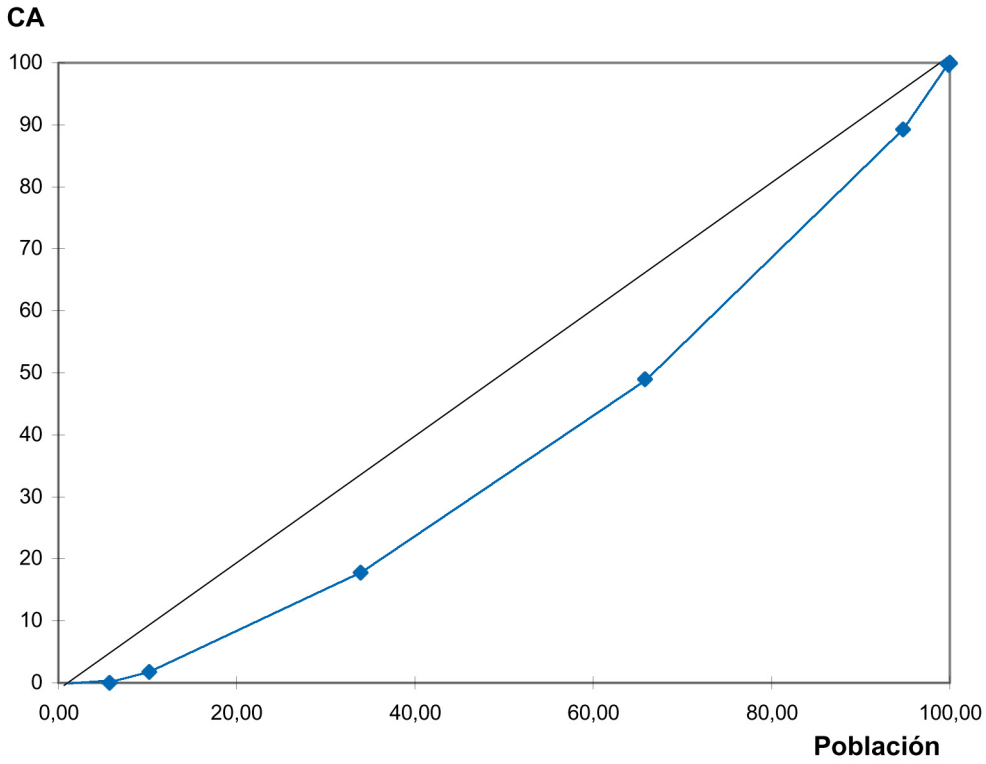
Fuente: INE (*www.ine.es*), *Visa España* (*http//:www.Visa.es*), Boletín Estadístico del Banco de España. Elaboración propia.

entre un total de 770 municipios pertenecientes a las ocho provincias andaluzas, siendo los resultados los que se muestran en el cuadro 6.3 y en la figura 6.1.

Pese a que aproximadamente un 6 por 100 de la población no tiene acceso a ningún CA en su municipio, en líneas generales existe poca concentración en la ubicación de estos terminales. De este modo, el "Índice de Gini" asociado a tal distribución alcanza un valor próximo a cero (0,13), que nos indica un reparto bastante equitativo de los CA entre la población. Otras medidas de la concentración, como es la "Curva de Lorenz", nos llevan a idénticas conclusiones, tal y como se deduce de la cercanía de la curva de concentración a la diagonal del cuadrado.

FIGURA 6.1

DISTRIBUCIÓN DE CAJEROS AUTOMÁTICOS ENTRE LA POBLACIÓN ANDALUZA, 1998 (CURVA DE LORENZ)



Fuente: INE, *Vi a E paña* (*http//:www.Vi a.e*), Boletín Estadístico del Banco de España. Elaboración propia.

Han sido tres las entidades gestoras de medios de pago[6] que han logrado facilitar, a través de la cooperación entre sus entidades asociadas, la difusión de CA y de TPV en España[7]: El sistema *6000*, promovido por la CECA y que lanzó la tarjeta *6000* en 1972, administra un programa de tarjetas de débito y crédito bajo la marca *6000*, a la que pertenecen todas las cajas de ahorros; el sistema *4B*, creado en 1975 por el Banco Central, Banco Hispano Americano, Banco Español de Crédito y Banco de Santander, tiene por objeto administrar el programa de débito y la red de cajeros que operan bajo la marca *4B*, a la vez que las tarjetas de crédito *Visa* y *Eurocard* emitidas por sus entidades; y la Sociedad Española de Medios de Pago (*SEMP)* creada en 1985 administra tres sociedades: *Visa España*, *Servired* y *Eurocard* España, así como una cuarta sociedad de proceso que opera bajo el nombre de *SERMEPA*. *Visa España* administra las tarjetas con marca *Visa* emitidas por bancos, cajas de ahorros, cajas rurales y cooperativas de crédito que no se encuentran encuadrados en el sistema *4B*; *Servired* es una sociedad encargada de gestionar un programa de tarjetas de débito y una red de cajeros que operan bajo el mismo nombre que la sociedad, gestionada por la *SEMP*; *Eurocard* España gestiona la emisión de tarjetas bajo la marca *Mastercard* por parte de sus entidades asociadas; y, por último, *SERMEPA* está encargada de administrar los TPV, CA, las transacciones de autorización y las transacciones de cooperación, actuando como un gran nudo informático de comunicaciones que permite la interconexión con otras redes nacionales e internacionales de

[6] Cabe señalar que existen, además, otras redes de CA que son ajenas a las redes nacionales, aunque mantienen acuerdos de "interoperatividad" con estas últimas. Éstas son las pertenecientes a las siguientes entidades: La Caixa, Ibercaja, BBK y Caja España.

[7] Respecto a algunas de las características de nuestros sistemas de tarjetas con relación a los existentes en otros países, IBM (1992, pp. 34-35) destaca tres de ellas: 1) España, es, quizás, el único país donde dos organizaciones son "licenciatarias" a la vez de las marcas *Visa* y de *Eurocard*/*Mastercard*, de tal forma que existen emisores de una misma tarjeta que pertenecen a organizaciones diferentes (por ejemplo, las tarjetas de marca *Visa* son emitidas por entidades pertenecientes tanto al sistema *4B* como a *Visa España*); 2) Los miembros de *Eurocard* son miembros de *Visa España*. Así, a diferencia de lo que sucede en la mayoría de las emisoras extranjeras, se puede solicitar a un banco al menos dos tipos de tarjetas; 3) La *SEMP* no sólo actúa como central de autorizaciones y foro de intercambios de ideas y resolución de conflictos entre sus miembros, sino que ha creado su propia tarjeta, *Servired*, asociada a una red de cajeros propia.

CA y TPV [8] (Merigó y Gabeiras, 1993, p. 217; ISTPB, 1992, tomo I, p. 266, tomo III, pp. 511 y 532; Carenys, 1989, p. 395; IBM, 1992, pp. 34-35).

En lo que se refiere al funcionamiento del sistema español de tarjetas de pago, en la figura 6.2 se reflejan las interconexiones básicas existentes entre las tres gestoras nacionales.

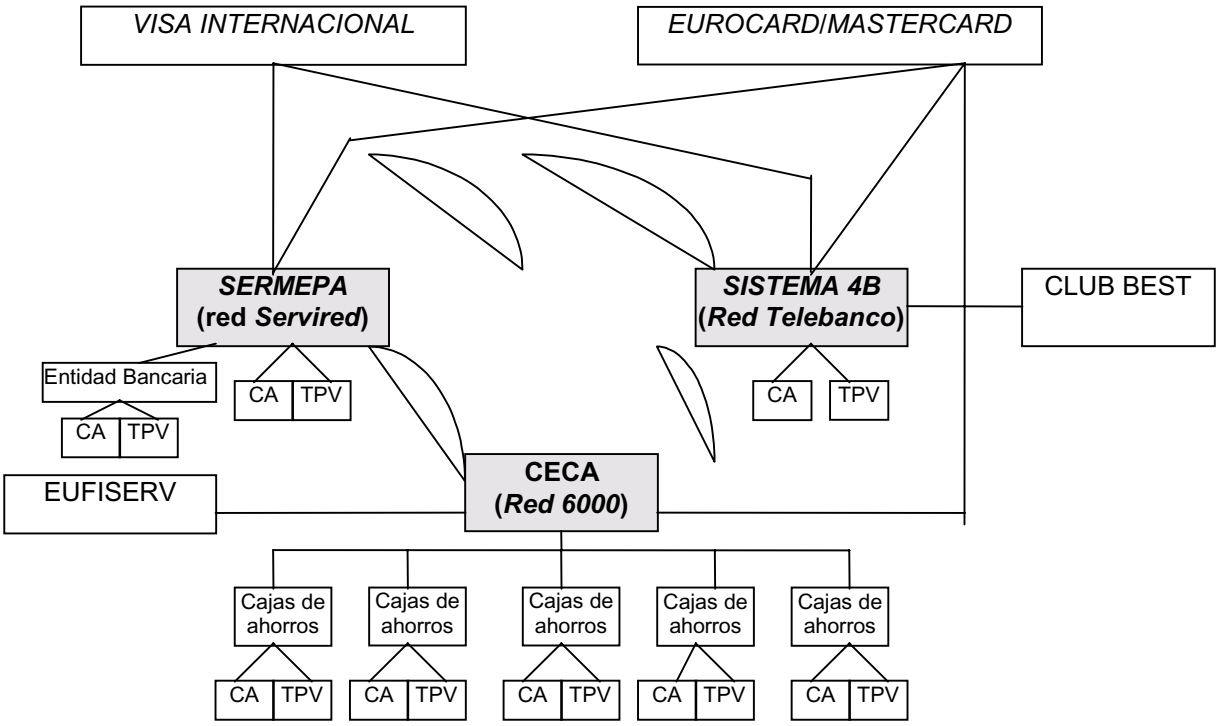
El funcionamiento de las tres redes es bastante distinto (Ausbanc, 1996, pp. 11-24; 1998, pp. 42-56). De este modo, la red *6000* puede considerarse una red de redes, en el sentido de que cada caja de ahorros tiene su propia red que, a su vez, está conectada con la CECA, interviniendo esta última entidad únicamente para operaciones de intercambio, esto es, para las que son efectuadas desde CA o TPV de una caja o banco diferente a la entidad que emitió la tarjeta. El resto de operaciones son resueltas en la red local de cada caja de ahorros. El sistema anterior es muy distinto al que mantiene el sistema *4B*, ya que en este último los CA y TPV de los bancos socios tienen conexión directa con el sistema. Por último, *Servired* es un sistema que combina los dos anteriores, de forma que algunas entidades tienen sus propias redes que, a su vez, están conectadas con *Servired*, mientras que otras mantienen sus CA y TPV conectados directamente a esta última red.

Ha sido la primera de las tres redes señaladas, la perteneciente a la CECA, la que ha desempeñado un papel más importante en la difusión de CA en el mercado español, con una dotación de máquinas (18.391) que en 1997

[8] Tanto *4B* como *Visa España* son socios principales (*group member*) de *Visa Internacional*, lo que les permite utilizar el nombre y marca comercial de *Visa Internacional* para la implantación y administración de los programas de tarjetas de débito, crédito y monederos electrónicos. Por otro lado, las tres sociedades emisoras de *Mastercard* están presentes en *Europay* España (socio a su vez de *Europay* Internacional), sociedad que representa, además, un foro de debate donde se tratan problemas comunes (por ejemplo de seguridad) y sirve de punto de coordinación de las relaciones internacionales con *Europay* Internacional. Al margen de su pertenencia a *Europay* España, en 1996 tanto *4B* como la CECA firmaron un acuerdo con *Europay* Internacional al objeto de internacionalizar sus respectivas tarjetas de débito mediante la incorporación de la marca internacional *Maestro* y *Mastercard* (véase al respecto revista Ejecutivos, nº 6, marzo de 1998, pp. 54-61).

FIGURA 6.2

CONEXIONES BÁSICAS ENTRE SISTEMAS ESPAÑOLES DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS



Nota: el denominado *Club Best* está compuesto por las redes de CA y TPV de Portugal, Andorra, Reino Unido, Italia, Bélgica e Irlanda.
Fuente: Ausbanc (1996, pp. 11-24; 1998, pp. 42-56). Elaboración propia.

superaba las poseídas por las otras dos redes conjuntamente (15.791). De esta forma, en 1997, las cajas de ahorros españolas a través de la red *6000* acaparaban en torno al 54 por 100 de los CA existentes en nuestro país. Este dominio del mercado ha sido permanente durante la última década, gracias al mantenimiento de una tasa de crecimiento positiva del parque de máquinas. No obstante, en doce años la CECA ha perdido una cuota de participación de 13 puntos porcentuales, los cuales han sido compensados prácticamente en su totalidad por la red *Servired*, mientras que la red *Telebanco* ha mantenido prácticamente invariable su importancia relativa en el mercado (cuadro 6.4).

CUADRO 6.4

EVOLUCIÓN DE CUOTAS DE MERCADO POR REDES DE CAJEROS AUTOMÁTICOS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**
Servired	10,82	11,83	13,45	13,33	14,29	14,14
Red 6000	66,67	64,86	66,17	69,31	65,71	65,17
Telebanco	22,51	23,31	20,39	17,36	20,00	20,69
Total España	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Información facilitada por la SEMP. Elaboración propia.

CUADRO 6.4 (CONTINUACIÓN)

EVOLUCIÓN CUOTA DE MERCADO POR REDES DE CAJEROS AUTOMÁTICOS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
Servired	15,60	16,85	16,63	19,67	21,51	21,47
Red 6000	62,26	60,14	60,49	56,39	54,84	53,80
Telebanco	22,15	23,00	22,88	23,94	23,65	24,72
Total España	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

En lo que se refiere a las características diferenciadoras de nuestro parque de CA en relación con las de los países de nuestro entorno, en las que se profundizará en el siguiente apartado, pueden sintetizarse en las siguientes (Merigó y Gabeiras, 1993, pp. 217-219):

- Nuestro sistema está altamente tecnificado. Tenemos una de las mayores dotaciones de CA y TPV a nivel mundial funcionando *on-line*, fruto de la elección de esta solución desde principio de los ochenta, lo que ha permitido a nuestras entidades financieras abonar prácticamente al instante las transacciones realizadas a través de tarjetas en dichos terminales y controlar, de este modo, el riesgo de fraudes e impagados.

- El resultado ha sido que, hoy en día, nuestro sistema de pago con tarjetas cuenta con uno de los niveles de fraude más reducidos a nivel mundial. Así, de acuerdo con el informe anual de *SEMP*/*SERMEPA* de 1994, a principio de los noventa, mientras que el porcentaje de fraude sobre el volumen de venta estaba cercano al 0,2 por 100 en el ámbito mundial, en España se encontraba próximo al 0,02 por 100.

- El sistema español no es un sistema "cartelizado", sino que existen tres sociedades de medios de pago con distintos socios, a saber, Sociedad Española de Medios de Pago (*SEMP*), sistema *4B* y el sistema *6000*.

- Existe un altísimo grado de cooperación en lo que se refiere a la aceptación de tarjetas emitidas por distintas entidades.

La "interoperatividad" técnica completa de las tres redes nacionales de CA es actualmente una realidad y ha sido el fruto de un largo y costoso proceso que tuvo sus comienzos a finales de los ochenta[9]. Casi paralelamente, en el ámbito internacional, desde principios de los noventa la CECA y el sistema *4B* comenzaron a negociar acuerdos de "interoperatividad" con países vecinos. Entre ellos cabe destacar la participación de la CECA en el proyecto *CAUCE*, cuya puesta en marcha se inició en 1990 en colaboración con la Agrupación de Cajas de Ahorros Europea, con el propósito de permitir a sus clientes la retirada de efectivo en los cajeros instalados en once países europeos[10]. La sociedad encargada de canalizar internacionalmente las transacciones de *CAUCE* es *Eufiserv*, una sociedad cooperativa con sede en Bruselas[11]. Posteriormente, en 1992, fue firmado un acuerdo de cooperación entre *Eufiserv* y el sistema internacional de pagos *Visa Plus*, mediante el cual ambas redes daban acceso recíproco en sus CA a sus respectivas marcas de tarjetas, dando así un importante paso en la internacionalización de la tarjeta *6000*. Por último, cabe señalar los acuerdos alcanzados por los sistemas *6000* y *4B* con *Europay* durante 1996, a través de los cuales ambas marcas de tarjetas podrían operar en cualquier CA o establecimiento comercial donde estuvieran situados los logotipos *Europay* y *Mastercard*.

[9] Véase, al respecto, la memoria de la CECA de 1989.

[10] Estos once países son Bélgica, Alemania, España, Francia, Italia, Países Bajos, Noruega, Austria, Portugal, Finlandia y Suecia. El número de máquinas aportadas por la CECA a este proyecto suponía en torno al 33 por 100 del total de los 12 países. Las autorizaciones de las transacciones se realizan *on-line* hasta la cuenta del titular.

[11] Véase revista Ahorro, nº 298 de julio de 1995.

6.1.1.1.2. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA DOTACIÓN DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS

El parque de CA existente en los principales países desarrollados de nuestro entorno ha crecido de manera espectacular durante la primera mitad de la década de los noventa. En el conjunto de la UE la tasa de crecimiento de estos sistemas de autoservicio ha alcanzado un valor medio del 281 por 100 en el período 1989-97, duplicando así con creces el número de máquinas per cápita a las que los usuarios europeos podían acceder a principio de dicho período (cuadro 6.5). Cabe destacar, a su vez, la continuidad temporal de dicho crecimiento en, prácticamente, la totalidad de países considerados[12].

Frente a las anteriores notas referidas al conjunto de países, existen importantes divergencias en lo que se refiere a la intensidad con la que dichos sistemas de autoservicio se han implantado en cada uno de ellos. En primer lugar, se observan notables diferencias entre la dotación per cápita promedio de la UE y la existente en el resto de países considerados (Canadá, Japón, Suiza y EE.UU). En estos últimos, el número medio de CA por habitante supera en un 55 por 100 al existente en el conjunto de la UE (figura 6.3). A su vez, el valor promedio correspondiente a la Unión oculta la heterogeneidad existente entre sus Estados miembros. De este modo, la dotación per cápita correspondiente a España (863 CA por millón de habitantes) contrasta con la existente en otros países, como Grecia (209), Dinamarca (253), Suecia (268) o Irlanda (286).

Parecen ser los factores de índole estructural los que mejor explican las diferencias existentes entre países respecto a la extensión del parque de CA en sus respectivos sistemas de pago. En este sentido, un estudio realizado por la consultora *Retail Banking Research Limited* señalaba que el 92,5 por 100 de los CA instalados en 1993 en Europa estaban ubicados en la misma sucursal. Esta

[12] Una excepción la constituye Finlandia, donde la retirada de la circulación de los terminales desfasados dio lugar a una leve reducción en su número durante el período 1994-96 (Lafferty, 1997, p. 65).

CUADRO 6.5

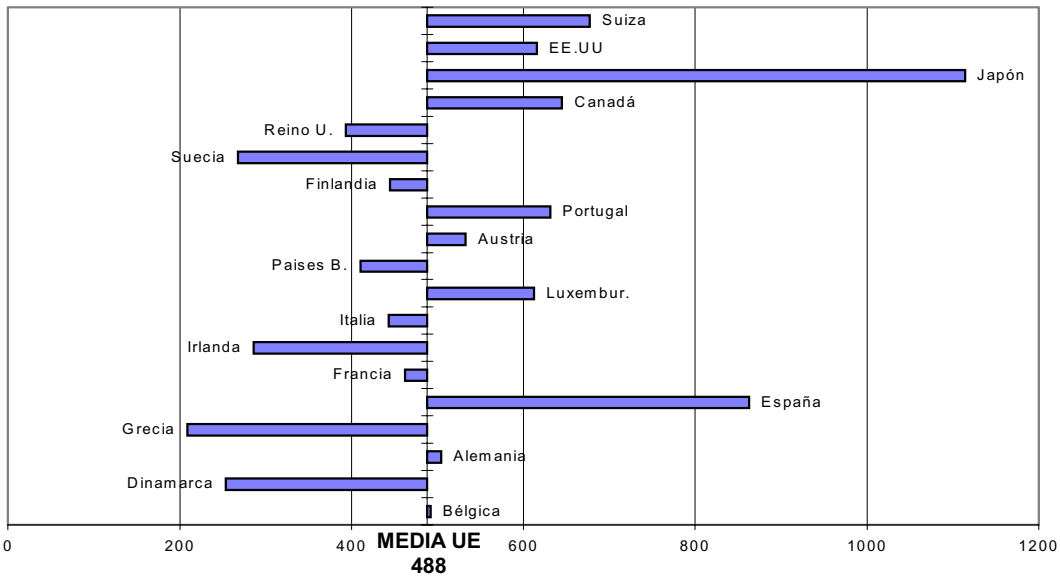
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1989-1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)

Países	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
España	289	360	442	505	557	598	680	775	863
Dinamarca	*s/d*	*s/d*	72	102	108	142	207	239	253
Alemania	117	142	172	236	308	361	438	459	504
Grecia	*s/d*	32	46	68	82	155	129	184	209
Bélgica	91	94	105	109	280	313	360	414	492
Francia	230	254	283	304	325	355	393	420	462
Irlanda	115	152	190	213	220	241	257	292	286
Italia	135	169	200	240	262	321	371	413	444
Luxemburgo	146	200	227	306	294	374	456	537	613
Países Bajos	122	181	223	261	292	325	355	373	410
Austria	*s/d*	204	230	260	320	381	420	478	533
Portugal	53	83	128	197	283	337	372	540	631
Finlandia	*s/d*	*s/d*	*s/d*	578	591	557	474	448	445
Suecia	*s/d*	246	258	254	255	260	266	269	268
Reino Unido	276	296	308	314	321	334	357	376	393
Media UE	**167**	**207**	**239**	**283**	**323**	**362**	**408**	**447**	**488**
Otros países									
Canadá	*345*	*423*	*471*	*512*	*556*	*580*	*595*	*617*	*645*
Japón	*627*	*711*	*795*	*870*	*935*	*978*	*1013*	*1051*	*1114*
EE.UU	*306*	*321*	*330*	*342*	*367*	*418*	*467*	*524*	*616*
Suiza	*292*	*333*	*345*	*384*	*438*	*480*	*532*	*585*	*678*

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

FIGURA 6.3

NÚMERO DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)

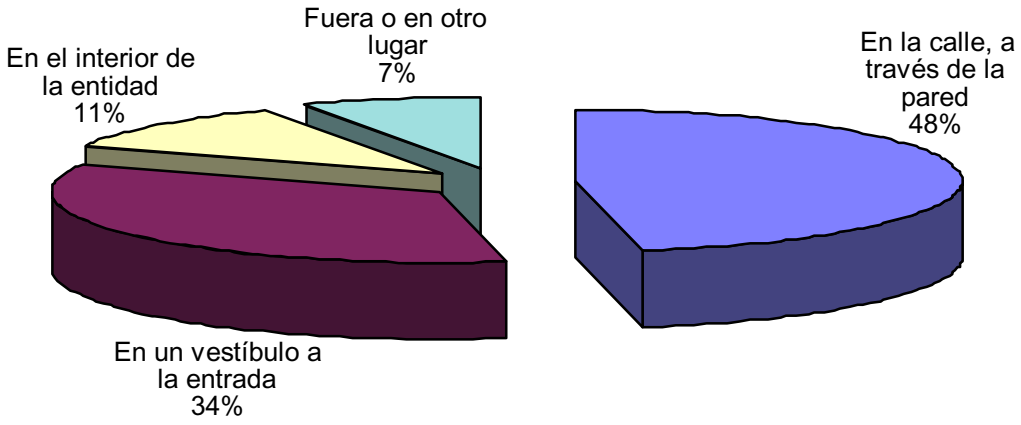


Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

clara preferencia por la oficina bancaria como el lugar físico en el que se ubican los CA sugiere que la extensión de las primeras en cada uno de los países ha condicionado, a su vez, la posterior difusión del parque de máquinas en cada uno de ellos (figura 6.4).

FIGURA 6.4

UBICACIÓN DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS EN EUROPA, 1993



Fuente: Retail Banking Research (1994, p. 13). Elaboración propia.

La correlación positiva existente entre el número de sucursales bancarias y el de CA instalados en la mayoría de países de la UE[13] -salvo por razones concretas en Bélgica, Dinamarca, Alemania y Luxemburgo[14]- indica que el

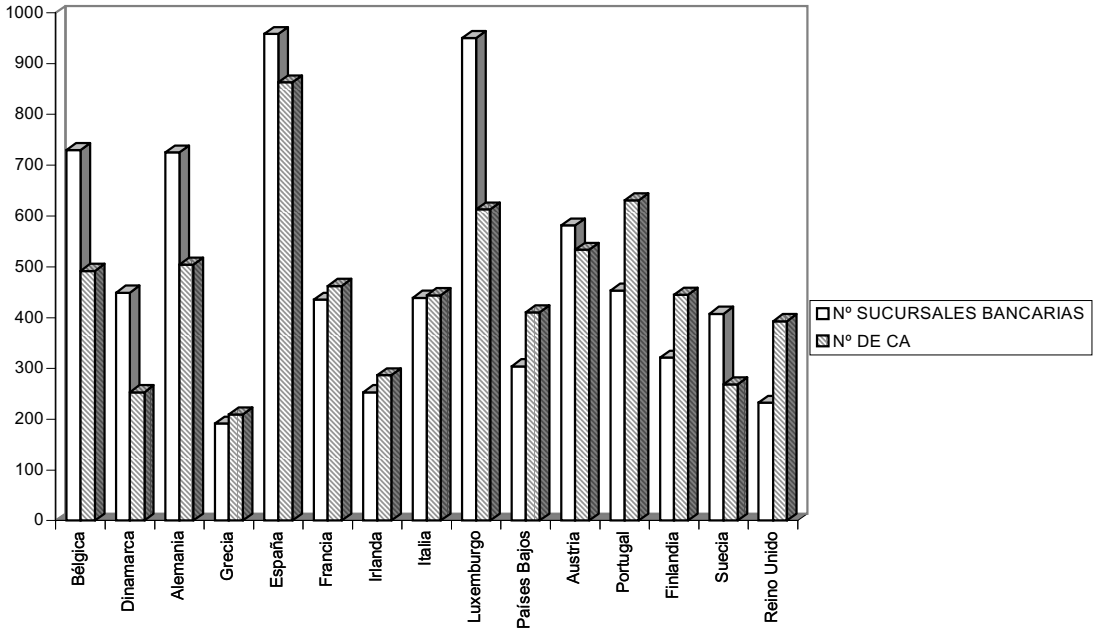
[13] El coeficiente de correlación de Pearson aplicado a ambas variables refleja una correlación positiva, con un valor que asciende, con datos de 1997, a 0,77 para el conjunto de países de la UE.

[14] En Bélgica, la reducida red de CA se debe, principalmente, a la lentitud con la que la compañía *Banksys*, de la que las entidades bancarias son simples accionistas y que gestiona la red de dispensadores de efectivo en nombre de éstos, ha extendido estos sistemas en el sistema de pago belga. El crecimiento entre 1991 y 1995 del parque de terminales instalados por *Banksys* fue de tan sólo un 17 por 100. Ello ha llevado a los distintos bancos miembros a crear redes propias de CA (*propietary CA*) que gozan de una mayor funcionalidad que los simples dispensadores de efectivo de *Banksys*, pero a los que, generalmente, sólo tienen acceso los clientes del banco propietario; de manera similar, en Dinamarca las entidades bancarias confiaron desde 1983 la responsabilidad de instalación de dispensadores de efectivo a la compañía *Pengeinstitutternes Betalings Systemer* (PBS), creando para este propósito la red de cajeros *DK-Kontanten*. En un intento de incentivar el uso de las tarjetas de débito *Dankort* en la red de TPV instalados en los comercios, esta compañía limitó el número de CA en el sistema. Una vez consolidado el uso de estas tarjetas en los pagos en comercios las entidades bancarias decidieron abandonar la red conjunta de cajeros en 1993. A partir de entonces se produjo un amplio despliegue de CA con una tasa de crecimiento en su número entre 1993-

parque de CA ha heredado parte de las características estructurales de la red bancaria existente en cada uno de aquellos (figura 6.5).

FIGURA 6.5

NÚMERO DE SUCURSALES Y CAJEROS AUTOMÁTICOS EN PAÍSES DE LA UE, 1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)



Fuente: BCE (1999). Elaboración propia.

Apoyan la hipótesis anterior los resultados de un estudio llevado a cabo por Saloner y Shepard (1991), al objeto de identificar cuáles son los determinantes de una adopción precoz de CA por parte de las entidades bancarias. Entre ellos se establecía que aquellas que contaban con un mayor número de sucursales y, por lo tanto, poseían mayores posibilidades de extender geográficamente los puntos de accesos a CA y de incrementar el valor de su red[15], tenían una mayor probabilidad de adoptarlos en sus primeros

1996 del 33,66 por 100; en Alemania, la introducción de CA ha sido muy lenta debido a la opinión generalizada entre las entidades bancarias de que los *Eurocheques* cumplían suficientemente bien las necesidades de sus clientes respecto a los reintegros de efectivo (Lafferty, 1997, pp. 38, 50, 107; IME, 1996, pp. 14-15, 58-59, 97-98).

[15] De acuerdo con Saloner y Shepard (1991, p. 16) los bancos tienden a reemplazar sus CA en las sucursales por diversas razones, como son las derivadas de los menores costes que lleva consigo su instalación y mantenimiento en el mismo local de las sucursales bancarias o

años de existencia. Esta probabilidad era superior que las de aquellas que contaban con un mayor número de depósitos y que, por lo tanto, podrían esperar mayores economías de escala en la utilización de tales sistemas, lo que significa, según Saloner y Shepard, que el efecto red predomina sobre las economías de escala como factor determinante en la adopción de CA. En definitiva, se vuelve a poner de manifiesto la influencia que tienen las características estructurales de la red de sucursales bancarias sobre la difusión y extensión de los CA.

Cabe puntualizar que no necesariamente una mayor densidad de CA por habitante de un país respecto a otro implica que el primero de ellos ofrezca a sus titulares de tarjetas mayores puntos de acceso al sistema de pago, sino que esto último va a depender, también, de los acuerdos de cooperación existentes entre las distintas redes domésticas de CA, en caso de que éstas sean múltiples. Éstas son gestionadas, en casi todos los países, por entidades independientes de las que son propietarias las mismas entidades bancarias y cuya misión principal suele ser la de gestionar y centralizar el procesamiento de las transacciones realizadas a través de tarjetas. Sin embargo, en algunos casos, las funciones delegadas a estas empresas se han extendido a las de emisión de tarjetas, instalación de CA y TPV o a las de "adquisición"[16] de comercios en nombre de las propias entidades, dando lugar a verdaderos monopolios en la comercialización de determinadas marcas de tarjetas. Tal situación se ha presentado en algún momento en países como Finlandia, Alemania o Dinamarca[17].

porque los consumidores pueden sentirse acogidos por la proximidad de la sucursal, debido a la asistencia que se le presta en caso de problemas.

[16] La actividad de "adquisición de comercios" se refiere a aquella por la cual una entidad financiera ("entidad adquirente"), bien directamente o bien a través de un representante suyo, negocia con los establecimientos comerciales ("aceptantes") la admisión de un sistema de tarjeta, asume la deuda y la obligación de liquidarles las operaciones (Barutel, 1997, p. 246).

[17] A modo de ejemplo, en Finlandia la compañía *Luottokunta* gestiona todo el negocio de *Visa* en este país, desde la emisión de las tarjetas hasta la adquisición de comercios en nombre de sus bancos miembros, mientras *Eurocard Finland* juega el mismo papel, pero para las tarjetas de marca *Eurocard*/*Mastercard*; de manera similar, la compañía *GZS* ha monopolizado en Alemania, hasta finales de la década de los ochenta, todos los aspectos relacionados con el negocio de

De acuerdo con el IME (1998), en seis de los quince países de la UE es una sola red la que gestiona el parque de CA doméstico (cuadro 6.6). En el resto, pese a que se tiende a la unificación de las distintas redes existentes, su número varía entre dos y quince, obedeciendo su multiplicidad, generalmente, al hecho de acoger en su seno a grupos de entidades distintas (cajas de ahorros, bancos, cooperativas de crédito, compañías postales, etc.)[18].

Como se ha señalado anteriormente, la concurrencia de múltiples redes en el sistema de pago doméstico obliga a realizar acuerdos expresos entre éstas, al objeto de permitir la utilización recíproca de los CA por los clientes de sus respectivas entidades bancarias adheridas. Sin embargo, existen aún países en los que no se han llegado a alcanzar. Éste no es el caso de España, donde desde principios de los noventa cualquier titular de tarjeta puede utilizarla en la totalidad de CA del país, independientemente de la red o del banco emisor; pero sí lo es en otros países, entre los que caben destacar los siguientes (*Retail Banking Research Limited*, 1993; IME, 1996, p. 278; Lafferty, 1997, pp. 38, 146-147, 161, 241, 169-170):

- Bélgica: la existencia de redes privadas de CA gestionadas por las entidades propietarias de éstas tienen limitado el acceso a sus propios clientes. El número de cajeros que forman parte de estas redes privadas suponía en 1996 el 73 por 100 del total de terminales instalados en el país.

Eurocard, emitiendo tarjetas y adquiriendo comercios en nombre de sus bancos miembros; en Dinamarca, la mayoría de las tarjetas de crédito son emitidas de forma colectiva por *Eurocard Danmark*. Además, la responsabilidad de instalación y difusión de dispensadores de efectivo en el país fue confiada en 1983 a la compañía, ya desaparecida, *PBS*; otros casos parecidos pueden encontrarse en Austria, Bélgica o Países Bajos (Lafferty, 1997, pp. 70, 50 y 106).

[18] Por ejemplo, en Alemania existen cuatro redes distintas que gestionan las transacciones realizadas con las tarjetas emitidas por igual número de grupos de entidades distintas: cajas de ahorros, cooperativas de crédito, bancos comerciales y bancos privados; en Bélgica, la operadora *Banksys* gestionaba el 26,8 por 100 de los CA del país, la compañía de correos gestionaba su propia red y, a su vez, existe una serie de bancos que gestionan redes privadas de CA; en Países Bajos las entidades han delegado la función de gestión a la compañía *Interpay*, mientras que la compañía de correos ha creado su propia red denominada *Postbank*;

CUADRO 6.6

NÚMERO DE REDES DE AUTOSERVICIOS BANCARIOS EN PAÍSES DE LA UE, 1997 (EN UNIDADES)

Países	Número de redes de cajeros automáticos	Número de redes de terminales en puntos de venta
España	3	3
Dinamarca	1	1
Alemania	4	22
Grecia	12	5
Bélgica	15	2
Francia	1	1
Irlanda	3	*s/d*
Italia	1	–
Luxemburgo	2	3
Países Bajos	2	1
Austria	1	1
Portugal	1	1
Finlandia	1	–
Suecia	2	2
Reino Unido	3	3
Total UE	**52**	**42**

Fuente: BCE (1999). Elaboración propia.

- Irlanda: el *AIB Bank* y el *Bank of Ireland* han abierto sus redes privadas a los clientes de pequeños bancos, sociedades de crédito hipotecario y uniones de crédito. A pesar de que las especificaciones técnicas lo permiten, no se han alcanzado acuerdos de "interoperatividad" completa entre todos los CA del país.

- Luxemburgo: el 12,5 por 100 de los CA existentes en 1995 en el país pertenecían a redes privadas gestionadas por los propios bancos y tienen el acceso limitado a sus propios clientes.

- Reino Unido: los acuerdos bilaterales entre bancos para compartir sus terminales no han logrado aún extender la "interoperatividad" entre sistemas al conjunto de CA y TPV existentes en el ámbito nacional.

en España, los bancos gestionan su red de cajeros a través de dos sistemas (sistema *4B* y *Servired*) mientras que las cajas de ahorros lo hacen a través del sistema *6000*.

- Países Bajos: junto a la red gestionada por la organización *Interpay* existe otra dirigida por *Postbank* que únicamente permite el acceso a sus clientes.

De los ejemplos anteriores se deduce que la completa "interoperatividad" técnica alcanzada entre las redes de CA y TPV que operan en España puede considerarse como uno de los rasgos característicos que definen nuestro sistema de pago al por menor. Además, cabe mencionar otra característica adicional referida a la reducida concentración de la propiedad de los CA operantes en nuestro país[19]. Efectivamente, en el cuadro 6.7, donde se recoge para distintos países el porcentaje que el número de máquinas instaladas por las tres principales entidades representa sobre el total del parque existente a nivel nacional, España aparece como aquel que posee un menor grado de concentración.

Por último, cabría hacer referencia a la situación en la que se encuentra el parque de terminales que dan acceso al sistema de pago a las denominadas tarjetas inteligentes. En la mayoría de los casos, los terminales que permiten cargar el saldo almacenado en el *chip* de dichos instrumentos son los CA, que ya daban acceso a las tarjetas de banda magnética, previamente adaptados para tal menester. Existen países, como es el caso de Bélgica, cuyas entidades bancarias han puesto a disposición de sus clientes aparatos especiales, diferentes de los CA y situados en las sucursales bancarias u otros puntos de venta, en los que aquellos pueden recargar sus monederos electrónicos.

[19] A lo largo del presente capítulo se realiza este análisis para algunos de los componentes de los sistemas de pago con tarjetas. De acuerdo con Fanjul y Maravall (1985, pp. 38 y 45), puede entenderse por concentración "… el poder de mercado o el grado de control que ejercen los intermediarios sobre la actividad del sector". En este sentido, la concentración de la propiedad de los principales canales de distribución de los servicios asociados a las tarjetas puede ser un indicativo más del grado de competencia que rige en el sector en cada uno de los países considerados.

CUADRO 6.7

CONCENTRACIÓN DE PROPIEDAD DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN ALGUNOS PAÍSES DE LA UE, 1995

País	Entidades	Número de cajeros autom. (1)	Ratio de concentración (tres primeras entidades)(1)
España (4)	La Caixa	3559	
	BBV	1876	
	Banco Santander	1800	**22%**
Austria (3)	*RZB*	1300	
	Bank Austria	400	
	östorreichische Volksbanken	335	**53%**
Bélgica (3)	*ASLK-CGER Bank*	710	
	Kredietbank	450	
	Crédit Communal de Belgique	436	**52%**
Luxemburgo (2)	*Crédit Européen*	47	
	Banque Interantionales à Luxembourg (IBL)	45	
	Banque Genérale du Luxembourg (BGL)	35	**68%**
Países Bajos (2)	*Rabobank*	1700	
	Postbank	1100	
	ABN AMRO	1250	**71%**
Suecia (2)	*Sparbanken Sverige*	990	
	Nordbanken	535	
	Svenska Handelsbanken	200	**73%**
Finlandia (3)	*Merita*	1350	
	Okobank	650	
	Postipankki	200	**100%**

(1) Estimación.
(2) Datos correspondientes a 1995.
(3) Datos correspondientes a 1996.
(4) Datos correspondientes a 1997.
(5) Los datos de Bélgica se refieren al número CA en redes privadas. Se excluyen las de Banksys.

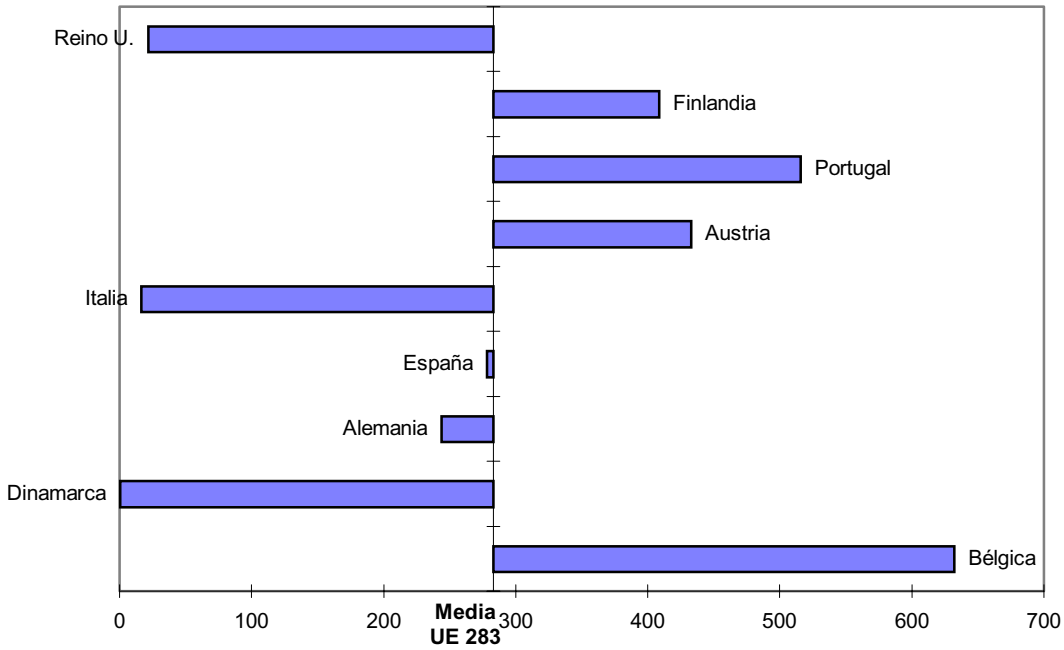
Fuente: Lafferty (1997). Elaboración propia.

En términos absolutos, el mayor número de estos terminales correspondía en 1997 a Alemania (20.000 terminales), seguido de España (10.942). Con relación al número de habitantes (figura 6.6), destaca la amplia dotación de Bélgica y Portugal. El primero de estos países tiene previsto dotar a sus 6,8 millones de tarjetas *Bancontact*/*Mistercash* de *chip*, al objeto de poner a disposición de sus titulares los servicios de pago a través de monedero electrónico. Para dar servicio a estas tarjetas existían en Bélgica a finales de junio de 1997 unos 1.000 CA y cerca de 400 unidades de otros aparatos especiales para recargar los monederos electrónicos. A finales del mismo año

el número total de terminales de carga ascendía a 6.438 unidades. En Portugal, pueden recargarse en cualquier CA de la red *Multibanco* (Lafferty, 1997, p. 41; BCE, 1999). Por su parte, España, pese a que la falta de compatibilidad entre los tres sistemas existentes ha retardado la introducción de estos instrumentos, ocupa un quinto lugar entre los países considerados, con una dotación per cápita próxima a la media comunitaria.

FIGURA 6.6

NÚMERO DE TERMINALES DE CARGA DE MONEDEROS ELECTRÓNICOS EN ALGUNOS PAÍSES DE EUROPA, 1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)



Fuente: BCE (1999). Elaboración propia.

En síntesis, de lo visto en el presente apartado cabe destacar que los parques de CA existentes en los principales países desarrollados han sufrido un espectacular crecimiento durante la primera mitad de los noventa, caracterizado por su continuidad durante todo el período y por la heterogénea intensidad con la que se ha producido en cada uno de los países. Estas diferencias parecen guardar una estrecha relación con la estructura de la red bancaria existente en cada uno de ellos, más que con una supuesta evolución natural de la oferta tendente a satisfacer una demanda efectiva de los servicios ofrecidos a través de

estos canales. Centrándonos en España, el análisis comparativo realizado sitúa a nuestras redes de CA, por sus características cuantitativas y cualitativas, entre los primeros puestos del *ranking* mundial. Ello se deduce, en primer lugar, porque contamos con la mayor dotación per cápita de CA de la UE y la segunda, tras Japón, de entre los principales países desarrollados; en segundo lugar, debido a la completa "interoperatividad técnica" y por una operativa *on-line* que ha situado a nuestro sistema entre los más seguros del mundo; por último, porque la concentración de la propiedad de los CA instalados en España, posible indicador del nivel de competencia en el mercado, refleja los niveles más bajos entre los seis países analizados para este caso.

6.1.1.2. TERMINALES EN PUNTOS DE VENTA (TPV)

6.1.1.2.1. CARACTERÍSTICAS DEL PARQUE DE TPV EN ESPAÑA

La entidad pionera en España en la instalación de TPV fue la Caja de Ahorros de Navarra. Su experiencia comenzó el 26 de noviembre de 1982, a través de las pruebas piloto realizadas en una tienda de alimentación en Pamplona. Superadas éstas, el sistema se extendió a partir de mayo de 1983 a los comercios más importantes de la zona (Uranga, 1985). Tras el éxito alcanzado en estas primeras experiencias, las entidades integrantes de la CECA y del sistema *4B* vieron en la difusión de TPV una oportunidad sin precedentes para romper con el dominio que hasta el momento había mantenido la marca *Visa* en la adquisición de comercios. La razón era que, mediante la instalación de terminales propios, las entidades bancarias españolas podrían prestar servicios de pago en los comercios con tarjetas de marca nacional (*4B* ó *6000*) y prescindir, de este modo, de la infraestructura perteneciente a los sistemas de tarjetas internacionales.

Por ello, durante la década de los ochenta, los miembros de la CECA y del sistema *4B* expandieron a través de la densa red comercial española estos

dispositivos, a la vez que desplegaban sus respectivas tarjetas de débito en el mercado nacional (Lafferty, 1997, p. 92). Cabe destacar un hecho importante, y es que ello se hizo de manera gratuita, esto es, los comerciantes no soportaban cargo alguno por compra, alquiler o mantenimiento de los equipos instalados, algo que permanece en nuestros días y que es, de acuerdo con Gabeiras (1998, p. 140), inaudito a nivel mundial. A esta circunstancia se unía la ausencia de cuota anual a pagar por los titulares de tarjetas de débito, condiciones que se mantendrían hasta que en el año 1994 se comenzó a imponer unas cuotas que ascendían a unas 500 pesetas anuales.

Los indicadores del nivel de dotación de estos terminales por comunidad autónoma se muestran en el cuadro 6.8. En él se observan importantes diferencias entre regiones, presentando las menores dotaciones las comunidades de Extremadura, Castilla la Mancha y Galicia, tanto en relación con el número de habitantes como con el número de establecimientos. Por su parte, Cataluña, Baleares y Canarias presentan las mayores dotaciones.

El resultado de las políticas agresivas de expansión llevadas a cabo por las entidades bancarias españolas ha sido un claro dominio en la adquisición de comercios por parte de las compañías domésticas españolas, especialmente de la red *6000* (figura 6.7)

Este dominio del mercado por parte de los sistemas de pago nacionales no ha estado exento de problemas importantes, como ha sido, hasta hace bien poco, la falta de “interoperatividad” entre ellos. Efectivamente, las tarjetas de crédito no han tenido este problema, debido a que han venido siendo emitidas, generalmente, por todas las entidades bancarias bajo una misma marca internacional (por ejemplo, *Visa*), lo que suponía que todas ellas pertenecían a un mismo sistema de pago internacional y, por lo tanto, las transacciones realizadas por sus respectivos titulares podían ser procesadas por

CUADRO 6.8

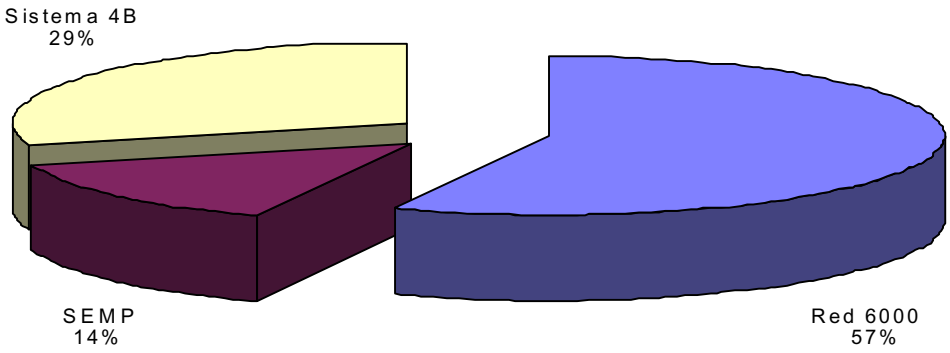
INDICADORES DE DOTACIÓN DE TPV POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, 1997

COMUNIDAD	TPV	POBLACIÓN	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES	TPV POR 10.000 HABITANTES	TPV POR ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
Andalucía	76.605	7.234.873	91.199	106	0,84
Región de Murcia	12.879	1.097.249	14.647	117	0,88
Extremadura	9.500	1.070.244	16.802	89	0,57
Castilla la Mancha	15.891	1.712.529	23.362	93	0,68
Comunidad de Madrid	78.630	5.022.289	87.875	157	0,89
Castilla León	29.023	2.508.496	35.205	116	0,82
Aragón	17.380	1.187.546	19.567	146	0,89
Comunidad Valenciana	55.639	4.009.329	63.787	139	0,87
Cataluña	152.630	6.090.040	109.104	251	1,40
Navarra	7.245	520.574	7.993	139	0,91
La Rioja	4.452	264.941	4.051	168	1,10
Cantabria	7.826	527.437	6.600	148	1,19
País Vasco	25.122	2.098.055	34.316	120	0,73
Asturias	14.619	1.087.885	11.359	134	1,29
Baleares	27.096	760.379	14.784	356	1,83
Galicia	24.408	2.742.622	35.101	89	0,70
Canarias	33.767	1.606.534	20.780	210	1,62
TOTAL	**592.712**	**39.541.022**	**596.532**	**150**	**0,99**

Fuente: INE (*www.ine.es*), *Visa España* (*http://www.Visa.es*) y Dirección General de Comercio Interior (1998, p. 93). Elaboración propia.

FIGURA 6.7

CUOTA DE MERCADO DE REDES NACIONALES DE TPV POR NÚMERO DE TERMINALES INSTALADOS, 2º TRIMESTRE 1997



Fuente: CECA, III Jornadas del *Sistema 6000*, 1997.

el sistema, con independencia de qué entidad fuese la propietaria del terminal y cuál la emisora de la tarjeta. Por el contrario, la política seguida en el caso de las

tarjetas de débito se ha caracterizado, históricamente, por la ausencia de una marca común a todas ellas, lo que ha imposibilitado poder compartir sus respectivos terminales. En la práctica, ello suponía que los terminales de las redes *4B* y *6000* estaban únicamente abiertos a las marcas internacionales de tarjetas o a sus propios productos domésticos, es decir, que, por ejemplo, un titular de tarjeta *4B* no podía utilizarla en un terminal de la CECA y viceversa, mientras que el de una tarjeta de débito bajo la marca internacional *Visa*, como era la *Visa Electrón*, podía utilizarla en cualquiera de aquellos[20].

Al hablar de las redes de CA operantes en España se hizo mención a los acuerdos de "interoperatividad" existentes entre ellas y a los establecidos con otros sistemas del ámbito internacional. Sin embargo, estos acuerdos sólo permitían a las tarjetas de marca nacional el acceso a las redes de CA y no a las de TPV. Un nuevo convenio alcanzado por la CECA con *Europay* a mediados de 1996 permitía, no sólo ampliar la red de cajeros a la que podían acceder los titulares de la tarjeta *6000* en el extranjero, sino también darles acceso a una red de TPV extendida a través de comercios de todo el mundo donde se admiten las marcas *Maestro* (aceptada, en 1996, en 249.000 CA y en 1.140.000 TPV de todo el mundo) y *Mastercard* (aceptada en 273.000 CA y 12.800.000 comercios a nivel mundial). Paralelamente, en octubre de 1996, el sistema *4B* firmaba también un acuerdo similar con *Europay* Internacional para incorporar a sus

[20] Merigó y Gabeiras (1993, p. 218) resumían así los problemas existentes entre ambas marcas de tarjetas de débito en lo que se refiere a los pagos en comercios: " ... aún quedan pasos que dar en lo que es propiamente el terreno de los medios de pago, las transacciones en presencia de comerciantes. Por ejemplo, si usted posee una tarjeta de débito emitida por una caja de ahorros cualquiera, puede usted comprar con ella virtualmente en cualquier comercio del país. Sin embargo, el comerciante no puede compensar, y que le sea abonada la transacción, con un banco. No obstante, si usted no utilizara una tarjeta *6000* y sí un cheque contra su caja de ahorros y el comerciante se lo aceptara, aquél podría ser compensado y abonado por un banco. Evidentemente, la situación contraria se produce cuando la tarjeta de débito es emitida por un banco perteneciente al sistema *4B* y el aceptante de la transacción es una caja de ahorros. El tercer sistema, *Servired*, no plantea tales problemas a los demás dado que su estrategia de débito consiste en hacer el producto internacional a través de la marca *VISA*. Automáticamente, también es una *VISA* en el mercado nacional y, como tal, es adquirida sin problemas por todas las entidades financieras".

tarjetas de débito *4B* los logotipos *Maestro* y *Mastercard*[21]. Estos compromisos alcanzados por *Europay* y *4B* y CECA, respectivamente, permitieron que estos dos últimos sistemas nacionales pactaran con posterioridad, en el primer trimestre de 1997, la aceptación recíproca de las transacciones realizadas en sus TPV por las tarjetas *4B-Mastercard*, *6000-Mastercard*, *4B-Maestro* y *6000-Maestro*. La CECA culminó esta serie de acuerdos, en julio de 1998, con el alcanzado con *Visa España*, con el cual se pretendía favorecer la "interoperatividad" entre todos los productos de ambas marcas, de forma que las tarjetas emitidas por las entidades miembros de la CECA fuesen admitidas en todos los establecimientos españoles con TPV[22](Lafferty, 1997, p. 91; CECA, 1997, pp. 65 y 93).

Con lo anterior se lograba ampliar los puntos de venta en los que cualquier titular español de tarjetas bancarias podría utilizarlas para el pago de bienes y servicios. Pero, a su vez, se conseguía evitar el efecto negativo que, desde el punto de vista de los comerciantes, hasta entonces había tenido la existencia de estas tres redes de TPV, debido a los altos costes y pérdida de tiempo que la falta de homogeneización y compatibilidad entre los terminales instalados por las distintas redes ha provocado en el sector[23] (Nixdorf, 1988, p. 57).

[21] Mientras que la tarjeta *Maestro* es siempre de débito, la *Mastercard* se puede solicitar como medio de pago aplazado a fin de mes o de crédito, aunque asociada a una red como la *4B* o *6000* sirve como tarjeta de débito y es cada banco el que establece con sus clientes las forma de uso y pago (véase revista Ejecutivos, nº 6, marzo 1998, p. 60).

[22] Véanse las revistas Ahorro, de la CECA, números 318, de abril de 1997 y 335, de septiembre de 1999.

[23] Transcribimos a continuación la opinión del sector al respecto (Nixdorf, 1988, p. 57): "El problema de las tarjetas no está en los riesgos que pueda llevar consigo, sino en los costes tan elevados de su uso. Los distribuidores comerciales entienden que se debe tender hacia una unificación de las tarjetas con un centro de autorizaciones único; el cual abarataría costes, al mismo tiempo que facilitaría el trabajo tanto a comerciantes como a usuarios, que no tendrían que estar luego pendientes de qué tarjeta se puede usar o aceptar y en qué cuenta se ha cargado.

Es preciso hacer mención a las características que posee la red comercial española y sus posibles consecuencias sobre la difusión de la red de TPV y el nivel de utilización de las tarjetas bancarias en nuestro país.

En este sentido, la estructura del sector comercial español presenta uno de los niveles más altos de fragmentación existentes entre los países que conforman la UE, tanto en el sector de la alimentación (139.000 establecimientos en 1993, frente a una media comunitaria de 60.284) como en el de no alimentación (571.963 frente a un promedio comunitario de 168.988).

Esta excesiva fragmentación de la red comercial tiene su reflejo en una dimensión de los establecimientos y en unos niveles de facturación por punto de venta que se encuentran entre los más reducidos del conjunto de países que conforman la UE. Tal y como apuntan Cruz y otros (1997, p. 141) en este sentido: “En los establecimientos españoles, mientras en alimentación las ventas promedio suponen el 48 por 100 de la media europea, en no alimentación se reduce hasta el 26 por 100. Este minifundismo empresarial es consecuencia de la existencia de un importante colectivo de establecimientos de dimensión mínima, que en alimentación coexisten con formatos de mayor dimensión, mientras que en no alimentación la modernización del sector ha sido muy escasa”.

Esta red comercial, situada entre las más densas del mundo, y una política agresiva de las entidades bancarias, basada, como se ha apuntado anteriormente, en la distribución gratuita de TPV entre los establecimientos comerciales, ha permitido la rápida difusión de estos aparatos y la configuración en nuestro país de un sistema de pago que, como se analizará en el siguiente apartado, cuenta con la red más densa de TPV a nivel mundial. Sin embargo, esta información, por sí sola, puede llevar a conclusiones erróneas. Es preciso añadir que el porcentaje de comercios que ofrecían este servicio en 1997 a sus clientes no alcanzaba el 50 por 100 del total (Dirección General de Comercio

Interior, 1997, p. 128), lo cual indica que el elevado nivel de difusión de TPV en nuestro país con relación a los de nuestro entorno puede que no sea representativo de la verdadera disponibilidad de estos servicios por parte de la población española. Y es que, dado un determinado número de TPV, su disponibilidad entre la población será tanto mayor cuanto menor sea el número de puntos de venta de su red comercial.

Además, el mayor número de establecimientos comerciales redunda en una menor dimensión de éstos, hecho que puede también afectar a la disponibilidad de acceso por parte del público a los servicios de pago con tarjetas. En este sentido, son varios los estudios empíricos que han puesto de manifiesto la relación positiva existente entre el tamaño del establecimiento y la amplitud de las opciones de pago ofrecidas al cliente. Entre ellos se encuentra el publicado por la Dirección General de Comercio Interior (1992, p. 183), que constataba que, a excepción del efectivo, el nivel de implantación de los diversos instrumentos de pago entre los detallistas del segmento de bajo nivel de facturación era muy escasa, en comparación con el existente en el conjunto del comercio detallista.

En el caso concreto de las tarjetas, los tres tipos de tarjetas considerados en el citado estudio -bancarias, del establecimiento y de crédito- gozaban de una aceptación considerablemente inferior en aquellos establecimientos de reducida facturación con relación a la del conjunto del comercio minorista. Igualmente, la CECA menciona en varias ocasiones en su "Estudio de Mercado y Calidad de la Red *6000*" dicha relación (1993, pp. 56, 160, 165, 167-169, 173), en una de la cuales establecía que "... los bajos niveles de implantación de las redes de tarjetas en los pequeños establecimientos son el principal freno a su desarrollo (de la tarjeta *6000*). A esta circunstancia cabe añadir un bajo importe en las compras que, en muchos casos, restaría agilidad al servicio".

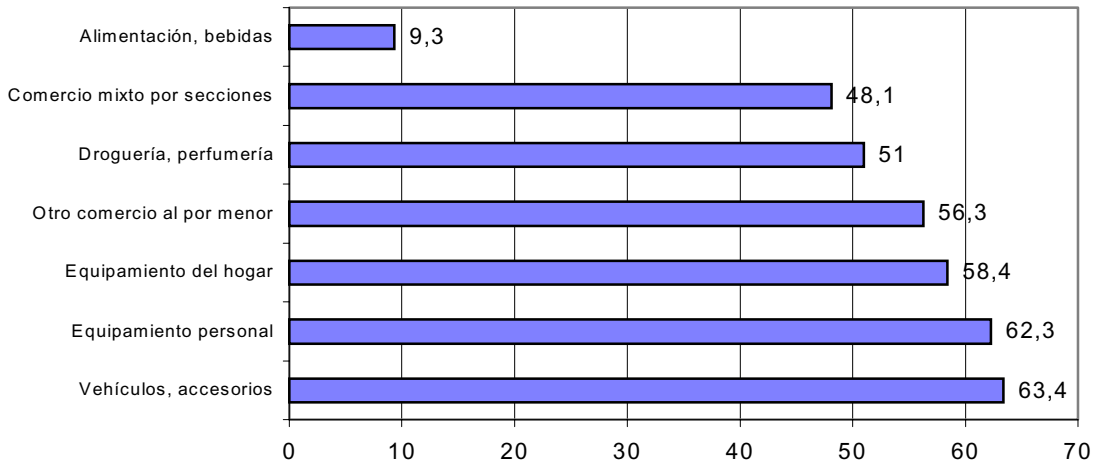
Por último, es preciso destacar la desigual distribución del parque de TPV entre los diferentes sectores de actividad, siendo menor su presencia en

aquellos donde se concentra el mayor gasto de los españoles, como es el caso del sector relacionado con "alimentación y bebidas"(figura 6.8)[24].

En definitiva, la peculiar estructura de la red comercial española ha tenido importantes repercusiones sobre la configuración actual de nuestro sistema de pago con tarjetas. De este modo, si bien su densidad de puntos de venta, unido a una política de distribución gratuita de terminales, ha afectado positivamente al número de ellos instalados en España, que no a su disponibilidad por parte de la población, también es cierto que la reducida dimensión de los establecimientos, su limitada facturación y su escasa presencia en aquellas ramas de actividad donde se concentra la mayor parte del gasto de un español medio -"alimentación y bebidas"- puede haber afectado negativamente al volumen de pagos canalizados a través de tarjetas en nuestro país.

FIGURA 6.8

PRESENCIA DE DATÁFONOS EN EL COMERCIO MINORISTA POR GRUPOS DE ACTIVIDAD, 1997 (EN PORCENTAJES)



Fuente: Actualización de la Estructura del Comercio Minorista. Dirección General de Comercio Interior (1997b, p. 128).

[24] De acuerdo con el INE (1997), en 1996 en torno al 25 por 100 del gasto total de los consumidores se destinaba a "alimentos, bebidas y tabaco", únicamente superado por el que se destinaba a "edificios, calefacción y alumbrado", con un 25,69 por 100 del gasto total. Sin embargo, las empresas relacionadas con el primer grupo de productos presentaban la menor dotación de TPV de entre los que componen el sector detallista. Sólo un 9,3 por 100 de los comercios pertenecientes a este sector poseen este tipo de aparato.

6.1.1.2.2. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA DOTACIÓN DE TERMINALES EN PUNTOS DE VENTA EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS

En líneas generales, cabe destacar, igual que ha ocurrido con los CA, el espectacular crecimiento del parque de TPV acaecido en el ámbito de la UE durante la primera mitad de la década de los noventa, llegando prácticamente a multiplicar por 7 en tan sólo nueve años el número de terminales a los que los titulares de tarjetas pueden acceder (cuadro 6.9). Sin embargo, es preciso señalar algunas características en su evolución e implantación en los distintos países que lo diferencia de lo acontecido en el caso de los CA. En primer lugar, el crecimiento no ha sido continuo en el tiempo en la totalidad de países, sino que en, prácticamente, la mitad de los que componen la UE -Dinamarca, Alemania, Grecia, Francia, Luxemburgo y Suecia- ha presentado a lo largo de dicho período tasas interanuales de crecimiento del parque de TPV de signo negativo; por otra parte, no existen diferencias significativas entre la dotación de estos terminales en el conjunto de la Unión y la correspondiente al conjunto de países ajenos al ámbito comunitario; por último, la heterogeneidad de la dotación per cápita de TPV en cada uno de los países es considerablemente mayor que en el caso de los CA.

Junto a los CA, los TPV son los principales canales de distribución de los servicios de pago con tarjetas bancarias. Sin embargo, mientras que los primeros han sido utilizados, principalmente, como medios más eficientes que las sucursales bancarias para el suministro de algunos servicios repetitivos[25] -como reintegros de efectivo, consulta de saldos, etc.- los TPV instalados en comercios han significado el uso de la tarjeta como verdadero instrumento de pago y, por lo tanto, su utilización se ha enfrentado con la competencia de otras formas de

[25] Cabe advertir al respecto que en algunos países, como es el caso de Noruega, se utilizan los TPV para suministrar efectivo a los clientes que lo soliciten. De este modo, este servicio, denominado "*cash-back*", logra ampliar la oferta de servicios financieros suministrados en el mismo punto de venta de los detallistas (véase Humphrey y otros, 1998, p. 71). Sin embargo, este servicio no está generalizado entre los demás países.

pago alternativas y con los hábitos y actitudes de los consumidores y detallistas. Ello dificulta la identificación de los factores comunes que puedan explicar el grado de dotación alcanzado en cada uno de los países de nuestro entorno.

CUADRO 6.9

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TERMINALES EN PUNTOS DE VENTA EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1989-97 (POR MILLÓN DE HABITANTES)

Países	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
España	5.570	8.031	5.590	6.716	8.287	10.224	12.271	14.650	16.691
Dinamarca	2.454	3.075	3.743	4.335	4.197	4.624	5.016	7.978	11.923
Alemania	137	292	433	643	345	768	859	1.404	1.984
Grecia	s/d	s/d	146	242	241	1.085	1.082	1.791	2.831
Bélgica	2.468	2.371	2.658	3.235	4.255	4.941	5.502	5.964	6.284
Francia	s/d	s/d	8.939	9.063	9.193	9.343	9.340	9.353	9.555
Irlanda	0	0	0	0	0	0	0	1.221	1.402
Italia	178	385	791	1.075	1.329	1.786	2.634	3.696	4.896
Luxemburgo	s/d	s/d	s/d	s/d	8.390	9.071	8.146	11.218	11.071
Países Bajos	136	149	268	754	1.606	3.094	4.747	6.186	7.715
Austria	*s/d*	88	134	189	229	300	419	631	1.652
Portugal	82	270	719	1.576	2.790	3.311	3.862	4.987	6.022
Finlandia	s/d	5.315	6.681	7.735	8.291	9.434	9.593	9.951	10.506
Suecia	s/d	712	1.035	1.647	3.054	2.908	6.139	7.575	7.778
Reino Unido	1.308	1.914	3.287	3.793	4.640	5.997	8.635	9.348	8.984
Media UE	**967**	**1.491**	**2.995**	**3.401**	**3.836**	**4.577**	**5.545**	**6.416**	**7.146**
Otros países									
Canadá	*162*	*334*	*475*	*1.039*	*2.142*	*4.100*	*6.394*	*8.408*	*10.873*
Japón	*14*	*82*	*213*	*264*	*168*	*227*	*200*	*183*	*155*
EE.UU	*200*	*240*	*348*	*368*	*601*	*1.320*	*2.010*	*3.297*	*4.853*
Suiza	*322*	*541*	*1.025*	*1.631*	*2.626*	*4.667*	*6.925*	*9.376*	*5.847*

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

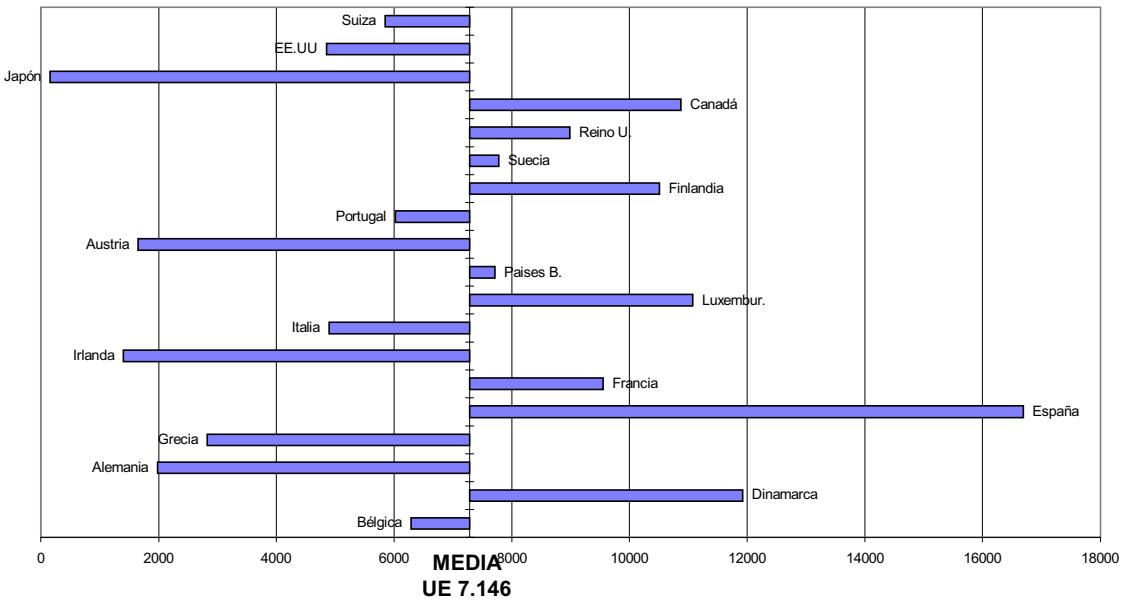
Dicha especialización de CA y TPV en operaciones distintas -unas de reintegro de efectivo y otras de pago- justifica la inexistencia de un paralelismo entre el nivel de desarrollo alcanzado por ambos en la mayoría de países desarrollados. La comparación de las figuras 6.3 y 6.9 nos permiten comprobar este hecho. Países pertenecientes a la UE, como Austria o Portugal, u otros ajenos al ámbito comunitario, tales como Japón, Suiza y EE.UU, que en el caso de los CA contaban con dotaciones per cápita superiores a la media comunitaria, se encuentran en el caso de los TPV distantes del correspondiente promedio.

Justo al contrario ocurre con otros países como Suecia, Dinamarca o el Reino Unido, en los que si bien en el caso de los CA se situaban con niveles inferiores a la media comunitaria, al referirnos a sus dotaciones de TPV se encuentran por encima de ésta.

De hecho, los factores que explican la densidad de TPV en cada país son de distinta naturaleza que la de aquellos que lo hacían en el caso de los CA. De este modo, no se aprecia correlación alguna entre la densidad de establecimientos comerciales -lugares físicos donde son instalados- en cada país y el número de TPV en él existente (figura 6.10)[26].

FIGURA 6.9

NÚMERO DE TERMINALES EN PUNTOS DE VENTA EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)



Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

Por contra, tal y como se verá en el siguiente capítulo, el nivel de demanda de servicios de pago presente en cada país se erige como un factor explicativo relevante del nivel de dotación de TPV existente en cada uno de ellos,

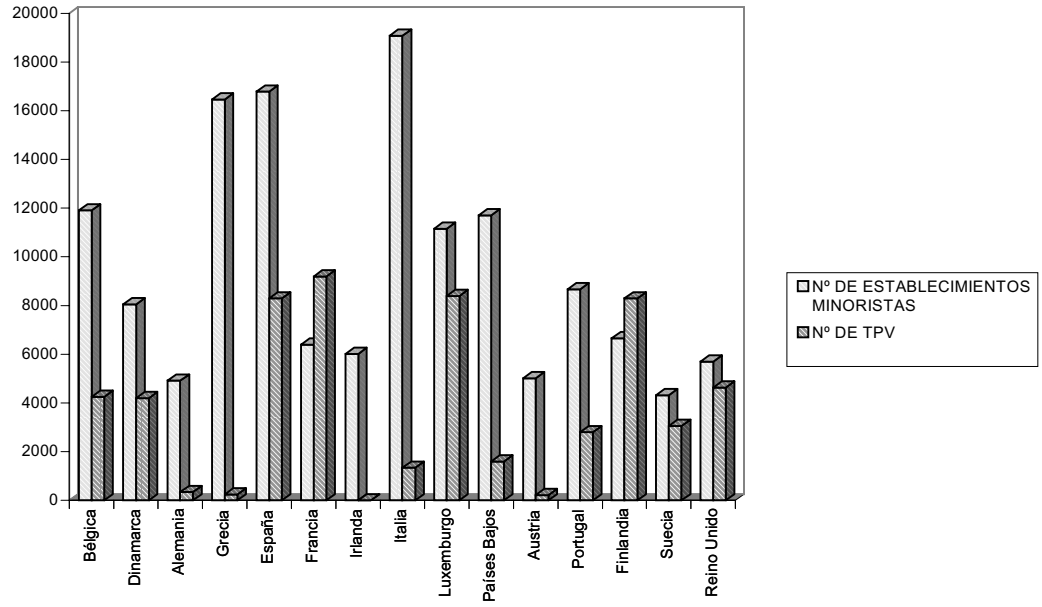
[26] El coeficiente de correlación de *Pearson* entre ambas variables toma el valor de +0,02, muy inferior al +0,72 correspondiente a la relación entre número de sucursales bancarias y de CA en cada uno de los países considerados.

relación ésta, entre demanda y oferta de terminales, muy débil en el caso de los CA.

Respecto a los niveles de dotación existentes en la UE, en líneas generales cabe señalar que los menores se presentan en los países mediterráneos -excepto en España-, en los de la Europa central -posiblemente debido al rechazo de los comerciantes a la aceptación de tarjetas en sus establecimientos- e Irlanda -país en el que el establecimiento de la red de TPV comenzó en 1996 y, por tanto, se encuentra en plena fase de desarrollo. Cabe destacar entre los países considerados a España, por contar con un total de 656.325 TPV instalados en 1997, cifra no superada por ningún otro país y que suponía el 24,5 por 100 del total parque de TPV de la UE. De manera similar, con relación al número de habitantes, el mercado español, con 16.691 TPV por millón de habitantes -más del doble del promedio comunitario-, se sitúa a la cabeza de países con mayores niveles de dotación de estos terminales.

FIGURA 6.10

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MINORISTAS Y DE TPV EN PAÍSES DE LA UE, 1993 (POR MILLÓN DE HABITANTES)

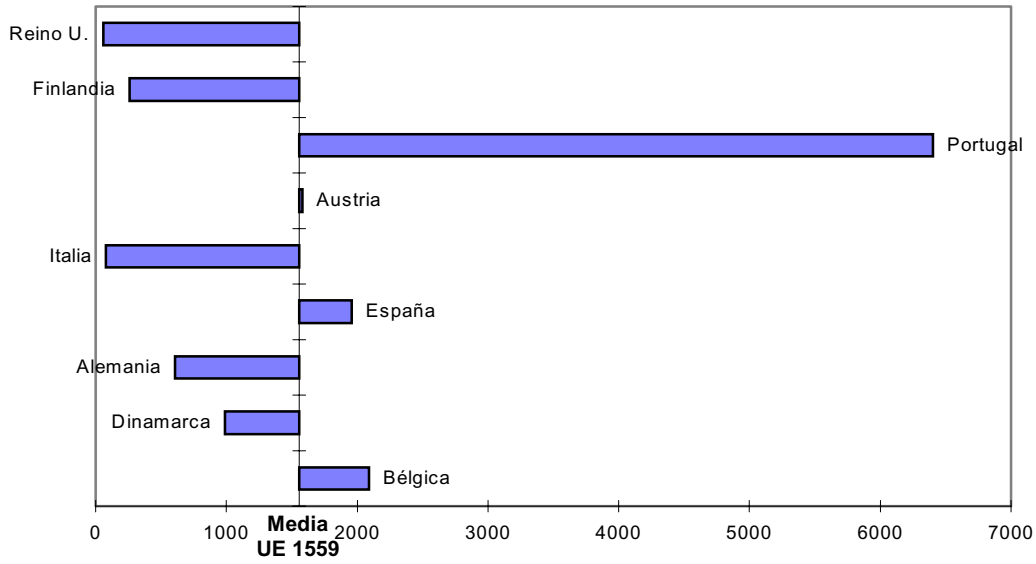


Fuente: Cruz y otros (1997) e IME (1998). Elaboración propia.

Por lo que se refiere al número de terminales que permiten el pago a través de monedero electrónico, en la figura 6.11 se resume la situación en los principales países de la UE. Igual que en el caso de los terminales de carga de estos instrumentos, encabezan el *ranking* de países con mayor dotación per cápita Bélgica y Portugal, este último país con un valor que, prácticamente, multiplica por cuatro la media de la UE. En lo que respecta a España, país que contaba en 1997 con la mayor dotación de terminales en términos absolutos (77.092 unidades), se situaba entre los tres países con mayor número de terminales per cápita de la UE.

FIGURA 6.11

NÚMERO DE TERMINALES DE DESCARGA EN ALGUNOS PAÍSES DE EUROPA, 1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)



Fuente: BCE (1999). Elaboración propia.

6.1.2. LA OFERTA DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

6.1.2.1. LA OFERTA DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA

La información referida a la estructura actual de la oferta española de tarjetas de pago y de su evolución reciente muestra el dominio permanente de las tarjetas de origen bancario sobre el resto, con un peso relativo en 1997 del

76 por 100 del total de tarjetas que se encontraban en circulación durante dicho año (cuadro 6.10).

Sin embargo, esta estabilidad en la importancia relativa de cada modalidad de tarjeta sobre el conjunto contrasta con la profunda transformación acontecida en la composición de la oferta de tarjetas de origen bancario durante la última década, traducida en un desplazamiento importante de las tarjetas de crédito en favor de las de débito. En los siguientes epígrafes profundizaremos sobre esta cuestión, realizando un análisis por separado de ambas modalidades de tarjetas.

CUADRO 6.10

SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE TARJETAS DE PAGO EN ESPAÑA, PERÍODO 1986-1997 (EN MILES)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**
Tarjetas bancarias	10.755	15.260	17.993	20.883	25.738	29.030
Tarjetas *T&E*	260	300	330	370	425	320
Tarjetas bilaterales	s/d	s/d	4.000	6.747	6.836	7.250
Total	**s/d**	**s/d**	**22.323**	**28.000**	**32.999**	**36.600**
Nota: No se incluyen tarjetas *chip*						

Fuente: Sociedad Española de Medios de Pago, Confederación Española de Cajas de Ahorros, *Sistema 4B*, S.A., *American Express* España, *Diner´s Club* Español, El Corte Inglés y Cofigasa, tomado de Fernández (1995a, p. 34) y Dirección General de Comercio Interior (1998a, p. 10). Elaboración propia.

CUADRO 6.10 (CONTINUACIÓN)

SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE TARJETAS DE PAGO EN ESPAÑA, PERÍODO 1986-1997 (EN MILES)

	1992	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
Tarjetas bancarias	32.009	32.376	31.451	30.342	32.659	34.414
Tarjetas *T&E*	400	370	385	425	425	400
Tarjetas bilaterales	7.900	8.000	8.000	9.100	9.100	10.000
Total	**40.309**	**40.746**	**39.836**	**39.867**	**42.184**	**44.814**
Nota: No se incluyen tarjetas *chip*						

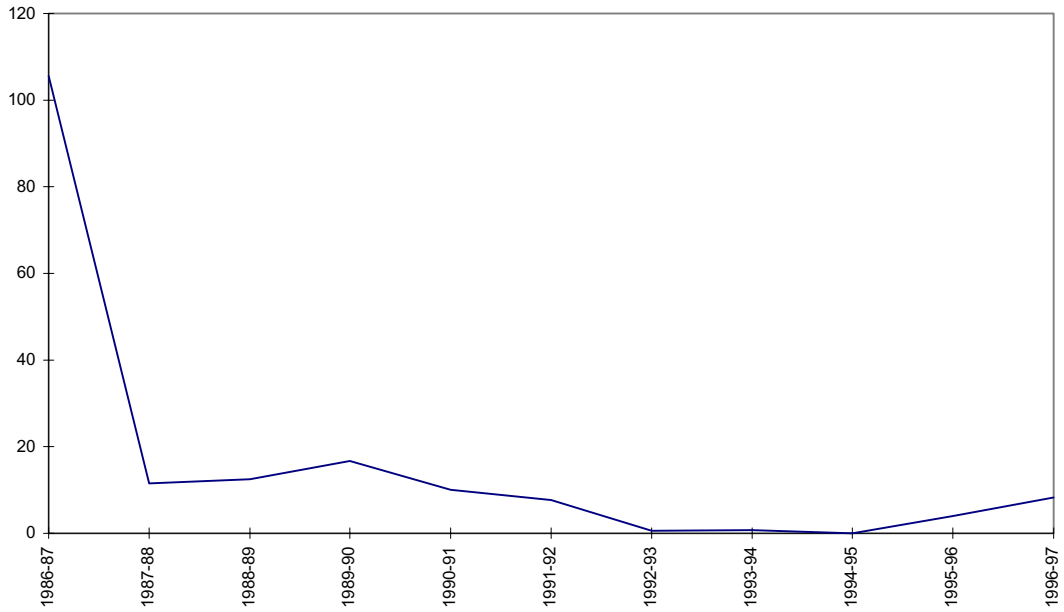
Fuente: Sociedad Española de Medios de Pago, Confederación Española de Cajas de Ahorros, *Sistema 4B*, S.A., *American Express* España, *Diner´s Club* Español, El Corte Inglés y Cofigasa, tomado de Fernández (1995a, p. 34) y Dirección General de Comercio Interior (1998a, p. 10). Elaboración propia.

6.1.2.1.1. TARJETAS DE CRÉDITO

En líneas generales, la evolución del número de tarjetas en circulación en nuestro país, en cualquiera de sus modalidades, ha seguido una trayectoria paralela a la reflejada por el número de CA instalados (figura 6.12). De este modo, las mayores tasas de crecimiento del número de tarjetas de crédito se manifiestan durante la segunda mitad de los ochenta, produciéndose más tarde, a partir de 1990, una paulatina reducción de su cuantía.

FIGURA 6.12

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TARJETAS DE CRÉDITO, 1986-1997 (INCREMENTOS INTERANUALES, EN PORCENTAJES)



Fuente: Información facilitada por la *SEMP* . Elaboración propia.

La oferta de tarjetas de crédito en España, igual que ocurre en Finlandia[27], está liderada por la marca *Visa*, que es gestionada por la *SEMP* y por el sistema *4B* y comercializadas por todos los bancos y cajas de ahorros. A pesar de que desde principio de los setenta las marcas internacionales *Visa* y

[27] Los bancos finlandeses han posicionado las tarjetas de marca *Eurocard* exclusivamente como tarjetas de empresas -*corporated cards*- mientras las tarjetas bajo la marca *Visa* se ha ofertado a clientes personales (Lafferty, 1997, p. 70).

Eurocard/*Mastercard* han estado disponibles en el mercado español, las entidades bancarias han optado por ofrecer preferentemente la primera a sus clientes, hecho que ha provocado que la segunda mantenga una presencia marginal en el mercado.

Tal y como muestra el cuadro 6.11, este dominio de la marca *Visa* en nuestro país se ha ido fortaleciendo durante la última década, cambiando de tendencia únicamente en 1996, tras los acuerdos alcanzados por la CECA y el sistema *4B* con *Europay* para la emisión de tarjetas bajo la marca de esta última compañía internacional.

CUADRO 6.11

EVOLUCIÓN DE CUOTAS DE MERCADO POR NÚMERO DE TARJETAS DE CRÉDITO, SEGÚN MARCAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**
Total *Visa*	91	94	92	92	94	95
Total EC/MC	9	6	8	8	6	5
Total España	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fuente: Información facilitada por la *SEMP.* Elaboración propia.

CUADRO 6.11 (CONTINUACIÓN)

EVOLUCIÓN DE CUOTAS DE MERCADO POR NÚMERO DE TARJETAS DE CRÉDITO, SEGÚN MARCAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
Total *Visa*	96	96	97	97	95	92
Total EC/MC	4	4	3	3	5	8
Total España	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

Cabe hacer referencia, en relación con el segmento de tarjetas de crédito, a varios aspectos que han podido influir negativamente a la competencia en el mercado y que pueden ser factores explicativos importantes del poco desarrollo alcanzado por estos productos en relación con otros semejantes, como son las tarjetas de débito.

Respecto a lo anterior, es preciso recordar la escasa penetración de las entidades financieras extranjeras en el mercado español y la concentración de su operativa en el segmento de la banca al por mayor, ajeno, pues, al ámbito donde se desenvuelve la oferta de servicios de pago minoristas. Efectivamente, eliminados progresivamente los obstáculos regulatorios existentes hasta principios de 1993[28] para la presencia de este tipo de entidades en el sistema financiero español, éstas tuvieron que hacer frente a otros tipos de dificultades de carácter competitivo para operar eficazmente en el mercado nacional, como fueron la extensa red de oficinas de las entidades locales, la reputación de éstas, conocimiento del mercado local, etc. Ambos aspectos, legales y de carácter competitivo, han condicionado la evolución de la actividad de las entidades bancarias extranjeras en nuestro país, de forma que la han dirigido hacia el segmento mayorista -con un predominio de operaciones en carteras de valores- y la han apartado, a su vez, del segmento minorista, en el que se encontraban incapacitadas para competir en igualdad de condiciones operativas con la banca nacional[29](Casilda, 1992, pp. 274, 385 y 392; De Andrés y otros, 1997, pp. 5 y 10; Álvarez, 1998, pp. 5-14).

Además de los anteriores aspectos que, con carácter general, han obstaculizado la operativa de la banca extranjera en España, han existido otros que han afectado específicamente a la oferta de tarjetas de pago. Nos referimos a las barreras geográficas que protegen y favorecen a las entidades financieras domésticas y que han sido establecidas bajo el auspicio de las normas internas que gestionan los propios sistemas internacionales de tarjetas en cada país (Gabeiras, 1998, p. 142). Valgan, a este respecto, los

[28] Esta progresiva adaptación se produce tras la aparición de los RD 1298/86 y RD 184/87, mediante los cuales se pretendía la adaptación de la normativa española a las directivas comunitarias tendentes a la desregulación del sector.

[29] Esta circunstancia llevó a que a partir de 1987 las entidades extranjeras más significativas (*BNP, DeustchBank*, Luso Español, etc.) optaran por su integración en el sistema financiero español a través de la compra de licencias de bancos nacionales que ya contaban con redes más o menos extendidas a través del territorio nacional. Sin embargo, cabe destacar la reciente "recompra" por la banca nacional de dos bancos extranjeros con una importante actividad minorista. Se tratan de los bancos *Natwest* España y Asturias, adquiridos por el Banco de Sabadell (De Andrés y otros, 1997, pp. 5 y 10; Álvarez, 1998, p. 6).

comentarios realizados en 1993, año de la plena desregulación del sector para las entidades con sede en países de la Comunidad Europea, por el presidente y el director general de *Visa España* (Merigó y Gabeiras, 1993, p. 214): "... en teoría, a partir de ahora, cualquier entidad financiera comunitaria podría recoger facturación o emitir tarjetas desde fuera, pero se encontraría en el más absoluto vacío organizativo tanto respecto a la atención a su titular (los gastos de los sistemas de autorización existentes en España corren exclusivamente a cargo de las entidades españolas) como a su comerciante (puesto que la distribución de costes de transacción entre comerciantes y titulares está definida a escala nacional y las transacciones internacionales se tratan como una excepción cuyos costes se reparten entre todos los miembros nacionales del sistema)".

Por otra parte, cabe destacar algo ya apuntado en líneas anteriores, como es el escaso protagonismo que en el mercado español han alcanzado las tarjetas privadas emitidas por entidades no bancarias. Ello, sin duda, ha debido de afectar negativamente a la competencia intersectorial en la financiación al consumo vía tarjetas, debido a que, igual que las tarjetas de crédito, las privadas llevan asociadas, normalmente, la posibilidad de pago aplazado. La situación española contrasta con la existente en algunos países nórdicos y en Francia, donde dichos instrumentos han llegado incluso a desplazar en el mercado, en algunos casos, a las emitidas por entidades bancarias. De este modo, en Suecia en torno al 64 por 100 del total de tarjetas emitidas en el país durante 1995 procedían de cadenas detallistas y compañías petrolíferas y suministraban a sus clientes funciones de débito relacionadas con cuentas de ahorro remuneradas con altos tipos de interés. En Finlandia, el 35,5 por 100 de las tarjetas son privadas y ofrecen a sus titulares servicios de pago que incluyen, generalmente, facilidades de crédito, superando en números a las tarjetas de crédito bancarias (en este país funcionan generalmente como débito diferido) emitidas con marcas *Visa*, *Eurocard* y *Mastercard*. De manera similar en Francia, a los 24,4 millones de tarjetas bancarias (*Cartes Bancaries*) existentes en 1995 le acompañaban,

según el Banco de Francia, en torno a 20 millones de tarjetas privadas[30] (Lafferty, 1997, pp. 64, 83 y 193).

En el caso español, tal y como se ha visto en el capítulo 5, si bien en 1997 en torno al 22,5 por 100 de las tarjetas emitidas procedían de entidades financieras no bancarias, ello no ha supuesto una amenaza real para nuestro sector bancario, debido, principalmente, a que la mayor parte de las que están especializadas en crédito al consumo pertenecen a los principales bancos nacionales. Tales son los casos de las compañías Financia (BBV), Gestión de Tarjetas (Banco Santander) o Hispamer (BCH).

En definitiva, por lo visto anteriormente, una de las características que ha definido nuestro sistema de pago minorista ha sido su relativo hermetismo frente a la entrada de entidades foráneas, especialmente en el suministro de servicios de pago con tarjetas, y el escaso protagonismo alcanzado en el negocio de las tarjetas de pago por parte de las entidades desvinculadas de la banca. Estos aspectos, que en otros mercados, como el alemán, han intensificado la competencia, escasamente han podido ser disfrutados en nuestro país.

6.1.2.1.2. TARJETAS DE DÉBITO

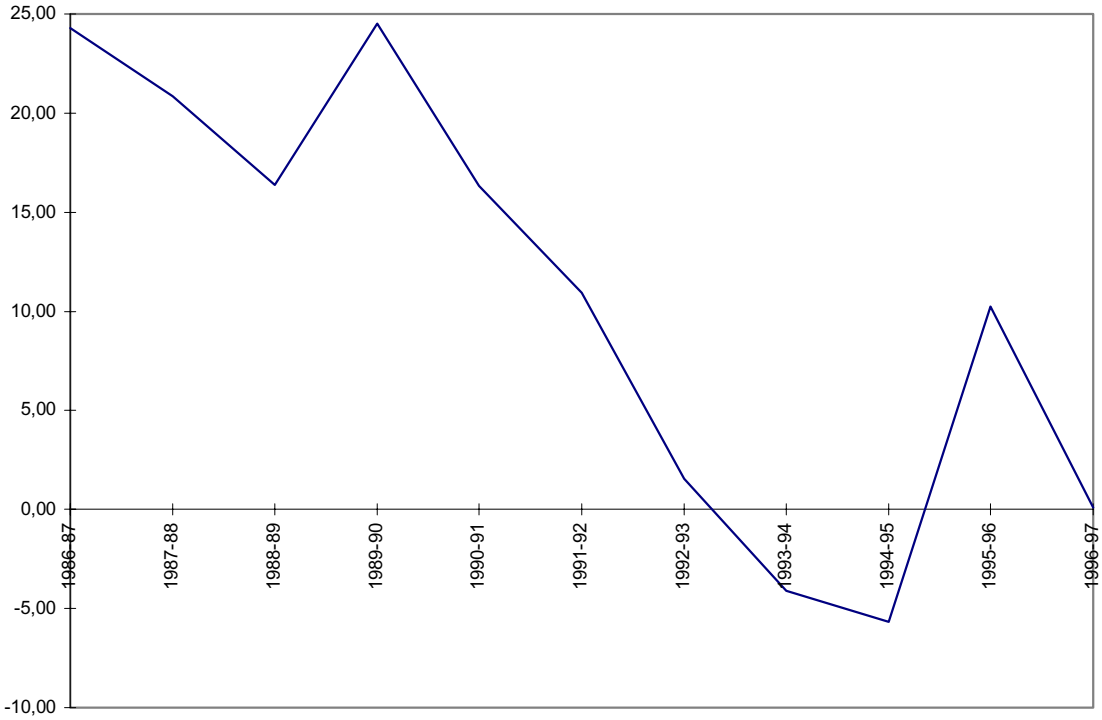
Igual que en el caso de la tarjetas de crédito, el periodo de máxima difusión de las de débito se corresponde con la segunda mitad de los años ochenta, produciéndose a partir de 1990 una importante reducción en su tasa

[30] En Francia, las importantes pérdidas soportadas por las entidades bancarias cuando intentaron introducir el crédito *revolving* durante los años ochenta han llevado a éstas a una posición cautelosa ante el suministro de este tipo de financiación. Esta situación ha sido aprovechada por las entidades no bancarias, entre las que destaca *Cetelem* y *Cofinoga* (con sus tarjetas Aurora), que han sabido acaparar este nicho de mercado y se han situado como líderes en el mercado de crédito al consumo basado en tarjetas. Su éxito ha sido tal que se ha llegado a la irónica situación de que tres de las principales entidades bancarias de Francia –el grupo bancario *Caisse d´Épargne, Crédit du Nord y Banques Populaires*- emiten las tarjetas con facilidad de crédito *revolving* bajo la marca Aurora, de *Cetelem*, en lugar hacerlo con las marcas de tarjetas bancarias *Visa* o *Eurocard*/*Mastercard* (Lafferty, 1997, pp. 82-83).

interanual de crecimiento que llega, incluso, a tomar valores negativos en el año 1994, como resultado de la introducción en dicho año de unas cuotas anuales a sus titulares y de la consecuente devolución de aquellas que se mantenían inactivas (figura 6.13).

FIGURA 6.13

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TARJETAS DE DÉBITO, 1986-1997 (INCREMENTOS INTERANUALES, EN PORCENTAJES)



Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

El segmento de mercado de tarjetas de débito ha sido, sin duda, aquel en el que con mayor intensidad se ha manifestado la competencia entre entidades. El importante crecimiento desde mediados de la década de los ochenta del parque de CA y TPV instalados por los sistemas *6000* y *4B* logró transformar la industria de servicios de pago con tarjetas, en el sentido de que se le ha ido confiriendo una creciente importancia relativa a las tarjetas de débito en un mercado que, hasta entonces, estaba dominado por la modalidad de crédito y por una sola marca, *Visa*. Efectivamente, la situación de nuestro mercado de tarjetas de pago bancarias en el año 1981 reflejaba un importante

dominio de las tarjetas *Visa*, con un 74,6 por 100 del mercado total. Por su parte, las marcas *4B* y *6000* representaban, en su conjunto, únicamente el 25,3 por 100 de este mercado (CECA, 1981, p. 7). Los datos referidos a la situación existente diez años más tarde muestran la importante transformación ocurrida en nuestro mercado. En 1991 existían aproximadamente 29 millones de tarjetas en circulación en España. De ellas sólo un 25 por 100 llevaban la marca *Visa* en la modalidad de crédito, mientras que las marcas *4B* y *6000* acaparaban un 58 por 100. Esta situación llevó a *Visa España* a emitir a principios de los noventa su tarjeta *Visa Electrón* a fin de ponerse al día en el segmento de las tarjetas de débito[31].

La estructura actual del conjunto de tarjetas de débito emitidas en España queda reflejada en el cuadro 6.12. Al contrario de lo que ocurre en el de tarjetas de crédito, donde dominan las marcas internacionales de tarjetas, en éste la mayor cuota de mercado (por número de tarjetas) corresponde al sistema *6000* de las cajas de ahorros, a pesar de que viene perdiendo peso en el mercado desde el lanzamiento de la *Visa Electrón* en 1994.

CUADRO 6.12

EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO POR NÚMERO DE TARJETAS DE DÉBITO, SEGÚN MARCAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**
Tarjeta 6000	58	60	62	63	56	54
Tarjeta 4B	30	29	28	28	26	25
Tarjeta Visa	12	11	10	9	18	20
Total España	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fuente: Información facilitada por la *SEMP* . Elaboración propia.

[31] La primera tarjeta en incorporar la marca *Visa Electrón* fue la tarjeta *Servired*. Esta tarjeta se emitió para cubrir las necesidades de los bancos y cajas de ahorros pertenecientes a la entidad que, bajo el mismo nombre, administra el programa de tarjetas de débito. Inicialmente operaba únicamente en el ámbito nacional, logrando su internacionalización tras la incorporación del distintivo creado por *Visa Internacional* "*Electrón*". El nombre comercial de *Servired* tiende a desaparecer en favor del de *Visa Electrón*.

CUADRO 6.12 (CONTINUACIÓN)

EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO POR NÚMERO DE TARJETAS DE DÉBITO, SEGÚN MARCAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Tarjeta 6000	51	52	46	40	37	38
Tarjeta 4B	24	23	22	19	26	24
Tarjeta Visa	25	25	32	41	38	38
Total España	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

El gran volumen de negocio que mueve esta modalidad de tarjetas (9,63 billones de pesetas en 1996) ha desatado una importante competencia entre los distintos sistemas por conseguir la adhesión del mayor número de bancos y cajas de ahorros. De esta forma, el grupo de cajas formado por Caja de Madrid, La Caixa y Caixa de Catalunya, que acaparaban en 1997 en torno al 18 por 100 del total de tarjetas de débito emitidas en nuestro país, dejaron de emitir la tarjeta *6000* en 1997 y comenzaron a comercializar la *Visa Electrón*. A esta iniciativa de las grandes cajas se han unido también Bancaja y Caja España[32].

Por otra parte, los acuerdos alcanzados por *4B* y CECA en 1996 con *Europay* para comercializar sus tarjetas de débito con los logotipos *Maestro* y *Mastercard* han intensificado la competencia en este mercado. El dominio mantenido por estos dos sistemas en el sector de tarjetas de débito y su alianza con la principal compañía operadora de Europa significa un paso decisivo para que *Europay* termine con la representación marginal que hasta ahora ha tenido en el mercado español y que ha permitido a *Visa España* gozar de una situación de cuasi-monopolio en el sector de tarjetas de crédito (Lafferty, 1997, p. 91)[33].

[32] Véase el diario Expansión de 17/3/97, Cinco Días de 10/3/97 y notas de prensa recogidas en *http:\\www.visa.es*.

[33] Véanse Revista Ahorro de la CECA de septiembre de 1996 y diarios ABC de 5/10/97; Cinco Días de 11/3/97; Expansión de 24/10/96 y 27/2/97.

6.1.2.1.3. TARJETAS MONEDERO

La densa y sofisticada infraestructura instalada en España para la oferta de servicios de pago minorista ha sentado las bases ideales para que las entidades bancarias españolas se conviertan en pioneras en el desarrollo de la tecnología aplicada a una nueva modalidad de tarjeta, el monedero electrónico.

La entidad pionera en la introducción de la tarjeta monedero ha sido La Caixa, que la emitió para su uso en la Universidad Autónoma de Barcelona a finales de 1994. Otras entidades siguieron los mismos pasos y emitieron sus primeras tarjetas monederos en ámbitos universitarios, como fueron los casos del BBV (Universidad de Alcalá de Henares), el Banco Exterior (Universidad de Extremadura), el Banco de Santander (Universidad de Cantabria), el BCH (Universidad Complutense) y Caja de Galicia (Universidades de La Coruña, Santiago y Vigo).

El relativo éxito obtenido en estas primeras pruebas llevó a algunas entidades a anunciar a finales de 1994 su intención de emitir tarjetas monedero durante el siguiente año para su uso en las grandes ciudades. Tales fueron los casos de Caja Madrid y de La Caixa en sus respectivas ciudades de origen[34]. Por otro lado, a diciembre de 1995, *Visa España* anunció el lanzamiento inmediato de su tarjeta *Visa Cash* a gran escala, decisión que se produjo poco después de que la misma compañía que le suministraba las tarjetas, Motorola, ganara un concurso convocado por la Seguridad Social para dotar a este organismo de 7 millones de tarjetas que contaba con el sistema operativo *TIBC* (Tarjeta Inteligente de Bancos y Cajas), desarrollado por *SERMEPA* y aplicado al monedero *Visa Cash*, y que, por tanto, podría redundar en una reducción de los costes de fabricación de las tarjetas *chip* emitidas por las entidades bancarias adheridas a *Visa España*. Por su parte, otra gran empresa gestora de tarjetas, el sistema *4B*, lanzó el 1 de octubre de 1995 su tarjeta Monedero *4B* en la ciudad

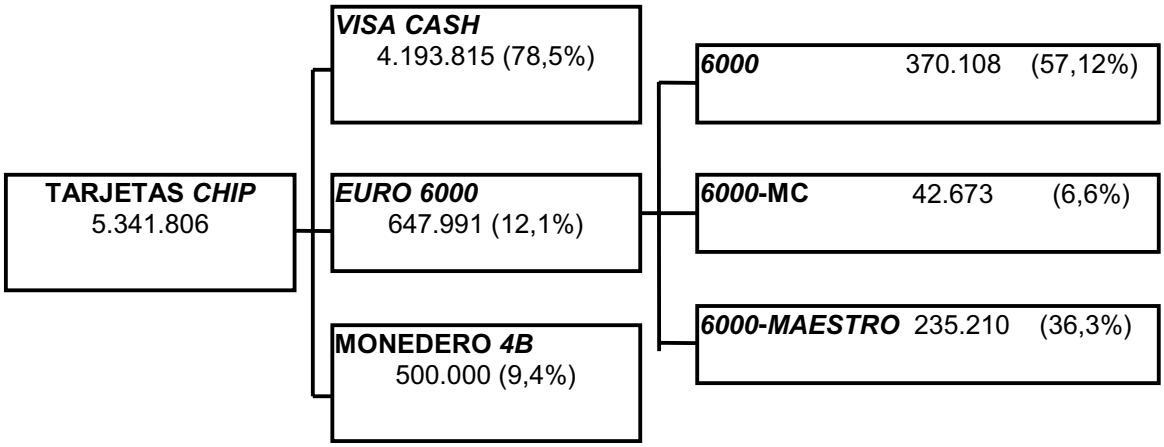
[34] Véase revista Actualidad Económica de 18/9/95.

de Valladolid, para lo que contó con la participación de todos los bancos adheridos a este sistema.

La situación, con datos correspondientes al cuarto trimestre de 1998, se refleja en la figura 6.14. En ella se observa el claro domino del mercado por parte de la tarjeta *Visa Cash*, que tras ser la primera en lanzarse al mercado parece haberse beneficiado de la tardía aparición de las otras dos marcas. *Visa Cash* estaba implantada en 1998 en un total de 37 ciudades y podía ser utilizada en 83.610 terminales de pago, 84.721 cabinas telefónicas y 12.232 CA.

FIGURA 6.14

SITUACIÓN DE LAS TARJETAS *CHIP* EN ESPAÑA, 1998



Fuente: Información facilitada por la *SEMP.*

Un problema que ha sido una constante en los primeros desarrollos del monedero electrónico en España ha sido el de la falta de compatibilidad entre los instrumentos emitidos por los distintos sistemas. Así, la citada tecnología *TIBC* no es compatible con el sistema operativo del sistema *4B* -Mpcos- ni con el de la CECA -Gemplus-, de forma que son necesarios acuerdos expresos de "interoperatividad" a fin de que los titulares de cualquiera de dichos sistemas puedan utilizarlos en los terminales de los demás. Un primer paso dado en este sentido se produjo en 1994, cuando *Visa España* y el sistema *4B* crearon

conjuntamente la Sociedad Española de Tarjeta Inteligente (*SETI*), a la vez que se comprometían a adoptar la tecnología *TIBC*, proyecto al que, en principio, no se sumó la CECA, pese a haber sido invitada por los otros dos sistemas.

Además de por motivos comerciales, las razones del rechazo de la CECA a tomar parte del *SETI* y, por tanto, el problema de la falta de compatibilidad entre sistemas giraba, principalmente, en torno al diferente grado de cumplimiento de los estándares internacionales por parte de los monederos de *SERMEPA* y de las cajas de ahorros. De este modo, mientras que el *Euro 6000* cumplía con las principales normas emanadas de organismos internacionales, esto es, ISO, EMV (*Eurocard-Mastercard-Visa*) y CEN (Comité Europeo de Normalización), la tecnología *TIBC* sólo cumplía la primera (AUSBANC, 1997, p. 27).

Estas dificultades a la hora de alcanzar acuerdos de "interoperatividad" entre los distintos sistemas provocaron el aplazamiento del lanzamiento del monedero electrónico de alguna de esas compañías. Sólo *Visa Cash* estaba en circulación a gran escala a finales de 1996, situación ésta que ha favorecido a *Visa España* y le ha permitido convertirse hoy en día en el líder español de tarjetas monedero. Por su parte, la CECA, a través de la Caja de Orense, esperó hasta el 5 de febrero de 1997 para lanzar su monedero electrónico bajo la marca *Euro 6000*.

El primer paso dado por la CECA a fin de compatibilizar su tarjeta monedero se dio el 5 de mayo de 1997, mediante la firma de un acuerdo de colaboración con el sistema *4B*, a través del cual ambas instituciones se comprometían a promover que el sistema operativo de las tarjetas que se utilicen en el ámbito del acuerdo sea un sistema homologado, sujeto a los estándares ISO, CEN y EMV. Un nuevo acuerdo fue firmado por la CECA y *Visa España* el 17 de julio de 1998. Con él ambos sistemas adquirían el compromiso de basar

las transacciones realizadas con sus respectivos monederos electrónicos en el estándar europeo *ECBS* (*European Committee for Banking Standars*)[35].

El resultado de todo lo anterior es que, desde un punto de vista tecnológico, existen actualmente dos sistemas que compiten entre sí, *Euro 6000* y *Visa Cash*, y que son lanzados en el mercado nacional bajo tres marcas distintas, a saber, *Euro 6000*, *Visa Cash* y Monedero *4B*. Ésta última puede utilizar una de las dos tecnologías citadas, de forma que los Monederos *4B* utilizan algunas veces la tecnología de *Euro 6000* y otras la de *Visa Cash*.

Por su parte, el *Euro 6000* se ofrece bajo tres modalidades distintas: el monedero asociado a la tarjeta *6000*, el anónimo recargable y el anónimo desechable. El primero contempla la incorporación del monedero electrónico a la tarjeta de débito, mientras que las otras dos no requiere que el titular tenga una cuenta abierta en alguna caja de ahorros. Por su parte el monedero *4B* es del tipo anónimo recargable.

6.1.2.2. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA DOTACIÓN DE TARJETAS DE PAGO EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS

Europa es, después de EE.UU., el segundo gran mercado mundial de tarjetas de pago, repartiéndose entre ambas regiones en torno al 75 por 100 del volumen total de ventas generadas en 1995 por las principales marcas internacionales (figura 6.15).

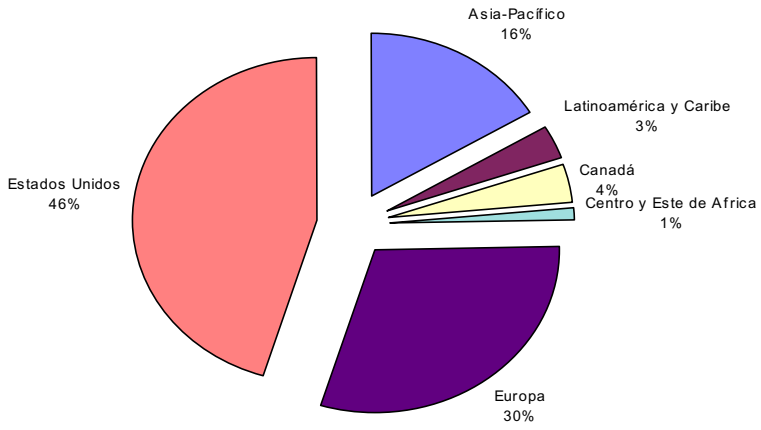
A pesar de este dominio mundial, ambos mercados, norteamericano y europeo, han mantenido y mantienen en la actualidad diferencias importantes entre sí, derivadas de las características singulares con las que se ha producido el desarrollo de cada uno de ellos. Esta diferenciación se basa tanto en cuestiones relacionadas con la oferta -características de los servicios ofertados,

[35] Véase al respecto el Informe Anual de la CECA correspondiente a 1998.

marcas de tarjetas dominantes, nivel de penetración, etc.- como con la demanda -intensidad de uso de estos instrumentos, actitud de los comerciantes respecto a la aceptación de estos instrumentos, etc. De acuerdo con Merigó y Gabeiras (1993, pp. 216-217) las divergencias más importantes quedan resumidas como sigue:

FIGURA 6.15

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO MUNDIAL DE *VISA* Y *MASTERCARD*, 1995 (PORCENTAJES SOBRE VOLUMEN TOTAL DE VENTAS)



Fuente: *Mastercard* y *Visa*, tomado de Lafferty (1997, p. 1).

- En sus inicios, los sistemas de tarjetas desarrollados por las comunidades financieras nacionales europeas se construyeron desde una perspectiva puramente autárquica, frente al carácter internacional de las que tenían su origen en EE.UU.

- Los productos comercializados en los diferentes mercados europeos eran heterogéneos, en el sentido de que en cada país prevalecían distintas funciones sobre las demás (débito diferido, débito, crédito o funciones mixtas). Ello contrasta con la existencia en EE.UU de tarjetas preferentemente de crédito.

- Ha existido un sistema europeo de concepción mixta entre el cheque y la tarjeta, sistema *Eurocheque*, que ha gozado de un extraordinario éxito en gran parte de nuestro continente.

Cabe señalar, sin embargo, que estas particularidades no son extensibles a la totalidad de mercados de tarjetas existentes en Europa ni, en aquellos donde se han presentado, lo han hecho con la misma intensidad, dando ello origen a muchas de las diferencias entre ellos que están vigentes en la actualidad. De este modo, como se aprecia en el cuadro 6.13, el grado de penetración entre la población de cada uno de los sistemas de pago internacionales que, tradicionalmente, han dominado nuestro continente ha sido bastante divergente entre los distintos países, de forma que los situados en el centro de Europa se han visto históricamente influenciados de manera importante por el sistema *Eurocheque*, mientras que los países mediterráneos, excepto en el caso de Italia, han permanecido completamente al margen de lo acontecido en la mayor parte del continente. Estos últimos países, a pesar de aceptar ampliamente los *Eurocheques* en sus comercios y entidades bancarias, no han llegado a emitirlos de forma masiva en el ámbito doméstico. Igualmente, pero en menor medida, ha ocurrido en Francia, Reino Unido, Irlanda y Dinamarca.

Las compañías europeas *Eurocheque* y *Eurocard* se fusionaron en 1992, dando origen a la actual *Europay International*, con lo cual se permitía a las entidades financieras europeas ofrecer a sus clientes una gama completa de productos, con unos servicios de pago a débito -*Eurocheques* y tarjetas de garantía con bandas magnéticas- y servicios de débito diferido, que no de crédito (tarjetas *Eurocard*). La influencia que desde sus orígenes han tenido los sistemas *Eurocheque* y *Eurocard* en la configuración de los sistemas de tarjetas actualmente vigentes en Europa puede resumirse en tres aspectos fundamentales:

CUADRO 6.13

NÚMERO DE TITULARES DE *EUROCHEQUE*, DE TARJETAS *EUROCARD*/*MASTERCARD* Y *VISA* EN PAÍSES DE EUROPA, 1990 (EN PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN TOTAL)

Países	*Eurocheques* (en porcentajes)	*Eurocard*/*Mastercard* (en porcentajes)	*Visa* (en porcentajes)
España	< 1	1	23
Bélgica	36	3	7
Países Bajos	24	6	1
Luxemburgo	41	13	23
Alemania (RFA)	40	4	2
Austria	31	4	3
Suiza	27	7	7
Irlanda	4	8	11
Italia	3	1	5
Dinamarca	5	3	4
Francia	< 1	6	14
Portugal	1	-	5
Grecia	-	1	2
Reino Unido	3	20	45
Yugoslavia	< 1	-	-

Fuente: EFMA. Tomado de BEUC/UFC/154/91. Elaboración propia.

1) Los motivos que dieron origen a ambos sistemas guardan relación con una actitud reacia de la banca europea frente a la aceptación de unas tarjetas de pago de marca internacional, *Visa* y *Mastercard*, que procedían de EE.UU. En países de Europa Central, particularmente en Alemania, estas dos marcas de tarjetas, principalmente la *Visa*, se identificaban como tarjetas dominadas por EE.UU (Lindsey, 1994, p. 31; Lafferty, 1997, p. 106) y se ejercía una gran resistencia a su introducción por parte de las entidades bancarias locales. Como consecuencia de ello, sólo la presión ejercida por la competencia de bancos extranjeros, tales como el *Santander Direkt Bank*, *Barclays* o el *Citibank*, lograron introducir a finales de los ochenta la marca *Visa* en este país y, con ella, la posibilidad de suministro a los clientes bancarios de la opción de crédito *revolving*.

Como reflejo de esta situación, la estructura actual del mercado de tarjetas de pago bancarias en Europa muestra, al contrario de lo que ocurre en España, un claro dominio de la marca *Europay* y un papel secundario de la marca de origen norteamericano *Visa* (cuadro 6.14).

De este modo, con un total de 216,4 millones de tarjetas emitidas en 1995 por ambas marcas, la mayor parte (60,3 por 100) corresponde a la marca *Eurocard*/*Mastercard*, la cual ha concentrado su dominio en las tarjetas de modalidad de débito, mientras que la marca *Visa* ha logrado situarse mejor en aquellas que ofrecen servicios de financiación a sus titulares a través de débito diferido o crédito al consumo. Es este dominio del débito sobre el crédito, precisamente, uno de los rasgos diferenciales del mercado europeo con relación al de EE.UU.

CUADRO 6.14

ESTRUCTURA DEL MERCADO EUROPEO DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS, 1995

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO EUROPEO	
Europay 60,3%	*Visa* 39,7%
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE TARJETAS DE CRÉDITO	
Europay 40,4%	*Visa* 59,6%
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE TARJETAS DE DÉBITO	
Europay 71,2%	*Visa* 28,8%
MERCADO GLOBAL	
Tarjetas de débito 65%	Tarjetas de crédito 35%
Base: Total tarjetas emitidas 216.4 millones	

Fuente: *Europay*, *Visa* EU, tomado de Lafferty (1997, p. 2).

El grado de penetración de las citadas marcas internacionales de tarjetas en cada país, en lo que se refiere al suministro de servicios de financiación, presenta diferencias que revelan una mayor presencia de la marca *Eurocard*/*Mastercard* en los países pertenecientes a Europa Central (Alemania, Austria y Países Bajos) y Suecia, mientras *Visa* domina en el resto (cuadro 6.15). Obsérvese, al respecto, el dominio prácticamente absoluto de esta última marca en dos de los países considerados, a saber, Finlandia (con una cuota de mercado del 94,88 por 100) y España (con un 96,35 por 100).

CUADRO 6.15

CUOTA DE MERCADO DE MARCAS INTERNACIONALES DE TARJETAS DE CRÉDITO/DÉBITO DIFERIDO EN PAÍSES DE EUROPA, 1996

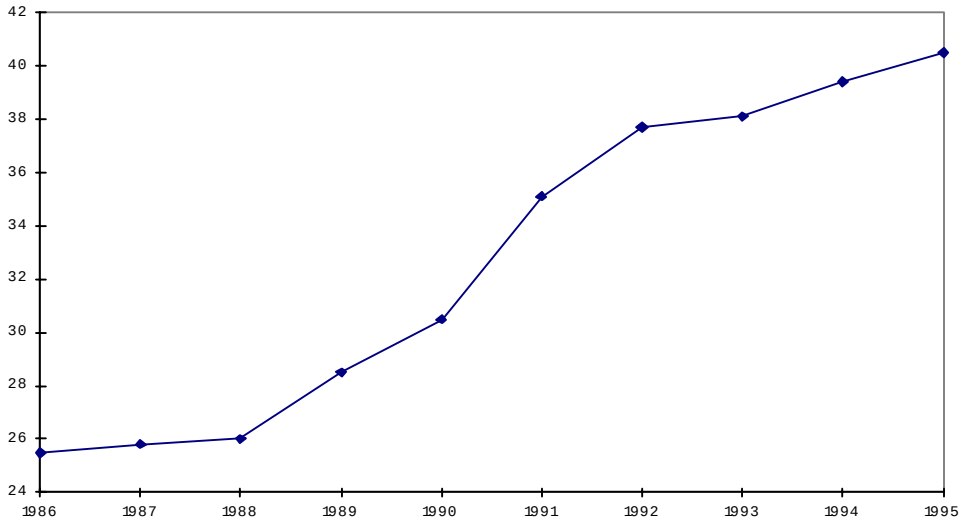
Países	*Eurocard*/*Mastercard* (en porcentajes)	*Visa* (en porcentajes)
España	3,64	96,35
Austria	51,21	48,78
Bélgica	16,73	83,26
Dinamarca	100	_
Finlandia	5,11	94,88
Francia	43,96	56,04
Alemania	70,03	29,97
Irlanda	36,47	63,53
Países Bajos	55,78	44,22
Suecia	55,02	44,98
Reino Unido	39,19	60,81

Fuente: *Europay*, Lafferty Business Research, *Visa*. Elaboración propia**.**

2) Los *Eurocheques* eran instrumentos capaces de cubrir las mismas necesidades básicas que las tarjetas de pago internacionales: por un lado, la amplia red de oficinas bancarias y de comercios donde se admitían permitía a los ciudadanos europeos contar con un instrumento eficaz para la realización de pagos y/o reintegros de efectivo, tanto en el ámbito doméstico, como en países distintos al de origen; por otro lado, la garantía del pago por parte del emisor consistía en la obligación por parte de éste de abonar el importe correspondiente a quien lo presentase al cobro, independientemente de la existencia o no de saldo suficiente en la cuenta del titular del cheque para cubrir su importe. Ello dio origen, principalmente en los países de alto uso de *Eurocheques* (países de Europa Central), a la práctica habitual de autorizar descubiertos en la cuenta corriente del titular, permitiendo así que este instrumento cubriese las necesidades de financiación de aquél de manera muy similar a como lo hacían las tarjetas de crédito. La importancia creciente de esta fuente de financiación en Alemania puede observarse en la figura 6.16.

FIGURA 6.16

EVOLUCIÓN DEL USO DE LOS DESCUBIERTOS EN CUENTA CORRIENTE EN ALEMANIA, 1986-1995 (EN MILES DE MILLONES DE MARCOS ALEMANES)



Fuente: *Deutshe Bundesbank*, tomado de Lafferty (1997, p. 103).

El descubierto en cuenta constituía un producto claramente sustitutivo de la financiación vía tarjetas[36], lo que explica la mayor penetración de las tarjetas de crédito en aquellos países en los que el sistema *Eurocheque* nunca tuvo un papel dominante en el sistema de pago minorista. De hecho, de los 218,4 millones de tarjetas con marcas *Visa* y *Eurocard*/*Mastercard* existentes en Europa durante 1995, sólo un 18,3 por 100 de éstas permitían el acceso a sus clientes a una línea de crédito, concentrándose gran parte de ellas (77,5 por 100) en tan sólo dos países: Reino Unido e Irlanda. En el resto de Europa sólo algunos países, como España o Portugal, permitían a sus clientes el acceso al débito inmediato o diferido (cuadro 6.16). Un caso peculiar lo constituye Francia, donde se permite a la mayor parte de los titulares de tarjetas elegir en el mismo

[36] En el informe de *Visa International* (1996) "*Consumer spending survey*", cuando se les preguntaba a los poseedores de tarjetas de crédito alemanes, que tenían por costumbre liquidar el saldo pendiente en su totalidad a final del período de gracia, por las razones para la no utilización del crédito rotativo, el 14 por 100 apuntaba como principal razón el hecho de disponer ya de facilidades de descubiertos en cuenta corriente.

momento de la compra entre débito inmediato o débito diferido, todo ello utilizando un mismo soporte físico.

CUADRO 6.16

NÚMERO DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN LA UE SEGÚN FUNCIONES, 1996 (POR MIL HABITANTES)

Países	Tarjetas funciones débito diferido/crédito	Tarjetas de débito (1)	Total tarjetas crédito/débito	Porcentaje de tarjetas de crédito sobre el total
España	234	629	863	27
Alemania	139	817	956	14
Países Bajos	218	1159	1378	1
Dinamarca	47	533	580	8
Bélgica	214	713	927	23
Francia (2)	355	466	820	43
Irlanda	263	656	919	40
Italia	131	261	392	50
Austria	133	430	562	24
Finlandia	173	390	562	31
Suecia	137	431	568	24
Reino Unido	561	553	1113	50
Media UE	**217**	**586**	**803**	**27**

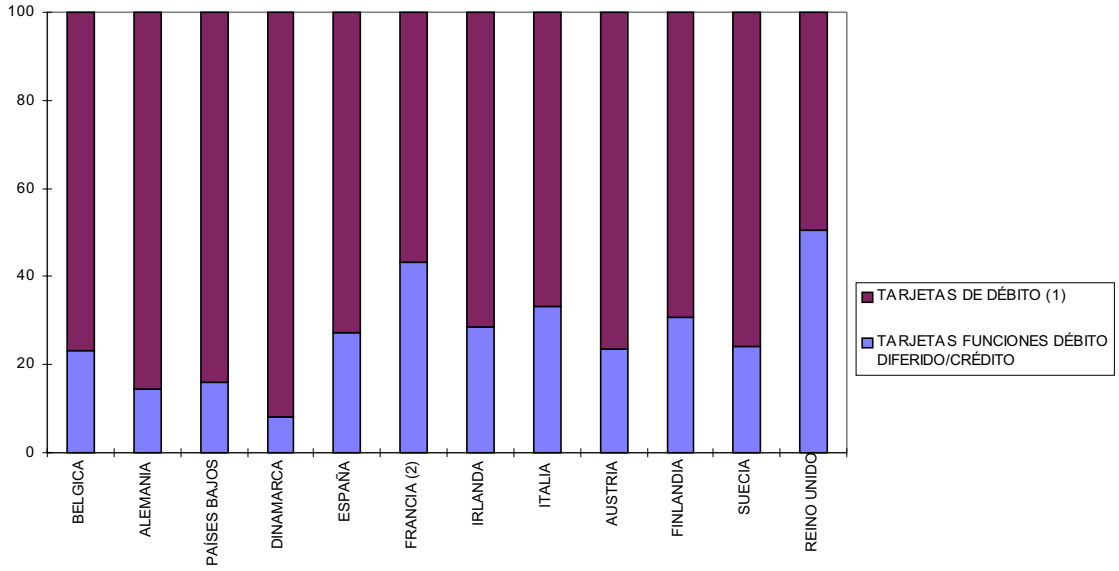
(1) Para Austria y Países Bajos los datos corresponden a 1995.
(2) Se combinan las funciones de débito inmediato y débito diferido en la misma tarjeta física.

Fuente: *Europay*, *Lafferty Business Research*, *Visa*, tomado de Lafferty (1997, p. 4), e IME (1998). Elaboración propia.

En términos relativos, tal y como se observa en la figura 6.17, el dominio de la función de débito sobre la de crédito se refleja en cada uno de los países considerados, siendo más acusado en los países de Europa Central: Alemania (85,5 por 100), Países Bajos (84,18 por 100), Bélgica (76,9 por 100) y Austria (76,34 por 100). Sólo Dinamarca (con un 91,9 por 100) presenta niveles superiores a los de estos países en lo que se refiere a la participación relativa de la función de débito. La única excepción a esta norma general la constituye el Reino Unido, donde ambas modalidades de pago se reparten el mercado prácticamente a partes iguales.

FIGURA 6.17

IMPORTANCIA RELATIVA DE PRINCIPALES MODALIDADES DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS, 1996 (EN PORCENTAJE)



(1) Para Austria y Países Bajos los datos corresponden a 1995.
(2) Se combinan las funciones de débito inmediato y débito diferido en la misma tarjeta física.
Fuente: *Europay*, *Lafferty Business Research*, *Visa*, tomado de Lafferty (1997, p. 4), e IME (1998). Elaboración propia.

España se encuentra en el sexto lugar de los países con mayor dotación per cápita de tarjetas bancarias. Además, cabe destacar que en nuestro país esta dotación supera la media europea tanto en aquellas con funciones de débito como en las de crédito, hecho que sólo ocurre en otros dos países, Irlanda y Países Bajos.

3) Por último, el hábito adquirido por los comerciantes respecto al uso de unos instrumentos de pago que, generalmente[37], han estado libres de carga, ha dificultado la posterior aceptación por parte de aquellos de los descuentos de ventas impuestos por las entidades emisoras de tarjetas de pago bancarias. Tal y como afirmaba el BEUC en su informe "*EEC-Study on Credit Cards*"

[37] De acuerdo con el informe de la Comisión "*Making Payment in the Internal Market*" (anexo 2, p. 2), en Francia los bancos aceptantes de *Eurocheque* aplican una comisión a los clientes comerciantes que ingresan *Eurocheques* en sus cuentas. Esta práctica, sin embargo, ha llevado a algunos comerciantes a aplicar un recargo a los clientes cuando pagan con estos instrumentos.

(BEUC/8/89, p. 12): "Una de las razones por las que los sistemas de tarjetas de crédito se están desarrollando más lentamente en los países *Eurocheque* que en cualquier otro lugar, es que los comerciantes no están habituados a tener que pagar un porcentaje de los costes del sistema de pago... Lo que es más, debido a que los sistemas no están todavía bien establecidos en los países *Eurocheque*, el porcentaje que se solicita de los comerciantes tiende a ser más elevado que en otros países, una política que es necesaria para cubrir los costes de transacción pero que no conduce a un crecimiento de la red". Esta afirmación, realizada a finales de los ochenta, es trasladable a nuestros días en países como Alemania, Austria o Países Bajos, donde los comerciantes han tomado una posición activa de rechazo hacia el pago a través de tarjetas[38], principalmente las de crédito, que son las que imponen unos mayores descuentos sobre sus ventas (Lafferty, 1997, pp. 25, 119 y 167).

Otro aspecto que es importante destacar es que las transformaciones más importantes que se han producido en los mercados de tarjetas de los países de nuestro entorno han recaído sobre el segmento de tarjetas de crédito y han sido impulsadas por el incremento de competencia procedente de entidades bancarias extranjeras y/o de compañías ajenas al sector bancario. Ejemplos de este hecho son los mercados belga, alemán, francés y el correspondiente al Reino Unido (Lafferty, 1997, pp. 35, 42, 83, 106, 251 y 254):

- En Bélgica, país en el que tradicionalmente las tarjetas de crédito han funcionado como tarjetas de débito diferido, las entidades bancarias locales han tenido que replantear sus estrategias ante la competencia de bancos norteamericanos (Citibank) y empresas financieras francesas (*Cetelem*) que ofrecen líneas de crédito a sus clientes en todas sus tarjetas y han conseguido dominar dicho segmento de mercado en este país.

[38] Este rechazo se materializa en desanimar a los clientes al pago con tarjetas de crédito en favor de otros instrumentos o el simple rechazo de determinadas marcas de tarjetas de crédito a pesar de exponer sus logotipos en los establecimientos.

- En Alemania, hasta finales de la década de los ochenta, las entidades bancarias, a través del control sobre las tarjetas de marcas *Eurocheque* (con funciones de garantía o de débito inmediato) y *Eurocard* (con funciones de débito diferido), habían conseguido mantener apartadas de su mercado a las tarjetas bancarias internacionales y, con ello, contener la extensión del uso de la financiación mediante crédito *revolving* entre sus titulares. Sin embargo, desde finales de los ochenta la entrada de bancos extranjeros -entre las que caben destacar al *Citibank, Barclays* y *Santander Direkt Bank*- permitió la introducción de la marca *Visa* en el país con líneas de crédito asociadas, provocando la reacción de entidades bancarias locales, como fue el caso del *Deutsche Bank*, que comenzó en 1991 a ofrecer sus tarjetas *Eurocard* con opción a crédito *revolving*. A su vez, la competencia extranjera logró erosionar el monopolio mantenido hasta entonces por la compañía *Gesellschaft für Zahlungssysteme (GZS)*, que controlaba todos los aspectos relacionados con las tarjetas *Eurocard* en dicho país. En 1995, la marca *Visa* acaparaba el 32,55 por 100 del mercado alemán de tarjetas de crédito/débito diferido.

- El mercado de tarjetas bancarias del Reino Unido sufre desde mediados de los noventa una fuerte competencia de entidades procedentes de EE.UU, entre las que caben destacar *American Express* (que añadió la opción de crédito a sus tradicionales tarjetas *T&E*), *MBNA*, con sus programas de tarjetas *affinity*, y de marcas compartidas o *Household International*, con sus tarjetas GM. La estrategia seguida por los nuevos entrantes en el mercado se ha basado en una política agresiva de precios, en concreto se ofertan tarjetas que no cobran cuota anual a sus titulares y que llevan aparejadas líneas de crédito con unos tipos de interés que se sitúan

entre 4 y 7 puntos porcentuales por debajo de los ofrecidos por las entidades domésticas.

- El mercado de tarjetas de crédito francés ha sido invadido por las emitidas por parte de entidades financieras no bancarias, especializadas en el crédito al consumo, entre las que caben destacar *Cetelem*, *Cofinoga*, *Sovac* y *Banque Sofinco*. El dominio del mercado por parte de estas compañías ha llevado a la atípica situación en la que los principales bancos franceses emiten las tarjetas Aurora, de la compañía *Cetelem*s, con preferencia a las marcas *Visa* y *Eurocard*.

Respecto al grado de concentración en la emisión de tarjetas, posible medida del nivel de competencia en cada mercado, cabe destacar, en líneas generales, la considerable concentración existente en algunos países del centro y norte de Europa con unas cuotas de emisión de tarjetas de crédito por parte de las tres principales entidades cercanas o superiores al 80 por 100 en Austria, Países Bajos, Finlandia y Suecia. Alemania y Bélgica con unas cuotas del 52,63 y 42,44 por 100 son las dos excepciones en este grupo de países (cuadro 6.17). Cabe destacar que en España[39], a pesar de que a las tres principales entidades emisoras les corresponden aproximadamente una de cada tres tarjetas de crédito existentes en nuestro mercado, se reflejan los menores niveles de concentración en relación con los existentes en el conjunto de países considerados, muy por debajo de mercados tan competitivos como el del Reino Unido, cuya ratio asciende al 64 por 100 de las tarjetas emitidas.

[39] Hay que tener en cuenta la reciente fusión del Banco Santander con el Banco Central Hispano, dando lugar al BSCH. En 1996, estas entidades acaparaban la emisión de 1.135.000 tarjetas de crédito (12,35 por 100 del mercado nacional), cantidad únicamente superada por el BBV. Aunque la fusión se ha producido en un momento posterior a 1996, si la tuviésemos en cuenta en este año a efectos comparativos, la concentración del mercado español respecto a la emisión de tarjetas de crédito sólo ascendería al 37 por 100, cifra muy inferior a la que está presente en otros países.

CUADRO 6.17

CONCENTRACIÓN DE EMISIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO EN PAÍSES DE LA UE (1)

País	Entidades	Número de tarjetas (2)	Ratio de Concentración (tres primeras entidades)
España (4)	BBV La Caixa Banco Popular	1.213.702 1.039.693 769.411	**32,89%**
Alemania (3)	*DSGV* *Bundesverbank der Deutshen Bolksbanken und Raiffeisenbanken* *Bankgesellschaft Berlin*	2.940.000 1.600.000 860.000	**52,63%**
Austria (3)	*Europay Austria* *Bank Austria* *RZB*	376.574 286.000 142.800	**81,62%**
Bélgica (3)	*Generale Bank* *ASLK-CGER Bank* *Bank Brussels Lambert*	329.100 266.000 253.000	**42.44%**
Países Bajos (3)	*VSB International* *Postbank* *ABN AMRO*	1.500.000 695.000 450.000	**83,1%**
Suecia (3) (5)	*S-E Banken* *Sparbanken Sverige* *Nordbanken*	910.000 691.650 601.000	**70,86%**
Finlandia (4)	*Merita* *Okobank Bank* *Postipankki*	312000 280.000 105.000	**87,45%**
Francia (3)	*Credit Agricole* *Banque National de Paris* *Crédit Mutuel*	4.900.000 2.040.000 1.840.000	**48,79%**
Reino Unido (3)	*Barclaycard* *Lloyds TSB* *NatWest*	6.944.000 5.293.000 3.686.000	**64,18%**

(1) Incluye tarjetas de crédito/débito diferido bajo las marcas *Visa* y *Eurocard*.
(2) Estimación.
(3) Datos correspondientes a 1995.
(4) Datos correspondientes a 1996.
(5) En Suecia los datos incluyen tarjetas de débito bajo marca *Visa* y *Eurocard*.

Fuente: Fuentes específicas: Austria, *Bank Card Company*; Reino Unido, *BBA*; Fuentes genéricas: *Lafferty Business Research*, tomado de Lafferty (1997). Elaboración propia.

Del análisis comparativo realizado en las líneas que preceden, se deduce que en el mercado español de tarjetas de pago bancarias han estado ausentes muchas circunstancias que en otros mercados han obstaculizado de manera importante el desarrollo de estos productos. De este modo, nuestro país, igual que el resto de países del área mediterránea, ha quedado prácticamente al

margen de la influencia de los *Eurocheques*. Ello supone que aspectos tales como la actitud reacia de los comercios ante la aceptación de tarjetas o el arraigo entre la población del uso de unos instrumentos sustitutivos de las tarjetas bancarias, tanto en los pagos a débito como a crédito (mediante descubierto en cuenta corriente), nunca han estado presentes con tanta intensidad en nuestros mercados como lo han hecho en el caso de otros países, principalmente los de Europa central. Igualmente, al quedar apartado de la zona *Eurocheque*, no han existido en el mercado español obstáculos importantes para la introducción de tarjetas de origen americano y, con ellas, de la oferta a la clientela bancaria de la posibilidad de disponer de crédito a través de tarjetas. Prueba de ello es el dominio prácticamente absoluto de la marca *Visa* en nuestro país, algo que sólo ocurre en otro, Finlandia. A lo anterior se suma la inexistencia de posiciones monopolísticas o cuasimonopolísticas en la emisión de tarjetas bancarias en el mercado español, de forma que España presenta la ratio de concentración más reducida de entre los países de nuestro entorno. Sin embargo, hay que hacer mención a la situación privilegiada de la que gozan nuestras entidades, como consecuencia de la ausencia de una competencia internacional e intersectorial efectiva en la industria de los servicios de pago mediante tarjetas.

6.1.2.3. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA DOTACIÓN DE MONEDEROS ELECTRÓNICOS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS

Si bien las primeras aplicaciones de la tecnología *chip* a tarjetas de plástico proceden de Francia, país que en 1992 había equipado el 100 por 100 de sus tarjetas con esta tecnología, no ha sido hasta 1996 cuando las entidades financieras de este país han comenzado a experimentar con programas de monederos electrónicos dirigidos al segmento de mercado de pequeños importes. No obstante, la experiencia francesa en la aplicación de esta tecnología y los resultados positivos obtenidos han servido de referencia para el desarrollo de diferentes programas de monederos electrónicos en

Europa durante la primera mitad de los noventa. De este modo, tal y como se aprecia en el cuadro 6.18, la gran mayoría de Estados miembros de la UE contaban en 1997 con monederos electrónicos circulando en sus mercados.

CUADRO 6.18

SITUACIÓN EN EUROPA DE LOS PRINCIPALES PROGRAMAS DE MONEDEROS ELECTRÓNICOS, 1997

Países	Emisores	Proyecto	Inicio	Desechable o recargable
España	*Sistema 4B* *SEMP* CECA	Monedero *4B* *Visa*Cash *Euro 6000*	Mayo 1994 Septiembre 1994 Septiembre 1996	Recargable Recargable Ambos
Alemania	*ZKA*	*Geldkarte*	Noviembre 1996	Recargable
Austria	*APSS*	*Quick*	Noviembre 1995	Recargable
Bélgica	*Banksys*	*Protón*	Febrebro 1995	Recargable
Dinamarca	*Danmont*	*Dancoin*	Septiembre 1992	Desechable
Finlandia	*Toimiraha*	*Avant*	Enero 1994	Ambos
Holanda	*Interpay* *Postbank*	*Chipknip* *ChippCard*	Septiembre 1996 1erTrimestre 1997	Recargable Recargable
Italia	*SSB* *Cariplo* Algunas cajas rurales	*Minipay* *VisaCash* *Cassamat*	Junio 1996 Diciembre 1996 Octubre 1994	Recargable Recargable Recargable
Portugal	*SIBS*	*Portamoedas* *Multibanco*	Julio 1994	Recargable
Reino Unido	*Mondex* Algunos Bancos	*Mondex* *VisaCash*	Julio 1995 Julio 1997	Recargable Recargable
Suecia	*Swedbank Nordbanken y S-E-Banken*	*Cash*	Verano 1997	Recargable
Suiza	*Telekurs*	*Cash-Karte*	Enero 1997	Recargable

Fuente: De la Viuda (1997), Lafferty (1997) y Böhle y otros (1999). Elaboración propia.

Varias son las razones que explican el creciente interés en, prácticamente, todos los países de nuestro entorno por el desarrollo de una tecnología que ya estaba disponible desde los años setenta, pero prácticamente olvidada en sus aplicaciones a la actividad bancaria. Entre ellas caben destacar la disminución de los costes de fabricación de los *chip*, una creciente preocupación por la vulnerabilidad de la banda magnética ante el fraude, búsqueda de nuevas fuentes de ingresos en la actividad bancaria, necesidad de una mayor seguridad ante el fomento de transacciones realizadas a distancia y el interés de la Comisión Europea por fomentar estos instrumentos en el marco de la UEM (Bernal, 1997, pp. 40-44).

Cabe señalar en relación al desarrollo de este producto que, pese a que el criterio seguido por los bancos centrales de la UE en materia de sistemas de pago de pequeño importe ha sido dejar que sea el propio mercado quien elija los mejores instrumentos de pago, en el caso del monedero electrónico el Instituto Monetario Europeo (1994, p. 2) aconsejó a las autoridades monetarias nacionales prestar "especial atención" a su desarrollo, al objeto de preservar la protección de los clientes y de salvaguardar el sistema de pago. Siguiendo las recomendaciones concretas dadas por este organismo, las legislaciones de la mayor parte de los Estados miembros de la UE han restringido la emisión de estos instrumentos a las entidades de crédito y en aquellas donde todavía no existe normativa las autoridades nacionales no parecen muy favorables a admitir a otras distintas de las anteriores[40] (Alejano y Peñalosa, 1998, p. 59). Las excepciones más importantes a esta regla general se encuentran en Dinamarca, con su monedero *Danmont*, y Finlandia, con el monedero electrónico *Automatia*, donde estos instrumentos son emitidos por las compañías *Danmont* y *Avant* respectivamente. Estas entidades, pese a ser propiedad de los bancos nacionales, no tienen el *estatus* de entidades financieras (Böhle y otros, 1999, p. 60). Cabría señalar igualmente como excepción la postura permisiva del Banco Central Sueco ante la emisión de tarjetas de prepago por entidades no bancarias, rompiendo así con la norma general seguida por la mayoría de bancos centrales de la UE (Lafferty, 1997, p. 200).

En algunos casos, los bancos centrales han tomado una posición más activa en el desarrollo de estos instrumentos de pago en sus respectivos países. El mejor ejemplo de ello lo constituye el Banco Central de Finlandia, que lanzó en 1993 la primera tarjeta del mundo controlada por un banco

[40] En el caso concreto de España, el Real Decreto 1245/1995 considera el pasivo que figura en los balances de las entidades emisoras, que son contrapartida de las tarjetas electrónicas de prepago, como fondos reembolsables del público, fondos éstos que exclusivamente pueden ser captados por las entidades de crédito, según la Ley 26/1988, y, dentro de este grupo, únicamente pueden emitirla las entidades de depósito, pues los establecimientos financieros de crédito no pueden captar fondos reembolsables.

central. Cabe señalar, sin embargo, que la envergadura del proyecto obligó a la máxima autoridad monetaria de aquel país a vender el proyecto en 1995 a las tres principales entidades bancarias nacionales, *Merita*, *Leonia* y *Okobank*. En Italia, el banco central no sólo ha limitado su emisión a entidades bancarias, sino también el importe máximo que se puede grabar en estos instrumentos, al mismo tiempo que ha prohibido la transferencia de valor entre tarjetas. Por su parte, en Alemania, a la actitud reacia de los comerciantes se unía la oposición del *Bundesbank* al desarrollo de unos productos que podían mermar los ingresos obtenidos de la emisión de moneda física y su capacidad de control de la oferta monetaria (Lafferty, 1997, pp. 67 y 111; Böhle y otros, 1999, pp. 6, 31 y 44).

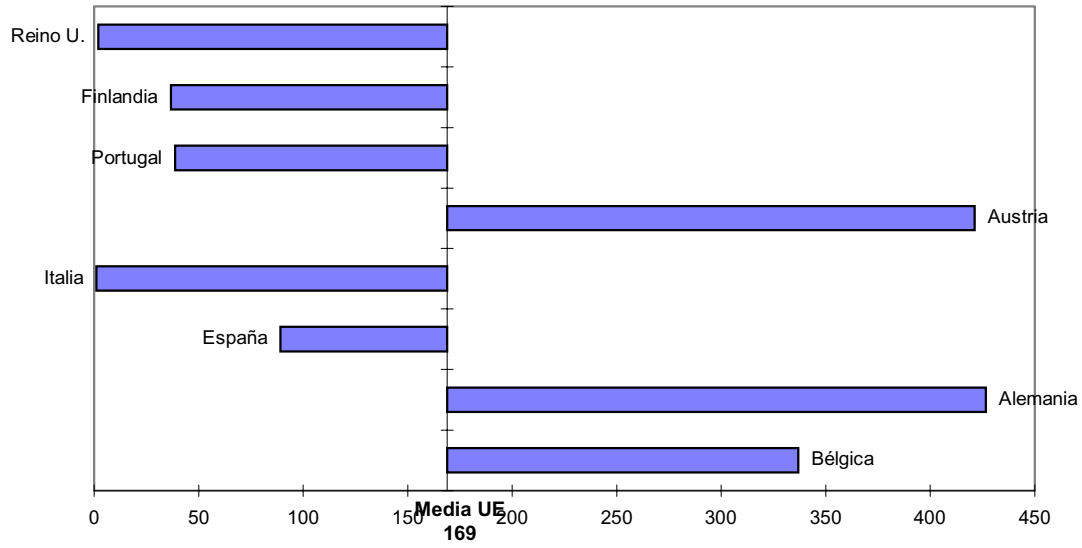
Los primeros datos suministrados por el IME y BCE sobre la situación de estos sistemas en distintos países de Europa muestran la relativa inmadurez en la que aún se encuentra este mercado, con unos 46 millones de tarjetas *chip* emitidas hasta 1997, que vienen a representar sólo en torno al 13 por 100 del total de tarjetas en circulación en Europa. Por otro lado, también ponen de manifiesto la importante apuesta de las entidades bancarias europeas a la hora de dotar de estos instrumentos a sus respectivas poblaciones. Ello se infiere del espectacular crecimiento que, en tan sólo un año, se ha producido en el mercado europeo, con una emisión de unos 17 millones de tarjetas con *chip* incorporado, lo que suponía un incremento en la dotación de estos instrumentos de, aproximadamente, 60 por 100 en el período 1996-1997.

En los tres países que presentan una mayor penetración entre la población de los monederos electrónicos, Austria, Bélgica y Alemania, sus entidades emisoras han apostado por incorporar estos productos a todas sus tarjetas de débito y crédito tradicionales, de forma que físicamente las nuevas tarjetas incorporan tanto banda magnética como *chip* y, en el momento de realizar una transacción, el cliente elige la forma de pago, bien a débito o bien reduciendo el valor almacenado del monedero. En España, que ocupa un

cuarto lugar en dotación per cápita de estos instrumentos, en relación con los países considerados, la forma más extendida de emisión de los monederos ha consistido en hacerlo de manera independiente al resto de tarjetas (figura 6.18).

FIGURA 6.18

NÚMERO DE MONEDEROS ELECTRÓNICOS EN ALGUNOS PAÍSES DE EUROPA, 1997 (POR MILLÓN DE HABITANTES)



Fuente: BCE (1999). Elaboración propia.

En la mayoría de países existe un solo proyecto de monedero electrónico dominante, situación que contrasta con la española e italiana en la que existen tres marcas de monederos circulando en sus mercados. Respecto a sus características, la mayoría son recargables (véase cuadro 6.18). Únicamente en Dinamarca, España y Finlandia se comercializan tarjetas de prepago desechables y que, por tanto, no pueden considerarse monederos electrónicos en sentido estricto atendiendo a la definición dada por el IME, BPI y BCE de estos últimos. Por otro lado, es preciso hacer referencia a que muchos de estos proyectos de monedero han aprovechado la multifuncionalidad de estos instrumentos, añadiéndoles, por ejemplo, las funciones de llave de acceso a lugares públicos, almacenamiento de firma digital, expediente médico del titular,

programas de fidelización, etc., además de su función como instrumento de pago.

Por último, cabe señalar que, pese a su importante crecimiento durante los últimos años, la difusión de estos instrumentos se está enfrentando a graves inconvenientes, entre los que se encuentran como más importantes la ausencia de una normativa legal que respalde las transacciones realizadas, la posible resistencia del usuario al abandono del efectivo, las considerables inversiones que las entidades deben de afrontar y la falta de acuerdos de "interoperatividad" entre compañías emisoras nacionales e internacionales a fin de internacionalizar el uso de estos instrumentos (Bernal, 1997, pp. 44-46)[41].

6.2. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE SERVICIOS DE PAGO CON TARJETAS EN ESPAÑA

Una dotación de tarjetas bancarias que en 1997 superaba los 34 millones para una población cercana a los 39 millones de personas y un parque de CA y TPV que se encuentra entre los más densos del mundo no han sido suficientes para conseguir que los clientes bancarios españoles realicen un uso intensivo de las tarjetas de pago bancarias. Por este motivo, hemos creído conveniente profundizar aún más en las características de la oferta española, analizando para ello las condiciones -de precio, contractuales, etc.- en las que estos productos son ofrecidos a sus clientes. Estas cuestiones son abordadas en los siguientes epígrafes.

[41] Chityala (1998, p. 18) señala un nuevo inconveniente surgido en torno al desarrollo de las tarjetas *chip* y que se refiere al *DPA* (*Differential Power Analysis*), un método que permite descifrar la lógica del *chip* y que, por lo tanto, puede menguar la seguridad de este instrumento.

6.2.1. CONDICIONES EN LAS QUE SE OFRECEN LOS SERVICIOS DE PAGO CON TARJETAS A SUS TITULARES

6.2.1.1. POLÍTICA DE PRECIOS

Al tratar los precios de los servicios de pago cabe recordar lo dicho en líneas anteriores sobre los inconvenientes existentes a la hora de determinar su posible influencia sobre la demanda, como consecuencia de la dificultad a la que se enfrentan los usuarios cuando intentan comparar los costes por transacción relacionados con el uso de cada instrumento de pago, por la existencia de diferencias poco significativas entre los precios explícitos asociados a los distintos instrumentos y a la rigidez de aquellos en el tiempo. Pese a estos inconvenientes, existe un solo país, Noruega[1], en el que se ha recogido de manera sistemática información tanto de los precios como del número de operaciones realizadas con cada instrumento de pago. Humphrey y otros (1998, 1999) analizaron recientemente la relación existente entre ambas variables a lo largo del tiempo, en concreto estudiaron cómo afectaba al volumen de operaciones realizadas con CA, TPV y cheques un incremento en el precio por operación. Entre sus conclusiones se establecía lo siguiente: "... los clientes son bastante sensibles ante el establecimiento de precios explícitos en los servicios de pago. Todas las elasticidades de precio directas de demanda son significativamente negativas desde el punto de vista estadístico..."

Esta relación inversa entre precio y cantidad demandada de los servicios de pago justifica el que prestemos una especial atención al nivel y evolución de aquellos en el mercado español de tarjetas, a fin de constatar si existen

[1] A mediados de los ochenta, las entidades de depósito Noruegas comenzaron a establecer costes explícitos por cada operación de pago iniciada por el cliente, de forma que el precio era menor cuando se trataban de pagos electrónicos y mayor en el caso del uso del cheque. La evolución de los precios y de la correspondiente demanda de los servicios de pago fue recogida y constituye, de acuerdo con Humphrey y otros (1997, p. 71), la única evidencia empírica sobre la relación entre ambas variables.

diferencias significativas respecto a la situación vigente en otros países de nuestro entorno que, en cierto modo, puedan explicar la infrautilización de las tarjetas bancarias en nuestro país. Pero, a su vez, es interesante por cuanto la estructura actual y evolución reciente de los precios vigentes en el mercado pueden reflejar el grado de competencia "vía precios" entablada entre las distintas entidades bancarias operantes.

De acuerdo con lo anterior, en el presente apartado nos centraremos en aquellas partidas de costes que, de manera explícita, son soportadas por los titulares de tarjetas bancarias. La estructura de tales costes incluye unos que son fijos, formados por las cuotas anuales por posesión de tarjetas, y otros variables, que el titular tiene, normalmente, la posibilidad de eludir. En el caso de las tarjetas de crédito, estos últimos aparecen cuando el titular opta por el pago financiado con crédito *revolving* o cuando las utiliza para retirar efectivo en CA, independientemente de si éste pertenece a su entidad o no. En las tarjetas de modalidad de débito, generalmente se soportan dichos costes variables cuando se utilizan en CA ajenos a la red a la que pertenece la entidad emisora.

Centrándonos en el caso español, en el cuadro 6.19 se muestran los diferentes precios establecidos por las entidades emisoras por el uso de las tarjetas de crédito y débito. Un primer hecho que llama la atención es la relativa homogeneidad existente en los precios y condiciones generales impuestos por las entidades a sus respectivos titulares, principalmente hasta mediados de los noventa. Nótese, por ejemplo, que en 1993 nueve de las catorce entidades consideradas ofertaban la financiación vía tarjetas de crédito a idéntico precio (24,6 por 100 TAE), situación que ha cambiado notablemente si consideramos la misma información referida a 1997, aunque los principales bancos emisores siguen manteniendo dichos tipos de interés. Obsérvese, igualmente, que no se aprecian diferencias sustanciales en dicho año entre las comisiones aplicadas

CUADRO 6.19

CONDICIONES DE LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO EN PRINCIPALES ENTIDADES BANCARIAS ESPAÑOLAS

	Condiciones oferta tarjetas de crédito										Condiciones oferta tarjetas de débito				
	Tipo de tarjeta crédito	Tipos interés crédito (T.A.E)		Cuota anual		Devolución pago financiado (1997)		Comisiones por retiradas de efectivo (1997)			Tipo de tarjeta de débito (1997)	Cuota anual titular (1997)	Comisiones por retirada de efectivo (1997)		
		1993	1997	1993	1997	Devolución cantidad fija	Devolución porcentaje fijo	En la propia entidad	En la propia red	En red ajena			En la propia entidad	En la propia red	En red ajena
Bancos															
BBV	VISA CLÁSICA	24,6	24,6	2250	3000	Min.5000	Min. 10%	2% Min 275	4% Min.400	4% Min.400	Servired	750	No	No	2% Min 350
BCH	VISA CLÁSICA	24,6	24,6	_	2900	Min.3000	Min. 10%	2% Min 200	2% Min.200	4% Min.400	4B	950	No	No	3% Min.300
SANTANDER	VISA CLÁSICA	24,6	24,6	_	2900	Min.5000	Min. 10%	2,5% Min.275	4% Min.400	4% Min.400	4B	950	No	No	2% Min.350
BANESTO	VISA CLÁSICA	_	22,5	_	2950	Min.5000	Min. 10%	2% Min.275	2% Min.400	4% Min.400	4B	850	No	No	2% Min.350
ARGENTARIA	VISA CLÁSICA	24,6	24,6	_	2750	_	_	_	_	4% Min.400	Servired	750	No	No	300 por oper.
Cajas A.															
CAIXA	VISA CLÁSICA	18-26,82	18-26,82	2000	2500	Min.10% límite	Min.10% límite	2% Min.300	3% Min.500	3% Min.500	6000 y Visa	1000	No	3% Min.400	3% Min.400
C. MADRID	VISA CLÁSICA	23,14	19,56	1500	2000	Min.5000	Min. 10%	2% Min 200	2% Min 200	4% Min.400	6000 y Visa	500	No	No	2,5%Min.250
C.A.CATALUÑ	VISA CLÁSICA	24,6	20,98	2000	2300	_	_	2,5% Min 250	4% Min.425	4% Min.425	Visa electrón	550	No	No	2,5%Min.250
BANCAJA	VISA CLÁSICA	_	16,07	_	2000	Min.10.000	Min. 10%	2% Min 200	4% Min.400	4% Min.400	6000 y Visa	500	No	Red 6000: 150/Visa: 3% Min.300	Red 6000: 150/Visa: 3% Min.300
Otras															
B. POPULAR	VISA CLÁSICA	24,6	14,03	_	2750	Min.5% limite	Min. 10%	2,5% Min 275	4% Min.400	4% Min.400	4B	1000	No	No	2% Min.225
BARCLAYS	VISA CLÁSICA	24,6	18,75	2000	2500	Min.10.000	Min. 10%	2% Min.300	2% Min.300	4% Min.400	Servired	500	No	No	300
B. ATLÁNTIC.	VISA CLÁSICA	24,6	_	1750	_	_	_	_	_	_					
BANKINTER	VISA CLÁSICA	24,6	16,07	_	2500	Min.10.000	10% Min.10.000	2% Min 275	2% Min 275	4% Min.400	Servired	500	No	No	275
C. ESPAÑA	VISA CLÁSICA	23,14	19,56	_	2000	Min.5000	Min. 5%	2% Min 200	4% Min.400	4% Min.400	6000 y Visa	500	No	200	3% Min. 300

Fuente: **Datos del 1993**: Información facilitada por la consultora DBK, S.A; *El País Semanal* (10/10/93, pp. 60-64), revista publicada por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), *Dinero y Derecho*, (Agosto 1993, nº 18, p. 2). **Datos de 1997**: Información facilitada por Fismetic y entidades bancarias; revistas *Inversión* (7/2/97, pp. 16-18), *Ciudadano* (julio-agosto 1997, pp. 31-38), *CNR* (abril/97, nº 2, pp. 74-79), *Banca 15* (febrero-marzo/97, pp. 32-33), diarios *El País* de 18/5/97 y 21/7/97, *Expansión* de 3/1/97, *El Periódico* de 30/3/96. Elaboración propia.

por las entidades en caso de retirada de efectivo de los CA con tarjetas bancarias, especialmente de crédito.

Entre los anteriores costes que recaen sobre los usuarios, es interesante detenerse en el análisis de los tipos de interés, por cuanto están ligados al servicio que menor éxito ha obtenido en el mercado español entre los ofrecidos vía tarjetas, esto es, el crédito *revolving*. Ya se ha observado la relativa homogeneidad de las tarifas aplicadas por las distintas entidades. Cabría preguntarse ahora por su evolución a lo largo del tiempo.

En relación con lo anterior, cabe señalar que la ausencia de referencias oficiales sobre los tipos de interés aplicados en cada periodo y las dificultades para recabarlas directamente de las entidades han obstaculizado, en gran medida, la obtención de información al respecto. Sin embargo, la consulta de las escasas referencias existentes procedentes de diversas fuentes apuntan a que ha existido hasta mediado de los noventa una rigidez de precios prácticamente absoluta. De este modo, en una publicación interna del año 1985 del Banco de Bilbao[2], que tras su fusión con el Banco de Vizcaya para formar el BBV se ha convertido en el principal emisor de tarjetas de crédito del país -aproximadamente el 13 por 100 del total de tarjetas emitidas-, se recogía que los tipos de interés aplicados por aplazamiento de pago a través de la tarjeta *Visa* ascendía al 1,85 por 100 mensual, tarifa idéntica a la aplicada doce años después (véase cuadro 6.19). En la misma línea, a finales de 1988 en un estudio llevado a cabo por el BEUC se constataba la existencia en el mercado español de unos tipos medios del 1,75 por 100 (BEUC/8/89, p. 32). Un trabajo posterior realizado en 1989 por el *Institut Europeen Interregional de la Consommation*[3] reflejaba que los tipos anuales efectivos del crédito con tarjetas aplicados por los principales bancos y cajas en Barcelona rondaban

[2] Nos referimos al "Manual guía de servicios del Banco de Bilbao", de abril de 1985.

[3] La publicación se emitió bajo el título *Le Credit Permanent Dans Sept Pays de la C.E.E* en mayo de 1990.

entre el 1,75 y 1,85 por 100 mensual. En el caso de la ciudad de Oviedo, el Banco de Fomento reflejaba un tipo de interés del 1,75 por 100 mensual (23,14 TAE) y el *Citibank* uno inferior que ascendía al 1 por 100 mensual (12,68 TAE). Otras fuentes adicionales apuntan en la misma dirección. Así, de las numerosas consultas que hemos realizado personalmente a las principales entidades emisoras sólo dos, Banco de Santander y Banco Popular, han respondido, manifestando ambos por escrito que los tipos aplicados en 1990 para la marca *Visa Classic* era del 1,85 por 100 mensual. Otras referencias en notas de prensa y revistas apuntan igualmente a esta rigidez de precios en los tipos de interés: el diario El País de fecha 24/11/91 apuntaba que el tipo de interés medio cobrado en nuestro mercado se situaba en torno al 24 por 100; la OCU, a través de su revista Dinero y Derecho (diciembre 1992, nº 4, pp. 4-9) señalaba a unos tipos de interés superiores al 23 por 100.

En definitiva, de acuerdo con las referencias anteriores, cabe deducir que, al menos hasta mediados de la década de los noventa, la evolución de los tipos de interés asociados a la financiación instrumentada con tarjetas de crédito ha quedado al margen de la progresiva reducción de precios acontecida en nuestro sistema financiero, así como de la presión a la baja que cabría esperar en mercados en los que se producen una progresiva intensificación de la competencia. Esta situación no es, sin embargo, peculiar de nuestro país, sino que también se da en otros en los que se cumplen, en gran medida, las condiciones que definen un mercado perfectamente competitivo, como es el caso de EE.UU[4], donde las compañías emisoras, lejos de competir vía

[4] De acuerdo con Ausubel (1991, p. 50), la situación de la industria de tarjetas de crédito en EE.UU era consistente con las condiciones básicas que debe de regir, de acuerdo con la teoría económica, en un mercado de competencia perfecta: existían 4.000 entidades que ofertaban unos productos relativamente homogéneos; existía una reducida concentración, con una cuota de mercado de las 10 principales entidades que concentraba tan sólo 2/5 partes del mercado; las entidades operaban en el mercado sin barreras regulatorias que limitasen la expansión de su negocio o la libre fijación de precios durante la mayor parte de la década; no existían evidencias de prácticas colusorias entre entidades respecto a la fijación de precios o respecto a la libre entrada y salida de empresas de la industria. Sin embargo, en contra de lo que predeciría la teoría económica bajo las anteriores condiciones, Ausubel constata que durante el período 1982-1989 no ha habido una aproximación entre los precios de la financiación a través de estos instrumentos y los costes marginales soportados por las entidades -representados

reducción de precios, han optado por una competencia basada en ofrecer servicios complementarios o beneficios a sus titulares por el uso de tales instrumentos (Calem, 1992, p. 9).

¿Cómo se explica teóricamente la elevada cuantía y la rigidez en el comportamiento de los precios de la financiación vía tarjetas? Tres, principalmente, han sido los argumentos teóricos utilizados para explicar esta situación en la industria de servicios de pago con tarjetas:

- Tal y como señala Ausubel (1991, p. 55), las entidades emisoras justifican los altos precios cobrados por la financiación vía tarjetas por la necesidad de imponer sobre el coste de oportunidad de los fondos, es decir, el interés sacrificado en un tipo alternativo de préstamo bancario, un margen suficiente para cubrir las pérdidas ocasionadas por los créditos fallidos (véase figura 6.19).

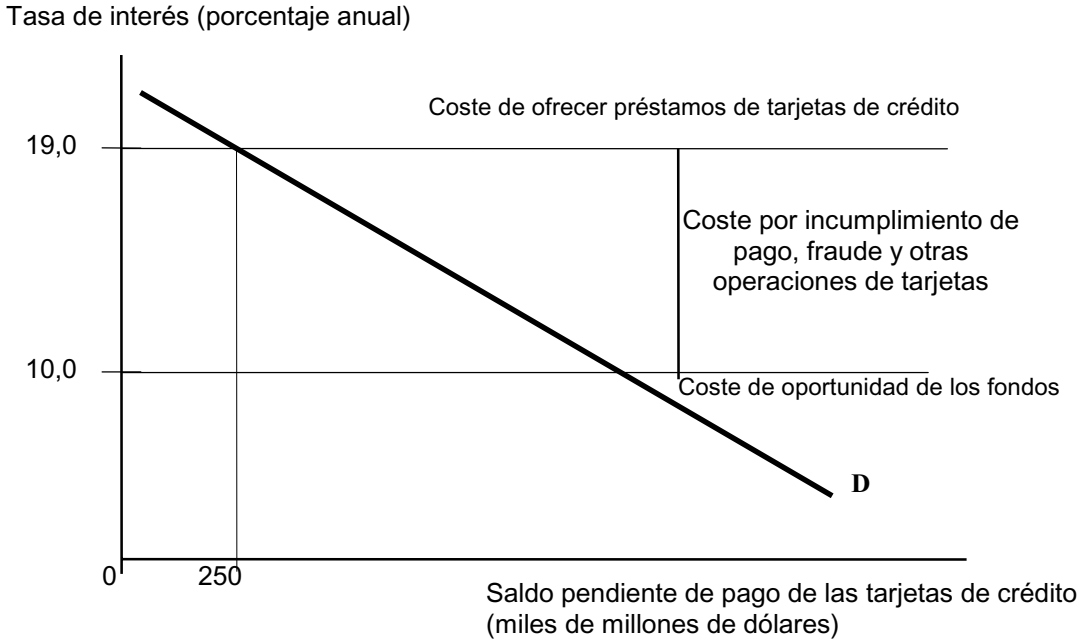
Sin embargo, Ausubel presenta evidencias que muestran que estos argumentos pueden ser insuficientes para explicar el comportamiento de precios en EE.UU. Para el caso español tienen aún menor fuerza explicativa si tenemos en cuenta que el porcentaje que las pérdidas por fraude representan sobre el volumen total de ventas se ha situado, desde las primeras instalaciones de estos sistemas, entre los más bajos del mundo, como consecuencia, principalmente, de la apuesta de las entidades bancarias por utilizar la operativa *on-line*, que reduce considerablemente el riesgo asociado al pago a través de tarjetas bancarias. De acuerdo con el anuario de la Sociedad Española de Medios de Pago (*SEMP*), en 1994 este porcentaje era

éstos, principalmente, por el coste de los fondos que se prestan a través de tarjetas-, sino que, por el contrario, la rigidez de precio ha sido la nota que ha perdurado durante dicho período de tiempo.

aproximadamente tres veces inferior al existente en la zona denominada EMEA[5] y más de cuatro en comparación a la media mundial.

FIGURA 6.19

EJEMPLO DE FIJACIÓN DE TIPOS DE INTERÉS SOBRE CRÉDITOS SUMINISTRADOS VÍA TARJETAS



Fuente: Parkin (1995, pp. 804-805).

En cualquier caso, el motivo anterior puede ser utilizado para justificar los altos tipos de interés aplicados por las entidades emisoras sobre el crédito instrumentado con tarjetas, pero no para reconciliar la permanencia de aquellos con la aparente estructura competitiva de los mercados en los que se desenvuelven.

Si bien no existen argumentos que de manera concluyente expliquen esta estabilidad de precios en el mercado de tarjetas de crédito (Calem, 1992,

[5] *Visa Internacional* es gestionado por un consejo internacional y cinco consejos regionales con poderes de decisión en sus correspondientes áreas geográficas. Éstas cinco regiones son Asia-Pacífico; Canadá; Europa, Oriente Medio y Africa (EMEA); América Latina; y Estados Unidos.

p. 13), sí se han realizado algunas aproximaciones teóricas al respecto basadas en los "costes de búsqueda" y "costes de cambio" a los que se enfrenta el cliente cuando intenta acceder a una nueva tarjeta de crédito.

- El "coste de búsqueda" se fundamenta en el hecho de que el consumidor no puede observar y comparar fácilmente los distintos tipos de interés y demás términos de los contratos, como consecuencia de la rara presencia de este tipo de información en el mercado. Ello obliga al consumidor a tomar como referencia en su proceso de decisión otros factores no basados en precios, tales como los servicios complementarios o elementos promocionales -premios, puntos por utilización de la tarjeta, etc.- ofrecidos por las distintas entidades.

Cabe señalar que este argumento ha influenciado en la regulación federal de EE.UU, dando lugar a leyes, como la *Fair Credit and Charge Card Disclosure Act* de 1988, que obligan a las entidades emisoras no sólo a revelar los tipos de interés y condiciones de los contratos antes de la firma de éstos por parte de sus titulares[6], sino también a proporcionar dicha información previa solicitud. Sin embargo, de acuerdo con Calem (1992, p. 11), existen razones suficientes para pensar que estos costes de búsqueda no son tan sustanciales en la práctica como en un principio se pudo pensar. Hoy en día, cuando ya se está aplicando en aquel país la nueva normativa por parte de las entidades e incluso organismos oficiales, tales como la *Federal Reserve*, y se publica la información estadística sobre los términos de los contratos de los principales emisores del país, se ha podido comprobar que su influencia sobre los tipos de interés y beneficios en la industria de las tarjetas ha sido escasa.

[6] De obligado cumplimiento por parte de las entidades emisoras desde la publicación del *Truth in Lending Act* en 1968.

- El argumento de "coste de cambio" proporciona una explicación alternativa a la de "coste de búsqueda" sobre la rigidez de los tipos de interés en el mercado de tarjetas. Se basa en el coste que para un cliente puede suponer el romper sus relaciones con su entidad habitual por el simple hecho de adquirir la tarjeta de crédito de otra que las ofrece en unas condiciones más favorables. Estos costes se refieren al tiempo y esfuerzos realizados por el cliente hasta llevar a cabo la petición -que en ciertos casos puede ser rechazada- de una nueva tarjeta de crédito. Además, la obligación de cancelar las deudas pendientes por el solicitante de la tarjeta antes de poder acceder a una nueva puede desalentarlo a la hora de tomar la decisión de adquirir ésta.

Una vez vista la estructura y evolución de los precios de los servicios suministrados vía tarjetas en el mercado español, así como las posibles explicaciones teóricas a la rigidez y elevada cuantía de dichas tarifas, cabría preguntarse si el nivel de estas últimas es semejante o, por el contrario, difiere considerablemente de las aplicadas en otros mercados. La información al respecto contenida en el cuadro 6.20 muestra que, en líneas generales, nuestras entidades emisoras aplican unos tipos de interés sobre el crédito más elevados que en el resto, siendo únicamente superados en 1996 por los existentes en Portugal y Suecia. Ello contrasta, sin embargo, con la existencia de unas cuotas anuales muy inferiores en relación con los demás países considerados, tanto en la modalidad de crédito como en la de débito.

No ha sido hasta 1995 cuando las entidades bancarias españolas han dado signos de cierto dinamismo en el segmento de crédito al consumo suministrado vía tarjetas. Fue el BBV una de las primeras entidades en ofrecer a sus clientes opciones de pago aplazado más flexibles y a menores tipos de interés que los vigentes en el mercado. Seguidamente, otras entidades, como Banesto, han llevado a cabo programas similares. Otro ejemplo que muestra el interés de la gran banca por potenciar esta forma de crédito se refiere al acuerdo firmado por La Caixa con la consultora *Michell Madison* en 1999, con

la pretensión de encontrar asesoramiento sobre nuevas técnicas de *marketing* y riesgos relacionadas con la financiación vía tarjetas[7]. Esta entidad oferta actualmente su tarjeta Compra Estrella. En el cuadro 6.21 se recogen algunas de las principales ofertas existentes en el mercado.

CUADRO 6.20

COSTES DE LA OFERTA DE TARJETAS BANCARIAS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DE LA UE, 1996 (EN PORCENTAJES)

Países	Tarjetas de crédito		Tarjetas de débito
	Tipos de interés (tipo porcentual anual)	Cuota anual (ecus)	Cuota anual (ecus)
España	21-22 (media)	12,44-18,66	3,11-6,22
Austria	14-16,5	18,61-55,84	13,77-16,75
Bélgica	15,5-18,5	20,35 (media)	5,97-9,16
Dinamarca	13,8-19,6	47,56 (media)	0
Finlandia	_	2,5% s/límite disponible	s/d
Francia	9,86-15	30 (media)	20,95-30
Alemania	11,5-16,9	20,95 (media)	s/d
Irlanda	19,16-27,70	0-12,6	s/d
Luxemburgo	15 (media)	8,91-9,29	s/d
Países Bajos	10,6-16,6	16,36-37,38	0-9,34
Suecia	26-27 (media)	29,36-35,23 ó 1,75%-2,5% s/límite disponible	s/d
Reino Unido	14-23	12,28-14,75	s/d
Portugal	23 (media)	20,43-30,64	5,11-10,21
Italia	19,2 (media)	25,52	5,11-10,21

* Datos estimados sobre condiciones de principales marcas de tarjetas de crédito (se excluyen modalidades "Oro" y "Premier").

Fuente: Lafferty Publications (1997). Elaboración propia.

Sin embargo, cabe señalar que, en la mayoría de los casos, las nuevas condiciones no se aplican a la totalidad de las tarjetas de crédito emitidas por estas entidades, ni son iguales para cualquier tipo de clientes. Así, estas ofertas se han materializado, generalmente, en tarjetas de crédito diferenciadas y bajo unas condiciones, como son el límite del pago preautorizado, que dependen de los resultados de aplicar técnicas estadísticas y de *credit scoring* a cada uno de los potenciales titulares. Por otra parte, algunas de las fórmulas empleadas para el acceso a tales facilidades de

[7] Véase revista Bancaria de febrero de 1999.

financiación pueden ser lo suficientemente incomodas o complejas como para desanimar su utilización final por parte del cliente. Así, el acceso a productos tales como la "Supercompra" del BBV o el "Pago Fácil" del BCH requieren la previa llamada telefónica del titular a su entidad a fin de confirmarle su intención de utilizarlos. Tal y como apuntan algunos responsables de los mayores programas de tarjetas de crédito, como Javier Pérez del Grupo Argentaria, la doble elección[8] que necesariamente debe de hacer el cliente en el mismo punto de venta para acceder finalmente a estas fórmulas de financiación y la posterior llamada telefónica a su entidad pueden resultar complicadas para la mayoría de los usuarios (Brown, 1996, pp. 11-12).

CUADRO 6.21

PRINCIPALES OFERTAS DE CRÉDITOS AL CONSUMO INSTRUMENTADOS CON TARJETAS EN EL MERCADO ESPAÑOL

Nombre producto	**ExtraCompra**	**Supercrédito**	**Supercompra**	**Pago Fácil**
Banco Emisor	**Banesto**	**Santander**	**BBV**	**BCH**
Tipo nominal anual	11,50%	9,50%	16,00%	18,00%
TAE	12,13%	9,92%	17,22%	19,56%
TAE para 100.000 ptas. un año (1)	No varía	14,31%	21,88%	23,71%
TAE para 150.000 ptas. un año (1)	No varía	12,69%	19,89%	21,78%
Saldo mínimo necesario	No requiere	No requiere	25.000 ptas.	25.000 ptas.
Tipo de Amortización (2)	Cuota fija	%cuota fija	Cuota fija	Cuota fija
Amortización mínima	5.000 ptas.	3.000 ptas.	5.000 ptas.	5.000 ptas.
Cuota incluye intereses	Sí, incluidos	No, aparte	Sí, incluidos	Sí, incluidos
Cuota anual tarjeta principal	0 ptas.	2.500 ptas.	3.000 ptas.	2.900 ptas.
Cuota anual tarjeta adicional	0 ptas.	1.000 ptas.	900 ptas.	750 ptas.
Comisión cajeros propios	0,00%	0,00%	0,00%	2,00%
Trámites para obtener crédito con tarjetas	Ninguno	Ninguno	Llamada a un número 901	Llamada a un número 902
Tarjeta diferenciada	Sí	Sí	No	No
(1) Se incluye la cuota anual como comisión de apertura. (2) Se puede modificar por el titular.				

Fuente: Entidades emisoras y diario El País, de 12 de abril de 1998. Elaboración propia.

Frente a estos tímidos avances producidos a mediados de los noventa por las citadas entidades, el Banco Popular llevó a cabo una modificación

[8] Una primera consistente en la elección entre varios instrumentos de pago alternativos e igualmente válidos para realizar la compra; una segunda, una vez decidida la utilización de la tarjeta, que se refiere a la elección del cliente por la fórmula de pago, bien con cargo a final de mes o bien el pago aplazado de acuerdo con alguna de la opciones disponibles.

global de su programa de tarjetas -sin la oferta de otros productos diferenciados- consistente en la rebaja en una sola vez de 10 puntos porcentuales en los tipos cobrados por el uso del crédito vía tarjetas. Esta iniciativa sin precedentes fue seguida por otras entidades y provocó el inicio de la bajada generalizada de tipos de interés en el mercado recogida en el cuadro 6.20.

Con relación a los costes soportados por los usuarios de monederos electrónicos en España, igual que ocurrió con el lanzamiento de las primeras tarjetas de débito, la mayoría de las entidades que los ofrecen lo hacen de manera gratuita, tal y como ocurre en otros países, como Dinamarca o Austria. En otros países, en los que este segmento de mercado goza de una mayor madurez, las entidades financieras han optado por seguir la misma línea que en las tarjetas bancarias tradicionales, esto es, el cobro de una cuota fija y/o variable a sus titulares (cuadro 6.22).

6.2.1.2. GRADO DE APLICABILIDAD DE LAS RECOMENDACIONES DE LA COMISIÓN EUROPEA: ALGUNOS ESTUDIOS EMPÍRICOS

Tal y como se ha visto en líneas anteriores, una de las principales deficiencias del mercado de tarjetas de pago consiste en la inexistencia en la mayoría de los países, salvo en Dinamarca, de una normativa específica que regule las diversas relaciones que surgen entre las partes implicadas. La Comisión Europea ha intentado cubrir, en parte, este vacío legal emitiendo una serie de directrices generales en forma de recomendaciones que, sin tener carácter vinculante para los Estados miembros, ha contado con el compromiso expreso de su cumplimiento por parte del conjunto de entidades bancarias comunitarias, representadas en las Asociaciones del Sector Crediticio Europeo (ECSA), a través de la elaboración de un “Código de buena conducta de la banca europea con respecto a los sistemas de pago mediante tarjetas”.

CUADRO 6.22

COSTES PARA EL TITULAR DE LOS PRINCIPALES PROYECTOS DE MONEDERO ELECTRÓNICO EN EUROPA

Países	Nombre tarjeta	Costes para el titular
España	*Visa Cash* *Euro 6000*	0 0
Austria	*QUICK*	0
Bélgica	*Protón*	6,14 ecus
Dinamarca	*Danmont*	0
Finlandia	*Avant*	7,37-14,74 ecus por tarjetas desechables; el precio de las tarjetas grabables depende del banco, pero se cobra 0,3 ecus por recarga
Alemania	*Geldkarte*	13,21 ecus por tres años; 0,061-0,26 ecus por recarga de la tarjeta a través de banca en casa; 0,88 ecus por recarga en otros bancos
	Paycard	s/d
	P-Card	7,3 ecus por compra de tarjeta; 0,42 por cada carga
Países Bajos	*Chip-Knip*	s/d
	Chipper	s/d
Suecia	*Cash Card*	6,54 ecus anuales; 0,33 ecus por cada carga
Portugal	*PMB*	1,72 ecus anuales; 0,098 ecus por carga
Italia	*Minipay*	5,22 ecus por compra de tarjeta

Fuente: Financial Service Forum: SCAS nº 4 Supplement (1997). Elaboración propia.

Junto a los costes relacionados con el uso de las tarjetas, el contenido de estas directrices conforma las condiciones generales esenciales en las que son ofrecidos estos productos a sus usuarios. En ellas se tratan aspectos tan básicos como son la delimitación de las responsabilidades del titular por uso fraudulento de la tarjeta en caso de robo o pérdida antes y después de su notificación a la entidad emisora, la carga de la prueba en caso de malfunción de los terminales o el contenido mínimo de los contratos en lo que se refiere a la base de cálculo de los gastos que el titular debe pagar al emisor. La ausencia de esta información esencial en los contratos o su suministro al titular con posterioridad al momento de la firma limitaría, en gran medida, su capacidad de decisión y situaría a aquel en una posición de indefensión ante posibles disputas con las entidades emisoras. Como consecuencia de ello, el clima de desconfianza generado podría desincentivar el uso de estos instrumentos por usuarios potenciales.

Por todo lo anterior, hemos creído conveniente analizar en los párrafos siguientes el grado de cumplimiento en nuestro país de tales recomendaciones, utilizando para ello los estudios empíricos llevados a cabo por el BEUC en los distintos mercados europeos y la relación de denuncias presentadas durante los últimos años ante el Servicio de Reclamaciones del Banco de España.

Un año después de la publicación por parte de la Comisión Europea de la Recomendación "Relativa a los sistemas de pago y en particular de las relaciones entre titulares y emisores" (Comisión Europea, 1988), el BEUC (1990) inició un trabajo empírico[9] en once países de Europa al objeto de comprobar el grado de su implementación en los contratos de tarjetas establecidos en cada uno de ellos, para lo cual se examinaron 200 de estos contratos, prestándose especial atención a cuatro aspectos fundamentales, a saber:

a) Responsabilidad del titular de la tarjeta ante los perjuicios ocasionados por uso fraudulento de una tarjetas en caso de pérdida, robo o falsificaciones antes de que la entidad emisora fuese informada del hecho.

En este sentido, la Recomendación 88/590/CE establece en su apartado 8.3 que "El titular será responsable por la pérdida sufrida, hasta el momento de la notificación de la pérdida, robo o falsificación del instrumento de pago, pero tan sólo hasta el equivalente a 150 ecus en cada caso, excepto cuando haya actuado con grave negligencia o fraudulentamente".

[9] Informe publicado en 1990 bajo el título "*A survey implementation of the EC-reconmendation concerning payment systems*" (BEUC, 1990).

b) Responsabilidad del titular de la tarjeta ante los perjuicios ocasionados por uso fraudulento de una tarjeta en caso de pérdida, robo o falsificaciones después de que la entidad emisora fuese informada del hecho.

El apartado 8.2 de la citada Recomendación recoge a este respecto que: "Una vez que el titular haya notificado al emisor, o a la agencia general, con arreglo a lo dispuesto en la letra b) del número 1 del punto 4, el titular quedará exento de responsabilidad; no obstante, la presente disposición no será de aplicación cuando el titular haya actuado con grave negligencia o fraudulentamente".

c) Responsabilidad de la compañía emisora de la tarjeta de la no ejecución o ejecución defectuosa de las operaciones realizadas por el titular.

De acuerdo con el apartado 6.1 de la Recomendación " ... el emisor responderá frente al titular:

- Por la no ejecución o ejecución incorrecta de las operaciones del titular a las que se hace referencia en el punto 1, incluso cuando la operación se inicie a través de mecanismos electrónicos que estén bajo el control directo o exclusivo del emisor.
- De las operaciones no autorizadas por el titular."

d) Carga de pruebas en caso de disputa acerca del correcto registro de la transacción.

El apartado 6.2 recoge esta problemática y establece que: "En cualquier controversia con el titular en relación con cualquiera de las operaciones a que se hace referencia en el primer, segundo y cuarto guión del punto 1 y en lo que respecta a la responsabilidad por una transferencia de fondos por medios electrónicos no autorizada, corresponderá al emisor probar que la operación fue correctamente registrada y correctamente contabilizada y que no resultó efectuada por alguna avería técnica o cualquier otra avería."

Tras el análisis de las anteriores cuestiones, entre las conclusiones generales obtenidas por el BEUC para el caso español se destacaba el bajo grado de implementación de tal Recomendación en los contratos establecidos entre titulares y principales entidades emisoras españolas, entre las que se encontraban el BBV, Banco Central, BEX, Banesto, Banco Popular Español, Bankinter, La Caixa, Caja de Madrid, Caja Postal y Caja de Ahorros de Valencia, además de otras entidades extranjeras implantadas en nuestro país, como *Chase Manhattan Bank España* y *Citibank*. Ello se denunciaba en los siguientes términos: "A pesar de que en cualquier Estado miembro se ha encontrado un amplio número de contratos que no cumplen con la Recomendación, la situación general es especialmente problemática en Portugal, Italia, España y Grecia" (BEUC, 1990, p. 45).

Efectivamente, de acuerdo con la información suministrada por el referido estudio, en ninguno de los contratos analizados en España se hacía alusión, en los términos que establecía la Recomendación, sobre a qué parte, titular o emisor, correspondía la carga de la prueba en caso de disputa sobre la exactitud del registro de la transacción. Igualmente ocurría con la responsabilidad del titular en caso de ejecución defectuosa o no ejecución de la transacción, salvo en el caso de la Caja Postal en la que ni siquiera se hacía mención a este aspecto. En el caso de la responsabilidad del titular ante los perjuicios ocasionados por pérdida, robo o falsificación de la tarjeta sólo dos entidades españolas, BBV y Bankinter en sus tarjetas de crédito, ajustaban sus contratos a las directrices de la Recomendación.

A la vista de los anteriores resultados caben destacar dos aspectos: en primer lugar, la existencia de contratos estándares para todos los establecimientos de una misma entidad hace suponer que los resultados anteriores no pueden atribuirse únicamente a la actuación de las sucursales investigadas, sino que, en principio, deben de reflejar la política general seguida por la entidad a la que pertenecen respecto a las condiciones en las que se ofrecen los servicios de pago a través de tarjetas a sus titulares; en

segundo lugar, las entidades investigadas abarcan en la actualidad gran parte del mercado español de tarjetas bancarias. En este sentido, la cuota de mercado correspondiente sólo a cuatro de las diez entidades españolas relacionadas en el párrafo anterior (BBV, Caja Madrid, La Caixa y Banco Popular) ascendía en 1997 al 38 por 100 de las tarjetas de crédito emitidas y en torno al 24 por 100 de las de débito (Lafferty, 1997, p. 90).

Después de tres años, se llevó a cabo por el BEUC (1992)[10] un nuevo estudio de carácter muy similar al anterior en el que se volvía a confirmar el reiterado incumplimiento de los términos de la Recomendación por parte de las entidades bancarias españolas. Un primer hecho destacado por este último, y que ya fue denunciado en el trabajo anterior (BEUC, 1990, p. 13), es que en cinco de los doce países analizados, entre los que se encontraba España, "... es usual la situación en la que el consumidor sólo es informado de los términos de contrato en el momento de poner su firma o en un momento posterior. Ello es así en Alemania, España, Irlanda, Países Bajos y Portugal. Sin embargo, en Irlanda, Países Bajos y Portugal, el cliente puede fácilmente obtener del emisor una copia del contrato antes de comprometerse… Este no es el caso usual en Alemania y España" (BEUC, 1992b, p. 8).

Los resultados detallados obtenidos para España por el BEUC mostraban, tal y como se aprecia en el cuadro 6.23, que el incumplimiento de los términos de la Recomendación era, a principios de los noventa, un hecho generalizado al conjunto de las principales entidades emisoras de España.

Es preciso señalar que los resultados obtenidos en otros países muestran que España no representa un caso aislado en lo que se refiere a la no aplicación completa de los preceptos de la Recomendación, sino que en la mayoría de los países, con la excepción del único que cuenta con una

[10] El estudio se publicó en mayo de 1992 bajo el título "*Payment Cards in the EEC*" (BEUC, 1992b).

CUADRO 6.23

CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS ESTABLECIDOS EN LA RECOMENDACIÓN 88/590/CE POR PARTE DE LAS PRINCIPALES ENTIDADES EMISORAS ESPAÑOLAS, 1991

	Lista de medidas de seguridad en las que el titular es responsable	Responsabilidad antes de la notificación por pérdida, robo o copia			Responsabilidad después de la notificación de pérdida, robo o copia		Carga de la prueba en caso de deficiencias
		Limitación	Límites en ecu	Concepto de *negligencia grave*	Suprimida	Concepto de *negligencia grave*	En el sistema
TARJETAS DÉBITO							
Banesto (4B y Visa)	-	-		- (2)	+	0	-
Banco Santander (4B)	-	-		- (1)	+	0	-
Caja Madrid (6000)	0	-		- (2)	+	0	-
Caja Cataluña (6000)							
TARJETAS DE CRÉDITO							
Banco Citybank (Visa)	0	+	28	0	+	0	-
Banco Atlántico (Visa y Mastercard)	0	-		- (2)	+	0	-
Banco Español de Crédito (Visa)	-	-		- (1)	-	-	-
La Caixa (Visa)	+	-		- (1)	-	-	-

Significado de Signos utilizados: **"+"** cumple con/se ajusta suficientemente a la Recomendación; **"0"** Cumple la Recomendación hasta cierto punto; **"-"** No toma en cuenta la Recomendación

NOTAS: 1) Los contratos marcados con "**-**" en la relación de medidas de seguridad (1ª columna) son aquéllas que no mencionan ninguna precaución que deba de ser tomada por el titular y, por lo tanto, ignora la recomendación; **2)** En lo que respecta al concepto de negligencia grave, se ha marcado con un "**0**" los contratos que no hacen ninguna referencia al respecto, pero que exime al titular sin reservas de cualquier responsabilidad; se ha marcado con "**- (1)**" aquéllos contratos en los que no se menciona este concepto pero que, sin embargo, no exime sin reservas al titular de responsabilidad; se ha marcado con "**- (2)**" aquéllos contratos que realizan una interpretación de este concepto más amplia que como lo hace la Recomendación; **3)** Respecto a la eliminación de responsabilidad tras la notificación de pérdida, robo o copia se ha marcado con "**0**" tanto a aquellos contratos que recogiendo este aspecto imponen demasiada demora hasta que la eliminación de responsabilidad tiene efecto como a aquéllos que aplican un subsidio de responsabilidad que debe de cubrir el titular; **4)** En lo que respecta a la carga de la prueba ante deficiencias en el sistema, el símbolo "**-**" indica que el contrato no aborda esta cuestión.

Fuente: BEUC (1992). Elaboración propia.

legislación específica, esto es, Dinamarca, ésta es sólo parcial. Sin embargo, la valoración del BEUC sobre los distintos grados en los que aquellos son aplicados en cada uno de los países analizados situaba a las entidades emisoras españolas en los más bajos niveles comunitarios. En este sentido, la información contenida en el cuadro 6.23, muestra que tan sólo las indicaciones sobre la responsabilidad del titular después de notificar la pérdida, robo o copia de la tarjeta de pago pasa el "aprobado". Las otras tres indicaciones básicas, que deberían de formar parte del contenido del contrato, de acuerdo con la Recomendación y del compromiso asumido por las propias entidades el 14 de noviembre de 1990 a través del citado Código de Buena Conducta, no aparecen en éstos en la mayoría de los casos.

La influencia que esta situación puede tener sobre la aceptación final por parte de la clientela bancaria de este producto financiero es difícilmente valorable en término cuantitativos. Sin embargo, nótese que el máximo grado de cumplimiento de la Recomendación coincide con aquel país que refleja un mayor número de transacciones de pago per cápita, según se ha visto ya en párrafos anteriores. Otros países que no la cumplen plenamente, pero que sí lo hacen en un alto grado, tales como el Reino Unido[11], Bélgica e Irlanda (cuadro 6.24), se asocian igualmente con un elevado nivel de utilización de estos instrumentos.

La ausencia de otros estudios similares posteriores impiden determinar en qué medida se ha avanzado en los anteriores aspectos en España con relación al resto de países comunitarios. Sin embargo, la información facilitada por el Servicio de Reclamaciones del Banco de España sí permite dilucidar

[11] De acuerdo con Ausbanc (1999), EE.UU y el Reino Unido han sido, con gran diferencia, los que más atención han prestado a la protección de los consumidores. En el caso concreto del Reino Unido, un férreo control sobre la información facilitada por las entidades emisoras a los consumidores y usuarios o sobre la publicidad que se realiza del crédito mediante tarjetas, así como la consideración como delito del envío de tarjetas sin solicitar son algunas de las características que definen el marco legal en torno a las tarjetas en dicho país.

CUADRO 6.24

CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES DE LA COMISIÓN EUROPEA EN LOS CONTRATOS ESTABLECIDOS EN DISTINTOS PAÍSES DE LA UE., 1992

Países	Indicación en el contrato de las medidas de seguridad que debe de tomar el titular	Indicación de responsabilidad del titular antes de notificación de perdida, robo o copia	Indicación de responsabilidad del titular después de notificación de perdida, robo o copia	Indicación de carga de la prueba en caso de deficiencia en el sistema
España	-	--	+	--
Bélgica	+	0	+	--
Dinamarca	++	++	++	(++)
Alemania	+	+	+	--
Francia	0	-	+	--
Luxemburgo	+	0	+	0
Grecia	0	--	0	--
Irlanda	+	0	+	--
Italia	0	--	0	--
Países Bajos	-	0	+	--
Portugal	0	--	0	--
Reino Unido	0	+	+	--

Significado de los signos: "**++**": total o casi total cumplimiento de la Recomendación; "**+**" buen cumplimiento de la Recomendación; "**0**": cumplimiento medio de la Recomendación; "**--**" pobre cumplimiento de la Recomendación; "**-**": Poco o ningún cumplimiento de la Recomendación.
NOTAS: 1) El signo **(++)** indica que los contratos daneses, a pesar de que explícitamente no siguen la Recomendación para cada punto en cuestión, están sujetos al "*Payment Cards Act*" en dichos puntos; **2)** En la columna dedicada a las indicaciones sobre medidas de seguridad (primera columna), el símbolo "**-**" significa que no hay indicación en la mayoría de los contratos.

Fuente: BEUC (1992, pp. 56-57). Elaboración propia.

cuál es la situación actual en nuestro país al respecto. Así, con un incremento de un 6,3 por 100 entre 1997-1998, el número de denuncias presentadas al citado organismo relacionadas con el uso de las tarjetas de pago representa en torno al 9 por 100 del total, y se sitúa en quinto lugar por orden de materias más denunciada por los usuarios bancarios[12].

[12] Es preciso recordar que las reclamaciones presentadas ante este Servicio no son todas las existentes. Así, para la admisión y tramitación de reclamaciones ante el Servicio es imprescindible acreditar haberlas formulado previamente por escrito ante el defensor del cliente, u órgano equivalente de la entidad de crédito, en caso de existir. Sólo en el caso de que el defensor del cliente deniegue la admisión de la reclamación o hubieran transcurrido dos meses desde la fecha de su presentación sin resolución, el interesado podrá interponer su reclamación ante el Servicio. Un ejemplo del "efecto filtro" que supone la figura del defensor del cliente es el

Un simple recorrido por el contenido de las señaladas denuncias permite comprobar que, tras una década desde su publicación, aún persiste el incumplimiento de los preceptos fundamentales contenidos en la Recomendación 88/590/CE por parte de algunas de las principales entidades de nuestro país. Así, en 1998, entre las denuncias presentadas que dieron lugar a la emisión de informes favorables a los clientes denunciantes por parte del Servicio de Reclamaciones, 22 de ellas eran motivadas por la no aplicación por parte de las entidades bancarias de los límites de disponibilidad y de responsabilidad en casos de disposiciones fraudulentas. En la relación de las entidades denunciadas se encontraban algunas de las principales emisoras de tarjetas en España, como son el Banco Central Hispano (reclamaciones números 492/98 y 859/98), BBV (reclamación 641/98), Banco de Santander (reclamación 528/98) o Banco Español de Crédito (reclamaciones 98/98 y 1112/98).

Quizás más grave que la ausencia de cláusulas concretas en los contratos sea la posible inexistencia de éstos, hecho que contradice al Código de Buena Conducta firmado por las entidades bancarias europeas, al disponer éste en su cláusula primera la exigencia de recoger por escrito los términos contratados. En este sentido parece apuntar el hecho de que en sucesivas memorias anuales del Servicio de Reclamaciones se ha hecho referencia a la no aportación por parte de las entidades de copia del documento contractual de tarjeta de crédito tras su expresa solicitud por parte de este organismo. Así, en 1998 se presentaron 21 denuncias provocadas por este motivo, en las que estaban implicadas algunas de las mayores entidades de nuestro país, como la Caja Postal (reclamaciones 2.602/97, 2866/97, 54/98, 92/98, 366/98 y 537/98), BBV (reclamaciones 1.566/97, 2.293/97, 2.639/97, 253/98 y 381/98), BCH (reclamaciones 241/98, 864/98 y 1.593/98) y Banco de Santander (reclamación 566/98). Éstos, sin embargo, pueden que no sean los únicos casos existentes

siguiente: las entidades bancarias recibieron en 1998 un total de 46.000 quejas de sus clientes, de las que solamente 2.834 (el 6,16 por 100) terminaron en el Servicio de Reclamaciones del Banco de España (véase revista Bancaria de octubre de 1999).

si atendemos a las manifestaciones del Servicio de Reclamaciones realizadas en la memoria de 1995, en la que se apuntaba que "No son los que acabamos de enumerar los únicos casos en los que la entidad reclamada no pudo aportar al expediente copia del contrato de tarjeta de crédito que debió haber suscrito junto a su cliente. En sucesivos epígrafes, se reflejan aquellos otros supuestos en los que esta carencia se vino a sumar a otros incumplimientos de la normativa disciplinaria o las buenas prácticas bancarias, de naturaleza diversa. ... las entidades reclamadas no pudieron aportar copia de los aludidos documentos, debidamente suscrito por sus clientes, ya fuera porque los mismos no fueron cumplimentados en el momento inicial de la relación jurídica, ya porque no se conservaron debidamente según preceptúa tanto la normativa de carácter mercantil general como la más específica referida a las entidades de crédito" (Servicio Reclamaciones del Banco de España, 1995, pp. 87-88).

De la información suministrada por el BEUC y por el Servicio de Reclamaciones del Banco de España parece deducirse que el incumplimiento de los preceptos fundamentales de la Recomendación 88/590/CE por parte de algunas de las principales entidades bancarias españolas ha sido y es hoy en día una realidad[13]. Sin olvidar que la efectiva delimitación de los derechos y obligaciones de los agentes que intervienen en las transacciones realizadas con cada instrumento de pago y la garantía de su cumplimiento son factores esenciales para disminuir el riesgo percibido por el consumidor y, de este modo, animarle a utilizarlos[14], la reducida implantación de ambos aspectos en nuestro país, en lo que se refiere a las tarjetas de pago bancarias, ha debido contribuir a alentar la desconfianza entre el público español hacia el uso de

[13] Valga al respecto, el siguiente pronunciamiento del Servicio de Reclamaciones del Banco de España (1999, p. 91): "El Servicio estima que tampoco es ajustado a las buenas prácticas bancarias el que, habiendo transcurrido varios años desde que las entidades asumieron voluntariamente el contenido de la Recomendación citada, existan aún contratos que todavía no se hayan adaptados a la normativa comunitaria y que omitan recoger cláusulas contractuales de limitación de responsabilidad".

[14] Así lo reconoce el propio Servicio de Reclamaciones del Banco de España (1999, p. 91) cuando señala que "La adopción de estas cláusulas es apreciada por el cliente bancario, que las tiene habitualmente en cuenta a la hora de contratar este servicio".

estos instrumentos, público que, por otra parte, ya contaba con la experiencia de haber sido perjudicado de manera similar en épocas anteriores, como consecuencia de la desprotección legal ante la que se encontraban los usuarios del cheque. En estas circunstancias, se dificulta la sustitución del efectivo en nuestro país, que goza del respaldo legal de la máxima autoridad monetaria.

6.2.1.3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA EMISIÓN DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Unos servicios de pago ofrecidos con elevada calidad, su suministro a precios competitivos, su distribución a través de una extensa red de puntos de venta, la seguridad legal de las transacciones realizadas, etc., son aspectos que, aún en el caso de estar presentes en un mercado, no garantizan por sí solos el éxito de sus ventas. Es necesario, por el contrario, informar, recordar y persuadir a los clientes potenciales sobre la existencia de dichos servicios, informándoles sobre sus características, sobre sus rasgos diferenciadores, sobre la bondad de sus precios y sobre los lugares en los que pueden adquirirse. Si esta comunicación entre demanda y oferta siempre es necesaria, lo es más a medida que es mayor el riesgo percibido por el comprador potencial, como ocurre en el caso del uso de las tarjetas bancarias, debido, como se ha visto, a la ausencia de una regulación específica que proteja los derechos de sus usuarios y al incumplimiento de los compromisos asumidos por las entidades desde hace ya una década. En estos casos el cliente valorará aún más esta información, pues le permite reducir dicho riesgo y adoptar la mejor decisión final de compra (Martín, 1993, p. 453-454). Por este motivo, pretendemos abordar en el presente apartado aquellos aspectos que consideramos más relevantes, relacionados con las estrategias de comunicación seguidas por las entidades bancarias en la oferta de los servicios de pago a través de tarjetas, que puedan estar asociados al reducido uso de estos instrumentos en nuestro país.

En primer lugar, es importante señalar que en España las tarjetas de pago bancarias no se han ofrecido tradicionalmente como productos independientes, sino que, más bien, han sido fruto de las ventas cruzadas generadas por otros productos bancarios, como las cuentas corrientes, a los que complementaban. Ello es debido, tal y como han puesto de manifiesto estudios realizados en otros países, a la efectividad de los citados productos para conseguir colocar en el mercado a las tarjetas de pago bancarias (Fainé y Tornabell, 1992, p. 49). En este sentido, Urcelay y Moroy (1996, p. 19) señalan que "... desde un punto de vista de *marketing*, el crecimiento frío tanto en número de tarjetas como en actividad parece complejo si no se realiza a través de productos y servicios que tengan un fuerte componente prescriptor o de receta de las tarjetas. Nos estamos refiriendo a la natural oferta de tarjetas que surge tras haber conseguido una domiciliación de nómina, la comercialización de un préstamo hipotecario, un préstamo al consumo o una campaña de distribución consistente en la oferta de algún producto o servicio de un proveedor externo (la tradicional oferta de vajillas, libros, ordenadores, joyas, etc.) que tenga que ser satisfecha con tarjeta".

Esta forma de distribución las tarjetas de pago, elegida por las propias entidades bancarias, puede haber originado muchos de los problemas con los que actualmente se enfrentan a la hora de difundir el uso de estos productos en el mercado. Así, como ya se ha señalado, su distribución masiva a través de otros productos ya tradicionales las ha convertido en un valor añadido más de estos últimos, como ya lo eran la domiciliación de recibos, seguros de vida o accidentes, etc., y no en un producto diferenciado que tratara de responder a su demanda específica por parte de los clientes. No cabe olvidar, en relación a lo anterior, las denuncias presentadas por estos últimos con relación al suministro de tarjetas sin contar previamente con su solicitud expresa (véanse las memorias anuales del Servicio de Reclamaciones del Banco de España). Por otro lado, esta fórmula de comercialización de tarjetas centra la atención en aquellos clientes propios de cada entidad y no en un mercado mucho más

amplio donde, a través de estrategias de *marketing*, se pudiera ejercer la competencia entre entidades en aras a la atracción de sus respectivos clientes.

Ambos aspectos, unidos a los reducidos esfuerzos realizados por éstas para educar a su propia clientela en lo que respecta a la utilización de todos los servicios ofrecidos a través de CA (transferencia de fondos, ingresos, pago de recibos, etc.), pueden haber redundado en una patente falta de información general en el mercado respecto a las tarjetas bancarias. De hecho, uno de los grandes problemas ante los que se enfrentan las entidades emisoras españolas para comercializar estos productos es la dificultad que tienen los clientes para diferenciar, al menos, entre las dos principales modalidades existentes, esto es, tarjetas de crédito y de débito, y la tendencia, por el contrario, a referirse a todas ellas como tarjetas de crédito (Brown, 1996, p. 11; Lafferty, 1997, p. 87). A este respecto, el director del departamento encargado de la comercialización de las tarjetas en una de las principales entidades bancarias españolas, Pedro Guijarro, del Banco de Santander, apuntaba lo siguiente: "... lo que los bancos deberían de hacer es definir mejor el papel de cada tipo de tarjeta. Las tarjetas de crédito deberían de intentar posicionarse firmemente en el mercado de crédito al consumo, mientras que las de débito deberían utilizarse como sustitutos de cheques y para servicios de banca automática" (Brown, 1996, p. 11). A lo anterior, cabe añadir la contribución a esta confusión general originada por otras entidades, como es el mismo Banco de España, que de manera reiterada y poco comprensible, a través de su Servicio de Reclamaciones, ha venido refiriéndose al conjunto de tarjetas bancarias, en un sentido genérico, como tarjetas de crédito (véanse las memorias anuales del citado servicio).

En definitiva, de acuerdo con lo apuntado en las líneas que preceden, la política seguida por nuestras entidades bancarias para la difusión de sus tarjetas de pago ha podido conducir al fracaso de la oferta en la creación de un conocimiento claro y no confuso en la demanda acerca de dichos productos.

Queda por ver cual ha sido el reflejo de esta situación sobre la demanda, aspecto éste que será tratado en el próximo capítulo.

Otro objetivo fundamental de una estrategia de comunicación, además del de crear conocimiento referido al producto, es el de inducir su prueba por parte de los clientes. Cabría preguntarse, pues, por las acciones que han llevado a cabo nuestras entidades emisoras al respecto.

La escasa utilización de las tarjetas de pago bancarias ha obligado a las entidades emisoras y organizaciones de tarjetas a replantearse durante los últimos años sus estrategias de *marketing*, siguiendo para ello dos ejes principales, a saber, el planteamiento de acciones promocionales originales y agresivas, mediante importantes programas de fidelización de los usuarios, y el desarrollo gradual de las tarjetas *affinity*.

Ambas acciones significan pasos importantes en la superación de las limitaciones que, tradicionalmente, ha supuesto la realización de estrategias de *marketing* comunes a todas las emisoras, dirigidas por las empresas propietarias de las marcas comercializadas (*Visa*, *Mastercard*, *4B*, etc.)[15]. Por su parte, las llevadas a cabo directamente por las entidades emisoras a través de campañas de publicidad y promocionales han ido dirigidas, principalmente, a sus propios clientes, al objeto de estimular su posesión e informar sobre las ventajas de estos productos. Por otro lado, hay que señalar que la práctica generalizada de ofrecer servicios complementarios a los titulares de tarjetas, tales como seguros de viajes y accidentes u otros similares (véase cuadro 6.25), se ha limitado a premiar al cliente por la simple posesión de las tarjetas,

[15] Tal y como señala Barutel (1997, pp. 207-208), la organización propietaria de una marca específica de tarjeta (*Visa*, *Mastercard*, etc.) lo es también de un proceso industrial de implantación del sistema de pago, de su *marketing*, publicidad, explotación, tecnología, seguridad y control que puede ser objeto de cesión parcial o total a terceros. Ejemplos de campañas publicitarias llevadas a cabo por las gestoras de tarjetas para fomentar sus respectivas marcas son la realizada por la CECA al objeto de dar a conocer la incorporación de las marcas *Maestro* y *Mastercard* en las tarjetas *6000* (Diario Expansión de 14/2/97) o la campaña televisiva de *Visa España* para fomentar el uso de la tarjeta *Visa Electrón*.

pero no por su nivel de utilización. Otras técnicas de promoción que sí lo hacían, basadas en regalos, premios, etc., han perdido importancia como elementos promocionales tras su consideración de rendimiento del capital mobiliario desde la entrada en vigor, en 1991, de la nueva Ley del IRPF. En cualquier caso, estas medidas sólo conseguían estimular el uso de las tarjetas en el corto plazo y no, sin embargo, dar respuesta a una de las tendencias más recientes en *marketing*, como es la de conseguir la fidelización de los clientes.

CUADRO 6.25

ACCIONES PROMOCIONALES DE PRINCIPALES EMISORAS DE TARJETAS ESPAÑOLAS

ENTIDAD	TIPO DE TARJETA	REGALOS
Bankinter	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes
Bankinter	*Visa Electrón*	Seguros de viaje y accidentes
BCH	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes. Asistencia Hogar
BCH	*4B*	Seguros de viaje y accidentes. Seguro Atraco.
Banco Sabadell	*4B Clásica*	Seguros de viaje y accidentes. Programa *Turyocio.*
Banco Sabadell	*4B Mastercard*	Seguros de viaje y accidentes.
BBV	*Tarjetón BBV*	Seguros de viaje y accidentes. Programa *Travel Club*.
BBV	*Servired*	Sin coberturas adicionales.
Banco Popular	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes
Banco Popular	*4B*	Seguros de viaje y accidentes
La Caixa	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes. Puntos estrella.
La Caixa	*Caixa Oberta*	Sin coberturas adicionales. Puntos estrella.
Banco Santander	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes. Programa *Turyocio.*
Banco Santander	*4B*	Programa *Turyocio*.
Argentaria	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes. Regalos puntuales.
Argentaria	*Visa Electrón*	Seguro de viaje, asistencia hogar y atraco.
Caja Madrid	*Visa Clásica*	Seguros de viaje y accidentes. Puntos Verdes.
Caja Madrid	*Visa Electrón*	Puntos Verdes.

Fuente: Entidades emisoras y diario El País de 18/5/96.

En definitiva, la ausencia de una estrategia de diferenciación de los servicios de pago con tarjetas ofrecidos por las entidades bancarias españolas, la selección por parte de cada una de ellas de su propia clientela como segmento objetivo para promocionar la posesión de estos instrumentos y la poca eficacia de las campañas publicitarias y promocionales para fomentar el uso de las tarjetas bancarias parecen ser las características que han marcado las estrategias de comunicación de nuestras entidades hasta hace pocos años.

Sólo recientemente, desde 1996, se han comenzado a desarrollar otras acciones promocionales más sofisticadas a través de importantes programas de fidelización de los usuarios de tarjetas, cuyos máximos exponentes los representan los programas *Turyocio* y *Travel Club*. De este modo, el 6 de julio de 1996, de acuerdo con una estrategia de *marketing* relacional tendente a la fidelización del cliente a largo plazo, fue lanzado el programa *Multi-Sponsor (MPS),* mediante la emisión de tarjetas *Turyocio* por las entidades Banco de Santander, Banco Central Hispano, Cepsa y Cortefiel (cada una de las cuales poseía un 25 por 100 de participación en el proyecto). No tardó en aparecer, el 4 de noviembre de 1996, otro proyecto similar denominado *Travel Club*, promovido por el BBV, Repsol, Telefónica, Eroski y la compañía de ámbito internacional *Air Miles International*, esta última con presencia en otros países como Reino Unido, Holanda y Canadá. Otros proyectos bancarios similares han sido desarrollados posteriormente, tal y como el promovido por Caja de Madrid, para premiar las transacciones realizadas en la propia entidad (Puntos Verdes) o La Caixa para incentivar las operaciones de compra con sus tarjetas (Puntos Estrellas)[16]. Según un estudio realizado por PSM[17], en 1998 existían 9,2 millones de estas tarjetas, de las que eran titulares 6,7 millones de españoles. Del total de tarjetas emitidas en nuestro país, el 27,4 por 100 participan en algún programa de fidelización.

El funcionamiento de todos estos proyectos se basa, en líneas generales, en ofrecer obsequios y viajes a cambio de los puntos acumulados por las compras realizadas en las empresas asociadas con la correspondiente

[16] Las empresas comerciales no se han quedado al margen de estas iniciativas y han creado también proyectos propios, como el lanzamiento de la tarjeta *Vips* por el grupo Siglas para premiar a los clientes de todas las empresas que conforman el grupo (entre otras *Gino´s, The Friday´s, Spaghetti Western, 50´s Fifties, Zone Taruffi, Tagtaglia, Paparazzi, Rugantino, Lucca y Teatriz*), la tarjeta *Business Flyer*, por la compañía aérea regional *Air Nostrum*, tarjeta Club AVE, promovida por Renfe, o la tarjeta de fidelización del Club de Ocio y Cultura (COC) promovida por la cadena de distribución de discos, libros y videos *Fnac*, en colaboración con otras empresas madrileñas del sector del ocio y entretenimiento (véanse diarios Cinco Días de 17/9/96 y Expansión de 23/9/96).

[17] Información tomada de la Dirección General de Comercio Interior (1998a, pp. 78-79).

tarjeta, estimulando, de este modo, el uso de estos instrumentos de pago para la realización de compras y contribuyendo, a la vez, a la fidelización del cliente, pues exige un esfuerzo de acumulación de puntos a largo plazo por parte de éste una vez que inicie este programa. Cabe destacar, no obstante, que estos programas dan respuestas a estrategias compartidas por distintas empresas y no, por el contrario, de una acción individual de una sola de ellas.

Además de las anteriores, un segundo eje sobre el que han girado las estrategias de promoción de las entidades bancarias durante los últimos años ha sido el del desarrollo de las tarjetas compartidas por varias entidades o marcas, entre las que caben destacar las tarjetas de afinidad o asociativas -*affinity card*- y las compartidas por varias marcas -*co-branded card.*

Respecto a las primeras, las tarjetas de afinidad, consisten en tarjetas de crédito creadas específicamente para atraer a un grupo de personas con intereses comunes y se encuentran, normalmente, patrocinadas por la organización que acapara dicho interés. Esta compañía patrocinadora recibe normalmente un porcentaje de la facturación que genera los titulares de dichas tarjetas. En definitiva, estos programas de tarjetas responden a una estrategia de enfoque o alta segmentación de la clientela. Algunos ejemplos de estos programas pueden verse en el cuadro 6.26.

Una de las entidades que más ha desarrollado en España este tipo de programas ha sido el Banco Popular, que se ha centrado en los grupos profesionales -medicina, arquitectura, etc.- y que ya en 1996 contaba con 54 programas de este tipo (Brown, 1996, p. 15)[18].

[18] Otras entidades como La Caixa han lanzado tarjetas *affinity* dirigidas a la clientela joven. Ese ha sido el caso de las tarjeta *Music Festival*, que se incluye dentro de un programa más amplio denominado Caixa Joven.

En opinión de Urcelay y Moroy (1996, p. 20), tres han sido los factores principales que han motivado el lanzamiento de estos productos:

- La necesidad de las entidades de diferenciarse y de ganar cuota de mercado en una industria relativamente madura. Así, tras la primera aparición de estas tarjetas en 1989 de la mano del Banco Popular, otras entidades han seguido esta iniciativa y han lanzado al mercado un volumen de unidades que en 1996 ascendía a 140.000.

CUADRO 6.26

EJEMPLOS DE OFERTA DE TARJETAS *AFFINITY* EN EL MERCADO, 1996

Entidad	Beneficiario	Porcentaje de facturación que recibe	Tarjetas emitidas	Finalidad
Banco Popular	Domund Univ. Navarra Univ. Valencia Univ. Pol. Valencia Aldeas Infantiles	0,5 (1) 0,5 0,5 0,5 0,5 (1)	12.000 1.000 300 100 Creada Recient.	Misiones Becas, Invest., Bibl. Becas Becas Aloj. Niños desamp.
BCH	Ayuda en Acción AECC Univ. Complutense	+ del 1 - 0,5	12.000 Creada Recient. 600	Niños países subdesarrollados Genérica Becas
Banesto	Unicef	20-38 (2)(3)	4.500	Ayuda a la infancia
BBV	Cruz Roja	0,15 (3)	3.000	Genérica

(1) Más del 30 por 100 de la cuota anual que se cobra al usuario de la tarjeta.
(2) Porcentaje sobre el beneficio neto que obtiene el banco por la utilización de la tarjeta.
(3) Más de 500 ptas. por cada nueva tarjeta clásica.

Fuente: Urcelay y Moroy (1996, p. 21).

- La necesidad de las entidades financieras, principalmente de los bancos, de atender la demanda de organizaciones de carácter humanitario, que cuentan con un gran respaldo social y buena imagen, a través del traspaso de un "dividendo social" resultante de la aplicación de un porcentaje sobre las ventas realizadas por los titulares de tales tarjetas.
- Aumentar el nivel de facturación y consumo medio de las tarjetas. Parece ser un hecho comprobado que el uso de estas modalidades de

tarjetas lleva aparejado unos volúmenes de venta superiores y unas tasas de morosidad menores que en el caso de las tarjetas de crédito normales.

En lo que se refiere a las tarjetas compartidas por varias marcas (*co-branded cards)*, son tarjetas ofrecidas conjuntamente por un emisor de tarjetas -normalmente una institución financiera- y otro socio comercial. La ventaja del emisor consiste en que puede compartir los gastos de *marketing* e incrementar el número de titulares, mientras que el socio comercial logra colocar su marca sobre la tarjeta ayudándole así a fomentar su propio negocio (Bouza, 1995, p. 17). En este tipo de tarjetas el banco que las emite asume el riesgo del crédito, mientras que la empresa comercial ofrece descuentos a sus clientes por los puntos acumulados por el uso de dicha tarjeta. Ejemplos de estos nuevos programas son los llevados a cabo por el Banco Popular e Iberia en 1993 para emitir la *Visa* Iberia, Banco de Santander con *American Express* y con Renfe -tarjeta *Renfe-Visa*-, La Caixa con la tarjeta *Visa* 40 Principales y con Viajes Barceló o el acuerdo de colaboración firmado entre Repsol y el Grupo BBV y Repsol y La Caixa para el lanzamiento de la tarjeta *Visa Repsol*[19].

A modo de conclusión, cabe señalar que, desde mediados de los noventa, las entidades bancarias españolas parecen haber roto con la atonía e ineficacia que durante años han caracterizado sus estrategias de comunicación en torno a las tarjetas. Así, la aparición de acciones promocionales que incentivan directamente el uso de estos instrumentos o de estrategias de segmentación de mercados basadas en programas de tarjetas *affinity* o *co-braded* contrastan fuertemente con características tales como la indiferenciación de producto o la existencia de un segmento objetivo de mercado formado, básicamente, por la propia clientela de cada una de las entidades emisoras. Pese a estos avances, ha sido mucho el tiempo durante el que estas últimas características han dominado nuestros mercados y, por

[19] Puede verse al respecto Brown (1996).

tanto, durante el que los usuarios de estos instrumentos se han visto privados de incentivos para aumentar su uso en la realización de compras, así como de información referida a nuevas ofertas de tarjetas procedentes tanto de su propia entidad bancaria como de cualquier otra. Ello puede haber provocado una carencia de información en el mercado, tanto en términos cuantitativos como cualitativos, referida a las características, rasgos diferenciadores, precios, etc., de las distintas modalidades de tarjetas que circulan en nuestro mercado.

6.2.2. CONDICIONES EN LAS QUE SE OFRECEN LOS SERVICIOS DE PAGO CON TARJETAS A LOS COMERCIANTES

Las entidades financieras de los principales países desarrollados han realizado, principalmente durante la última década, grandes esfuerzos para dotar a sus respectivos sistemas de pago de suficientes puntos de venta por los que suministrar los servicios financieros disponibles a través de tarjetas. Tradicionalmente, han sido los CA, las propias sucursales de las entidades y los terminales situados en los puntos de venta pertenecientes al sector de la distribución comercial los principales canales utilizados para la canalización de tales servicios. Sin embargo, sólo estos últimos han permitido a las tarjetas de pago cumplir con su cometido fundamental de ofrecer servicios de pago alternativos a los del cheque, transferencias, domiciliaciones o al propio efectivo.

La interacción entre ambos sectores, comercial y financiero, no ha estado libre de fricciones sino que, por el contrario, ha supuesto desde sus inicios uno de los elementos más críticos en el desarrollo de los sistemas de pago con tarjetas, hasta el punto que, en algunos casos, los comerciantes han llegado a obstaculizar directamente el desarrollo de estos sistemas, bien negándose a aceptar la instalación de terminales en sus establecimientos o bien desincentivando a sus clientes en la utilización de estos instrumentos.

Varias han sido las causas de ello, pero éstas se han centrado, no tanto en la satisfacción respecto a su funcionamiento, como en las condiciones económicas y contractuales en las que las entidades financieras han ofrecido su disponibilidad a los comercios.

Debido a su importancia, en los epígrafes siguientes pretendemos esclarecer cual es el problema y el estado actual de la cuestión en torno al suministro de servicios de pago con tarjetas en los puntos de venta, principalmente del sector comercial, y realizar un análisis comparativo de la situación en España con la existente en el resto de países de la UE.

6.2.2.1. LA ADHESIÓN DE COMERCIOS A LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS

Tal y como se ha apuntado en líneas anteriores, el origen de las tarjetas de pago cabe encontrarlo en las iniciativas llevadas a cabo por compañías petrolíferas, aerolíneas y centros comerciales, entre otras. A pesar de ello, el posterior desarrollo de estos mercados llevó a la introducción del sector financiero en la hasta entonces relación directa mantenida por tales empresas con sus clientes, dando lugar a la intermediación de, al menos, una tercera parte, cuya función era, en líneas generales, gestionar y garantizar el buen fin del pago de los bienes y servicios adquiridos por sus titulares, siempre y cuando todas las partes asumiesen las condiciones en las que estos servicios eran ofrecidos.

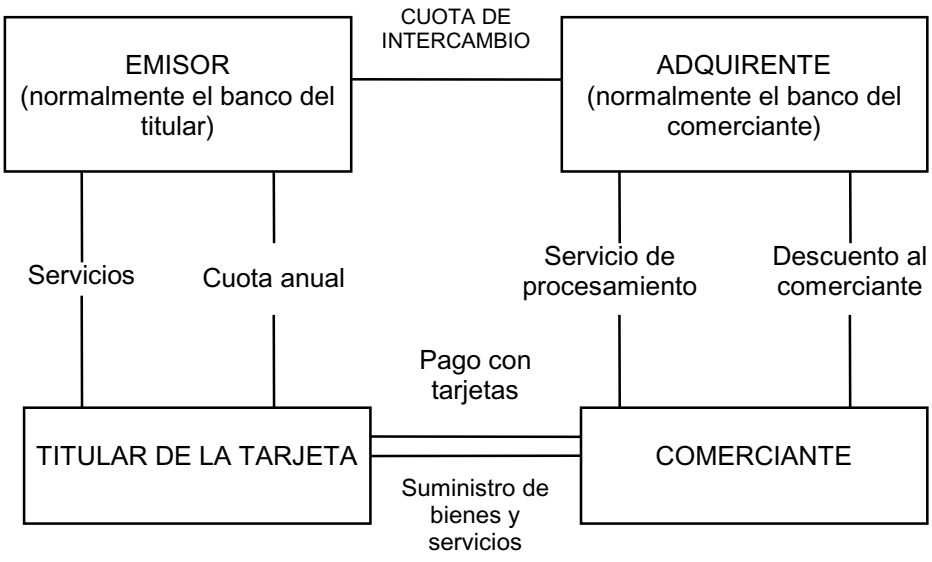
Ello ha dado lugar a la existencia en la actualidad de un sistema complejo de interrelaciones operativas y económicas entre los distintos agentes implicados (figura 6.20)[20]. El funcionamiento más habitual de estos sistemas es el siguiente: el titular de la tarjeta recibe/solicita una tarjetas de su

[20] En dicho esquema se recogen transacciones en las que no median intereses por crédito u otro tipo de comisiones cargadas al titular, como pueden ser las correspondientes al uso de sus tarjetas en CA pertenecientes a redes o entidades distintas a la del emisor

banco o institución financiera (“emisor”), que en muchos casos coincide con su propia entidad. A cambio paga a dicho emisor, generalmente, una cuota anual. Por su parte, el comerciante, directamente a través de su banco o a través de una organización (“adquirente”) que tiene delegada las funciones de adquisición y gestión de las transacciones realizadas con las tarjetas emitidas, se adhiere a una determinada red compatible con marcas de tarjetas previamente especificadas. A cambio está la obligación por parte del comerciante de pagar una comisión consistente en un descuento sobre ventas, además -como ocurre en la mayoría de países- de los gastos periódicos en concepto de alquiler del equipo. En lo que se refiere a las entidades bancarias implicadas -del titular y del comerciante- establecen el pago por los servicios que se proporcionan recíprocamente a través de las denominadas “cuotas de intercambio”.

FIGURA 6.20

RELACIONES ECONÓMICAS ENTRE DISTINTOS AGENTES DE UN SISTEMA DE PAGO CON TARJETAS



Fuente: Elaboración propia.

La posibilidad de adhesión al sistema por parte de los comerciantes y las condiciones contractuales y económicas generales en las que ésta se

produce vienen determinadas por la entidad oferente de los servicios de pago a través de tarjetas, bien sea su propia entidad bancaria -práctica habitual en países como Francia o España-, bien sea a través de una organización independiente en las que dicha entidad ha delegado la función de adquisición de comercios en la red. Cabe señalar, que la generalización de esta última práctica entre las entidades financieras de un país ha llevado, en muchos casos, a situaciones monopolísticas[21] que han eliminado el poder de negociación de los comerciantes frente a las entidades emisoras y han incentivado la existencia de una actitud reacia del sector comercial ante la aceptación del pago con tarjetas por parte de sus clientes (cuadro 6.27).

CUADRO 6.27

MONOPOLIOS EUROPEOS DE ADQUISICIÓN DE COMERCIOS POR MARCAS INTERNACIONALES DE TARJETAS, 1995

País	***Eurocard*/*Mastercard***	**Cuota de mercado (%)**	***Visa***	**Cuota de mercado (%)**
Austria	*Europay Austria*	100	*Visa-Service Kredikarten*	100
Bélgica	*Bank Card Company*	90	*Bank Card Company*	90
Dinamarca	*PBS*	100	*PBS*	100
Finlandia	*Eurocard Oy*	100	*Luottokunta*	100
Alemania	*GZS*	100	*- B+S Card Service* *Citibank*	45 25
Portugal	*Unicre*	100	*Unicre*	100
Países Bajos	*Interpay Nederland*	100	*VSB Bank*	100
Suiza	*Europay Switzerland*	100	*- Bank Finalba*/*SBC* *- Cornèr Bank*	50 50

Fuente: Lafferty (1997) y Eurocommerce (1997). Elaboración propia.

Estas situaciones monopolísticas producen fricciones importantes en las relaciones entre entidades financieras y comercios que repercuten

[21] Esta situación monopolística puede producirse a dos niveles: bien dominando la adquisición de comercios para todas las tarjetas emitidas en un determinado país (como es el caso de *Bank Card Company* en Bélgica), o bien dominando la adquisición de comercios que se quieran adherir a una marca concreta de tarjeta (como es el caso del dominio de la marca *Eurocard*/*Mastercard* en Países Bajos).

negativamente en el desarrollo de los sistemas de pago con tarjetas. Prueba de ello es que, del total de países relacionados en el cuadro 6.27, salvo Dinamarca -país en el que no se cargan cuotas ni a comerciantes ni a titulares por el uso de sus tarjetas- y Finlandia -donde a pesar de contar con el monopolio de *LuottoKunta* en la emisión de *Visa* los detallistas cuentan con una importante participación en esta compañía (del 36 por 100) y han podido defender así sus propios intereses-, en la mayoría se ha dejado sentir un claro rechazo de los comerciantes al pago con tarjetas en sus establecimientos, como medida de presión para conseguir mejores condiciones de adhesión (Lafferty, 1997).

El mercado español ha quedado al margen de estas prácticas monopolísticas. Ello es debido, entre otras causas, a que los escasos ingresos obtenidos por las entidades en concepto de intereses, como consecuencia de la infrautilización del crédito *revolving* a través de tarjetas de crédito, y la tardía implementación de cuotas anuales sobre aquellas con funciones de débito, iniciada en 1994, ha situado a los descuentos sobre ventas de los comerciantes como una de las principales fuentes de ingresos del negocio de las tarjetas en nuestro país, lo que ha llevado a una intensa competencia entre las entidades bancarias en lo que se refiere a la adquisición de comercios.

Sin embargo, esta supuesta competencia existente en el mercado español ha podido quedar limitada en cierta medida, igual que en otros países, por la imposición por parte de las redes a las que pertenecen de condiciones generales de obligado cumplimiento. Nos referimos al establecimiento por parte de éstas de unas tarifas mínimas que las entidades propietarias de los TPV (adquirentes) están obligadas a revertir a las que han emitido las tarjetas con las que se realizan las transacciones, en caso de que unas y otras sean distintas. Al mismo tiempo, el adquirente, intentará, al menos, recuperar el importe pagado mediante su cobro al comercio al que le presta sus servicios de pago. En definitiva, las citadas tarifas desempeñan, en la mayoría de los

casos[22], el papel de precios mínimos que son tomados como referencia por el adquirente a la hora de facturar los servicios de pago prestados al comerciante. Por la importancia que, a nuestro entender, tiene este último aspecto dedicamos los dos siguientes subapartados a su estudio detallado.

6.2.2.2.CONDICIONES ECONÓMICAS DE LA OFERTA DE SERVICIOS FINANCIEROS A TRAVÉS DE TARJETAS APLICADAS AL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

6.2.2.2.1. ESTRUCTURA Y FORMACIÓN DE LOS DESCUENTOS SOBRE VENTAS APLICADOS A LOS COMERCIOS

A pesar de la interferencia que la aceptación de tarjetas emitidas por entidades financieras suponía en la relación bilateral cliente-comercio, estos instrumentos aportaban un complemento/suplemento a la tradicional actividad de financiación de las compras realizadas por sus clientes, con un coste que se basaba, fundamentalmente, en el pago de un porcentaje de las ventas a la entidad emisora. Estos descuentos sobre ventas se justificaban por las entidades emisoras de tarjetas, principalmente, por los siguientes motivos (Frazer, 1985, p. 30):

- Garantía de pago al comercio de las compras realizadas por el titular. Las entidades emisoras de tarjetas, una vez concedida la autorización y siempre que el comerciante hubiese cumplido con lo estipulado en contrato, asumen el riesgo de impago del titular que se puede presentar en transacciones donde media crédito o en aquellas realizadas *off-line*.

[22] Cabe señalar, no obstante, que existen ocasiones en las que el tipo de descuento aplicado sobre las ventas del comerciante por la entidad bancaria es menor que la tasa de intercambio. Esta situación únicamente se entiende si tenemos en cuenta el contexto de la relación financiera global mantenida por dicha entidad y el comercio y no solamente la relativa al suministro de servicios de pago por la primera a éste (Gabeiras, 1998, p. 140).

- Beneficios del comerciante en la gestión del efectivo. Se derivan de la eliminación de los riesgos de robo, atraco, fraude o pérdidas de efectivo, así como de las reducciones de costes que se producen al evitar la manipulación del efectivo.

- Incremento de facturación del comerciante. La disposición de una línea de crédito instantánea por parte del titular de la tarjeta puede incentivarle a realizar mayores compras que en caso de no tenerla.

En el proceso de desarrollo de los sistemas de pago con tarjetas han surgido innovaciones tecnológicas tales como los TPV, tarjetas de débito o monederos electrónicos que no suministran los citados servicios de crédito y que, por lo tanto, reducen considerablemente el riesgo de impago en las compras realizadas por los titulares de tarjetas. De este modo, estas mejoras han restado transcendencia a los argumentos utilizados tradicionalmente por las entidades emisoras para justificar la imposición de los tipos de descuento sobre las ventas de los comerciantes. Ello ha añadido un nuevo elemento de descontento en el sector comercial frente a la aceptación de estos instrumentos de pago.

Teniendo presente lo anterior, la distribución de los costes y beneficios entre las principales partes involucradas en una transacción con tarjeta -banco emisor, banco adquirente, comercio y titular- conforma la parte central del actual debate en torno a los sistemas de pago electrónicos en el punto de venta. Hoy en día, los costes del sistema son asumidos, prácticamente en su totalidad, por los bancos implicados y por los comercios, estos últimos, principalmente, mediante la deducción de unos descuentos sobre ventas y el pago de los costes de telecomunicación asociados a cada transacción, mientras que sobre los titulares de tarjetas de pago únicamente se carga una cuota anual por la posesión de aquellas y no por cada operación realizada con dicho instrumento.

En orden a comprender la naturaleza y posibles implicaciones de dichos descuentos sobre ventas, hemos creído conveniente realizar un análisis detallado del proceso que lleva finalmente a la fijación de su cuantía. Para ello se ha tomado como ejemplo el mercado español y, en orden a facilitar su compresión, en el cuadro 6.28 se recoge parte de la relación de tarifas utilizadas por las entidades miembros de la red de *Visa*[23].

La formación de los citados descuentos sobre ventas parte, como se ha dicho anteriormente, de unas tarifas establecidas por los distintos sistemas de tarjetas -*Visa*, *4B* o red *6000*-, denominadas "tasas de intercambio", que representan la parte del descuento total aplicado sobre ventas que el banco propietario de un TPV debe de transferir a la entidad emisora de la tarjeta utilizada[24], estando fundamentada por los riesgos y costes soportados por esta última[25]. Es importante señalar que estas tarifas son comunes para todas las entidades emisoras pertenecientes a una misma red y que, además, varían en función del tipo de actividad. Esta discriminación de precio por sectores se justifica por las distintas características de los mismos, principalmente en lo que se refiere a los diferentes niveles de riesgo de impago por parte de sus clientes, volúmenes de operaciones y la infraestructura de TPV que puedan

[23] Cabe destacar, que la relación de las tarifas aplicadas por las distintas redes a los comerciantes ha sido calificada por la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios como "uno de los secretos mejor guardado" (Ausbanc, 1995, p. 50) por los emisores de tarjetas, hecho del que hemos sido testigos en la elaboración del presente trabajo de investigación.

[24] Obsérvese que las tasas de intercambio en redes de TPV fluyen en sentido contrario que en el caso de las redes de CA. En este último, como se ha visto en el apartado anterior, es el banco emisor de la tarjeta el que debe de abonar dicha tasa a la entidad propietaria del CA. Sin embargo, en una transacción a través de TPV es el banco dueño del TPV el que debe de transferir dicha tasa al emisor de la tarjeta.

[25] Los riesgos se refieren a los derivados del crédito o posibilidad de impago del titular, riesgo operativo (como consecuencia de los posible errores, mal funcionamiento del sistema, etc.) y riesgo de fraude (por falsificación, robo, violación de los sistemas de seguridad, etc.). Respecto a los costes, se incluyen la adquisición, instalación y mantenimiento de la infraestructura técnica necesaria, costes de actualización tecnológica, costes por las diferencias entre la fecha de cargo y abono (principalmente en el pago a crédito), pagos por los servicios de la red a la que pertenezca la entidad (por gestión de comunicación, procesos de liquidación, compensación, etc.), "*royalties*" al propietario de la marca de la tarjeta, costes de mantenimiento operativo de los sistemas informáticos y de comunicaciones (personal, consumibles, electricidad, etc.), costes de promoción de uso de la tarjeta y costes de contabilización.

CUADRO 6.28

RELACIÓN ALFABÉTICA DE CÓDIGOS DE ACTIVIDAD, TASAS DE INTERCAMBIO Y LÍMITES DE CONSULTA, DE FECHA 01.12.96

Sectores de actividad	Códigos *Visa Mastercard Eurocard*	Tipo de referencia (%)	Tasa de intercambio (%)	Límite de consulta clásica/oro (ptas.)	Epígrafe IAE
Colegios y Academias de Enseñanza Profesional, Autoescuelas, Guarderías	8244	4,00	3,4000	25.000/25.000	933.1, 933.2 y 933.9
Colegios y Centros de Enseñanza Regladas	8220	3,00	2,5500	25.000/25.000	931.1 a 932.2
Comida Rápida (*fast food)*	5814	3,50	2,9750	14.000/25.000	671.1 a 671.5
Comunidades de Regantes	4999	1,00	0,8500	00.000/00.000	844 y 849
Confección Textil en General	5611	4,50	3,8250	14.000/25.000	651.1 a 651.7
Consignas Automáticas	4789	4,50	3,8250	00.000/00.000	754.1 a 754.6 y 754.9
Decoración y Arquitectura	8911	4,50	3,8250	14.000/25.000	844
Devolución de Impuestos a No Residentes de la C.E.	6015	0,00	0,000	S/L	811 y 812
Distribuidores Mayoristas de Productos de Alimentación a Domicilio del Minorista	1464	2,00	1,7000	00.000/00.000	611
Droguerías y Perfumerías	5911	4,50	3,8250	14.000/25.000	652.1 a 652.4
Electrodomésticos	5722	2,50	2,1250	14.000/25.000	653.2
Envío de Correspondencia (máquinas de autoservicio)	2215	4,00	3,4000	S/L	729.1 a 729.3
Equipos de Fotografía y Cine, Vídeo Club, Óptica e Instrumental Médico	5946	4,00	3,4000	14.000/25.000	659.1 a 659.9
Espectáculos y Deportes (terminales no atendidos)	2941	3,00	2,5500	00.000/00.000	968.1, 968.2,968.3, 965.1, a 965.5, 989.1 y 989.3
Espectáculos y Deportes, Stand, Ferias, Congresos, Club Deportivo (eventos puntuales)	7941	3,00	2,5500	15.000/25.000	968.1, 968.2,968.3, 965.1, a 965.5, 989.1 y 989.3
Estaciones de Esquí	7997	3,00	2,5500	7.500/7.500	967.1 a 967.3
Expendedurías, Oficinas de Tabacos	5993	4,50	3,8250	5.000/5.000	646.1 a 646.8
Farmacias	5912	2,00	1,7000	14.000/25.000	652.1/652.4
Ferretería, Bricolaje y Electricidad	5251	4,00	3,4000	14.000/25.000	653.3 y 653.9
Nota: En los límites de consulta “00.000/00.000” significa que siempre hay que realizar la consulta. Por el contrario, “S/L” significa que nunca hay que realizarla.					

Fuente: Información facilitada por la Confederación Española de Comercio.

aportar[26]. En cualquier caso, estas tasas de intercambio representan, generalmente, unos precios mínimos[27] aplicables por las entidades bancarias

[26] Una de las críticas que hacen los pequeños comerciantes a los descuentos que se le aplican es la discriminación que sufren frente a los grandes hipermercados. Una de las razones aludidas por las entidades emisoras para justificar este hecho es la presencia en dichos establecimientos de una infraestructura de TPV que les evita los costes de instalación y mantenimiento de otros que son propiedad del banco.

[27] Véase nota 22 a pie de página.

por la prestación de servicios de pago con tarjetas a los comerciantes, debido a que su importe debe ser traspasado a la entidad bancaria que ha emitido la tarjeta con la que ha pagado el cliente.

Cabe hacer mención aquí a una consideración crítica realizada recientemente por el Tribunal de Defensa de la Competencia (1999) relacionada con lo dicho en el párrafo anterior: las tasas de intercambio se acuerdan entre las entidades pertenecientes a un sistema de forma periódica y se estratifican por sectores "… según diversos criterios poco determinados… se ha comprobado por este Tribunal que los criterios de estratificación de las tasas de intercambio en función del riesgo, según los tipos de establecimientos comerciales, no responden en todos los casos a realidades objetivas". Es por ello que, según este Tribunal, la manera en la que se conciertan estos tipos de intercambio entre las entidades pertenecientes a un sistema puede presentar ciertos riesgos para la competencia si no se realiza en un clima de máxima transparencia y de forma que los niveles de tasas de intercambio se fijen conforme a criterios de carácter objetivo.

Volviendo sobre la formación de los tipos de descuento, partiendo de las tasas de intercambio, el "banco adquirente" o del comerciante -propietario del TPV- añade un margen que, junto a la tasa de intercambio, conforman los descuentos sobre venta aplicados a los comerciantes. A pesar de existir un margen recomendado para todos los miembros de la red, el cual junto a la tasa de intercambio forma el denominado "tipo de referencia", cada entidad puede establecer aquel que crea conveniente en función de las circunstancias particulares de cada comercio o del poder negociador de éste. Si bien el banco del comerciante no asume prácticamente ningún riesgo en las transacciones realizadas con tarjetas, incurre en una serie de costes que justifican el cargo de dicho margen[28].

[28] Éstos se refieren a los costes de adquisición, instalación y mantenimiento de la infraestructura necesaria (TPV, *hardware*, etc.), costes de consumibles y material publicitario entregado a los comerciantes, costes por posibles diferencias entre la fecha de valoración del

Como consecuencia de lo anterior, existe una diversidad de comisiones que varía, no sólo en función de la actividad desarrollada por el comercio, sino también de aquellos factores que influyen sobre su poder negociador, como son el tamaño del comercio, su ubicación geográfica, el volumen de ventas que genera, etc. Esta discriminación de precios y las supuestas elevadas cargas soportadas por los comerciantes, unidas a la posible falta de competencia en el establecimiento de las mismas, han constituido el objeto central de las continuas denuncias presentadas por las asociaciones de comercios de los distintos países, incluido España, situación ésta en la que se profundizará en el siguiente capítulo dedicado al estudio de la demanda.

Una vez analizado cómo se conforman y justifican los descuentos sobre ventas de los comerciantes, a continuación indagamos sobre los niveles que alcanzan estas tarifas en nuestro país en comparación al resto de países de nuestro entorno.

6.2.2.2.2. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS VIGENTES EN ESPAÑA CON RELACIÓN A LAS DEL RESTO DE PAÍSES DE LA UE

La existencia de diversas estructuras de costes relacionados con el uso de las tarjetas que son aplicadas a los sectores de la distribución comercial de los distintos países de nuestro entorno dificulta considerablemente la realización de un análisis comparativo con el fin de determinar si las cargas totales finalmente soportadas por los comerciantes españoles son superiores o inferiores a las de otros países. Esta diversidad se deriva, principalmente, de la inexistencia en la mayoría de los países de una tasa de descuento estándar para todos los sectores de actividad, de la heterogeneidad existente entre países en la imputación de los gastos relacionados con la adquisición, alquiler

abono en cuenta al comerciante y la de abono al banco (es posible que el comerciante reciba el abono en cuenta en el día de la transacción -día D- y el banco lo reciba del banco del titular de la tarjeta el día D+1 como consecuencia del proceso de compensación) y costes de actualización tecnológica.

o mantenimiento de los TPV y de los distintos costes derivados de la pérdida del *float*, como consecuencia de los distintos plazos en los que las entidades financieras de cada uno de los países abonan las ventas en las cuentas de los comerciantes. Teniendo presente tales limitaciones, en las siguientes líneas nos centraremos, principalmente, en el análisis comparativo de los tipos de descuento aplicados sobre las ventas de los comercios de los distintos países considerados.

La citada heterogeneidad en las estructuras de costes queda reflejada en el cuadro 6.29, en el que se aprecia las considerables diferencias que existen en sus distintas partidas en función del país que estemos considerando. De dicho cuadro se deduce que en 1997 la tasa media de intercambio aplicada en España se sitúa en niveles superiores a los del resto de países. Sin embargo, nuestro país, junto a Portugal, es el único en el que se goza de gratuidad en la instalación y mantenimiento de los TPV, a la vez que se sitúa entre aquellos en los que se produce un menor retraso en el abono de las ventas en las cuentas de los comerciantes[29].

Centrándonos en las tasas de descuento, en el cuadro 6.30 se relacionan el tipo promedio cargado sobre las ventas de los comerciantes, así como su evolución e intervalo entre los que varían los tipos efectivos aplicados en cada país considerado.

[29] La información contenida en los cuadros 6.29 y 6.30 ha sido proporcionada por la Confederación Española de Comercio y procede de un anexo estadístico del informe elaborado por el Banco de España, de fecha 28 de julio de 1997, a petición de la Comisión sobre Medidas del Entorno y Simplificación Administrativa, cuyo objeto era el estudio del posible efecto inflacionista de los costes soportados por los comerciantes por el uso de las tarjetas y de las diferencias existentes en las condiciones aplicadas a grandes y pequeños comercios. Respecto a la metodología utilizada para la elaboración de dicho informe, según el mismo para obtener los datos relativos al mercado español se remitió "... un cuestionario a un conjunto seleccionado de grandes bancos y cajas de ahorros, a los que también se solicitó que enviaran copia de los modelos de contratos que suscribían con los comerciantes, y se mantuvieron entrevistas con responsables de las sociedades gestoras de los sistemas de redes de pagos operantes en España". En lo que se refiere a los datos de los demás países europeos "... se han obtenido de un estudio encargado por una de las sociedades gestoras de medios de pago a un consultor independiente...".

CUADRO 6.29

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PAGO CON TARJETAS EN LOS PUNTOS DE VENTAS COMERCIALES, 1997

	Alemania	Reino Unido	Francia	Italia	Portugal	Bélgica	España
Tasas de intercambio locales	1,5% media. Las coordina Visa con bancos, emisores y procesadores.	Créditos: 1-1,3% Débito: 7-12 peniques Switch: 3,36-3,92 peniques La fija un comité.	Entre el 0,6 y el 0,5% La fija una comisión en la que participan los bancos	Se aplican tasas internacionales de Visa y Mastercad 1,5% manual 0,6% electrónicos (dependen del sistema y no de la actividad del comercio)	UNICRE (entidad que actúa siempre como adquirente) no paga nada al banco emisor, ya que el reparto vendrá al final de año vía beneficios. Débito doméstico: 0,72%	0,6% TPV on-line 0,9% TPV semi on-line 1,2% manual Se siguen directrices Visa	2,01% Media
Diferencial tasas de descuento-tasa de intercambio	0,6%	0,35%	0,45%	1,65%	1,58%	1%	_
TPV Instalación y mantenimiento	Paga el comercio entre 55 y 65 DM mensuales (4.600-5.500 Ptas.)	Paga el comercio entre 15 y 25 libras mensuales (1.400-5.800 Ptas.). También soportan otros costes	Paga el comercio entre 100 y 200 Fr. Se negocia con el descuento (2.500-5.000 Ptas). También se abonan los gastos de mantenimiento	El comercio hace un pago único de 200.000 L. (16.000 Ptas.) Las cadenas negocian y en ocasiones el banco se hace cargo del coste. Mantenimiento: Comercio	Los bancos pagan instalación y mantenimiento en tarjetas de débito; UNICRE en tarjetas de crédito.	Los comercios pagan una renta mensual de 2.000 Bef (6.300 Ptas.). Los gastos de comunicación y mantenimiento son abonados por los comercios	Los bancos pagan instalación y mantenimiento .
Plazo de abono al comercio	Crédito: D+3 Débito: D+2	Se negocia entre las partes. Entre D+1 y D+3	Crédito: entre D+2 y D+3 Débito: entre D+1 y D+2	Crédito: entre D+2 y D+3 Débito: entre D+1 y D+2	Electrónicos: D+1 Manuales: D+3	Electrónicas crédito: D+3 Manual Crédito: D+4 Débito: Inmediato	Entre D y D+2

Fuente: Banco de España (1997).

De acuerdo con la información facilitada en el cuadro 6.30, se aprecia un descenso generalizado de las tasas medias de descuento vigentes durante los últimos años en cada uno de los países considerados, incluido España. A su vez, puede concluirse que, en promedio, las tasas de descuento finalmente aplicadas en nuestro mercado son inferiores a la de la mayoría de países, aunque tales diferencias no son importantes. De hecho, estas tasas promedios han sido tomadas como referencia por las entidades emisoras de nuestro país para responder a las denuncias presentadas por las asociaciones de comerciantes, en las que se afirmaba la aplicación de unas mayores tarifas en España con relación a las de otros países.

CUADRO 6.30

EVOLUCIÓN DE LAS TASAS MEDIAS DE DESCUENTO Y VALORES EXTREMOS APLICADOS A COMERCIOS DE DISTINTOS PAÍSES DE LA UE

	Evolución de las tasas medias de descuento (%)	**Tasas de descuento (máx-mín)**
Alemania	1994: 2,50 1995: 2,30 1996: 2,10 1997: 2,10	4,50% (venta a distancia) - 1,50% (gasolineras y líneas aéreas)
Reino Unido	1994: 1,65 1995: 1,60 1996: 1,50 1997: 1,50	3,00% (pequeños comercios) - 1,10% (supermercados y grandes superficies)
Francia	Aproximadamente 1,00 en los últimos ejercicios	1,52%- 0,60% (gasolineras e hipermercados)
Italia	1994: 4,00 1995: 3,80 1996: 3,20 1997: 2,80	5,00% (venta por correo y teléfono) - 2% (hipermercados y gasolineras)
Portugal	1994: 2,95 1995: 2,81 1996: 2,50 1997: 2,30	5,00% (rentacar, venta a distancia y comercios en general) - 2,00% (alimentación)
Bélgica	1994: 4,00 1995: 3,20 1996: 2,40 1997: 1,90	4,50% (bares) - 1,55% (gasolineras y agencias de viajes)
España	1995: 2,33 1996: 2,08 1997: 2,00	6,00% (venta por correo y saunas) - 0,1% (grandes superficies de alimentación)

Fuente: Banco de España (1997).

Sin embargo, cabe señalar que dichas medias han sido calculadas relacionando las comisiones totales y ventas totales sobre las que se han aplicado, razón por la cual pierden representatividad estadística a medida que los intervalos entre los que se mueven los citados tipos de descuento son más amplios, máxime cuando la política de precios seguida por las compañías emisoras se traduce en la imposición de menores tipos de descuento precisamente a las entidades que generan mayores volúmenes de ventas.

Con relación a lo anterior, nótese que el mercado español es, entre los países relacionados, aquél que soporta una mayor discriminación de precios, con una amplitud del intervalo de tipos de descuento no superada por la de ningún otro. De hecho, para el caso español, pese a que la tasa media de descuento aplicada al sector en relación con sus ventas es, según el estudio realizado por el Banco de España (1997, p. 14), del 2 por 100, en el mismo trabajo se estima que el 74,1 por 100 de los TPV están instalados en comercios que pagan una tasa de descuento superior a ese 2 por 100 y que casi la mitad de dichos comercios (un 45,7 por 100) pagan tarifas por encima del 3 por 100. Ello demuestra la falta de representatividad y de realismo del tipo de descuento medio del 2 por 100.

La comparación de los resultados obtenidos por el Banco de España con los de otros estudios similares realizados para el caso español pone de manifiesto las grandes divergencias existentes entre ellos en lo que se refiere a la cuantía de los tipos de descuento vigentes en nuestro mercado, hecho que impide obtener conclusiones definitivas en torno cual es su nivel medio. Hacemos referencia a continuación a algunos de estos estudios empíricos.

En los resultados de las estimaciones sobre las tasas de intercambio vigentes en 1995 (cuadro 6.31), en función de la rama de actividad, realizadas por la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc, 1995, p. 52), se aprecia que en tan sólo 7 actividades, entre las que se encuentran aquellas en las que se generan mayores ventas a través de tarjetas, se situaban por

debajo del 2,33 por 100, valor que el estudio del Banco de España defiende como el promedio aplicado al sector en dicho año.

CUADRO 6.31

ESTIMACIÓN DE LAS TASAS DE INTERCAMBIO APLICADAS POR RAMA DE ACTIVIDAD EN ESPAÑA, 1995 (EN PORCENTAJES)

Sector de actividad	Tasa de intercambio
Gasolineras	0.85
Hipermercado	0,85
Farmacias	1,70
Sociedades de Caridad (sin ánimo de lucro)	1,70
Supermercados, ultramarinos, alimentación	1,70
Agencias de viajes	1,91
Electrodomésticos, hogar, menaje	2,12
Hoteles, moteles, balnearios y camping	2,33
Casas de discos	2,55
Espectáculos y deportes, ferias, congresos	2,55
Grandes superficies de bricolaje, droguería, juguetes	2,55
Cafeterías, Snaks, bares	2,97
Restaurantes	2,97
Ferretería y bricolaje	3,40
Peluquerías, institutos de belleza y gimnasios	3,40
Tintorerías, lavanderías	3,40
Bazares, objetos de regalo, souvenirs, sex shops	3,82
Confección textil en general	3,82
Droguerías y perfumerías	3,82
Expendedurías, oficinas de tabaco	3,82
Filatelia	3,82
Juguetes, artículos deportivos, armerías	3,82
Librerías, papelerías, imprentas	3,82
Marroquinería, artículos de viaje	3,82
Peleterías	3,82
Piel, ante, napa, cuero	3,82
Tapicerías y alfombras	3,82
Joyerías, relojerías	4,25
zapaterías	4,25
Clubes, salas de fiestas, *pubs* y discotecas	5,1
Masajes y saunas	5,1

Fuente: Ausbanc (1995, p. 52).

Por su parte, la Confederación Española de Comercio estimaba que el tipo de descuento medio aplicado en 1996 fue del 3,5 por 100, un punto y medio superior al manifestado por las entidades emisoras consultadas en el citado estudio del Banco de España. Esta cifra media está cercana a la obtenida años atrás por un estudio llevado a cabo por la Dirección General de

Comercio (1992, p. 223), entre cuyas conclusiones se establecía lo siguiente: "La comisión cobrada por las entidades financieras en concepto de gestión de las tarjetas utilizadas en el comercio minorista varía con el tipo de tarjeta y, en menor medida, con el tipo de establecimiento y, según muestra encuestada, se eleva a una media del 3,8 por 100 del importe de las operaciones realizadas... El 79,0 por 100 de los encuestados manifiestan pagar comisiones comprendidas entre el 2 por 100 y el 6 por 100. El resto declaran abonar cantidades inferiores al 2 por 100 y, en menor medida, superiores al 6 por 100".

Más recientemente, en 1999, se ha llevado a cabo por parte de Ausbanc otro estudio más amplio a fin de determinar los costes soportados por los comercios que disponen de TPV. Los resultados obtenidos tras encuestar a un total de 6.850 comercios de distintas provincias españolas (cuadro 6.32) reflejan unas tasas medias de descuento que distan notablemente de las defendidas por las entidades emisoras analizadas por el Banco de España en su estudio, tanto para las tarjetas de débito (con un 2,6 por 100 de media) como para las de crédito (con una tasa promedio de descuento del 3,85 por 100).

CUADRO 6.32

CUANTÍAS DE LOS DESCUENTOS SOBRE VENTAS DE LOS COMERCIOS POR USO DE TARJETAS BANCARIAS, 1999 (EN PORCENTAJES)

Provincia	TARJETAS DE DÉBITO			TARJETAS DE CRÉDITO		
	T.descuento máxima	T.descuento mínima	Media	T.descuento máxima	T.descuento mínima	Media
Almería	4	0	2,55	4,5	2	3,13
Barcelona	3,25	1	2,29	4,5	2	3
Bilbao	3,75	1,5	2,01	5,5	2,5	3,98
Jaén	4,5	0	1,9	6	2	3,76
Madrid	4,5	1,5	3	6	3	4,5
Málaga	4,95	0	2,57	6	2,5	4,27
Las Palmas	6	1	4,43	6	2,75	3,95
Sevilla	4	2	3	6	3,5	4,5
Tenerife	5	0	2,13	6	1,75	3,64

Fuente: Ausbanc (1999). Elaboración propia.

Otro estudio más reciente, elaborado por el Tribunal de Defensa de la Competencia a finales de 1999[30], obtenía como resultado la existencia de unas tasas de descuento notablemente inferiores a las defendidas en los trabajos citados anteriormente. Incluso, de acuerdo con el citado Tribunal, "La tasa de descuento es, para 13 de las categorías de comercio estudiadas, inferior a la TMI (Tasa Multilateral de Intercambio). En los otros 4 casos, la tasa de descuento es superior a la TMI. De ello se desprende que la actividad de adquisición puede ser deficitaria, ya que en ocasiones la tasa de descuento no llega a cubrir la TMI." Las tasas medias de descuento por tipo de comercio estimadas en el estudio son las que se recogen en el cuadro 6.33.

Por último, hay que recordar aquí algunas de las debilidades estructurales que sufre nuestro sector de la distribución comercial, que, entendemos, deben de tenerse en cuenta a efectos comparativos con otros países. Así, la escasa dimensión de los establecimientos comerciales españoles, sus reducidos volúmenes de venta y la excesiva fragmentación de la red comercial pueden derivar en una mayor sensibilidad de nuestros comercios, con relación a los del resto de países, ante la imposición de las citadas tasas de descuentos, que, en algunos casos, tal y como se ha visto, alcanzan el 6 por 100 de las ventas que se liquidan a través de tarjetas. De acuerdo con lo anterior, suponiendo como válido el tipo de descuento del 3,5 por 100 defendido por la Confederación Española de Comercio y considerando que el margen medio aplicado en el comercio minorista en España se sitúa en torno al 31 por 100 (Dirección General de Comercio Interior, 1997, pp. 129-130), los comerciantes estarían sacrificando en promedio más de un 11 por 100 de su margen comercial por el uso de las tarjetas de pago bancarias en sus establecimientos.

[30] El estudio, realizado en el segundo cuatrimestre de 1999, consistió en el envío de un cuestionario a 292 entidades financieras españolas, de las que finalmente se computaron 148, lo que representaba el 74 por 100 de las entidades que realizaban operaciones de "adquisición" de comercios (véase nota pie de página número 16 de la página 275).

CUADRO 6.33

TASAS MULTILATERALES DE INTERCAMBIO, TASAS DE DESCUENTO MÁXIMAS Y MÍNIMAS, TASAS DE DESCUENTO MEDIAS PONDERADAS POR LA FACTURACIÓN REALIZADA CON TARJETA COMO MEDIO DE COBRO Y DIFERENCIA ENTRE LA TASA DE DESCUENTO MEDIA Y LA TASA MULTILATERAL DE INTERCAMBIO, 1999 (EN PORCENTAJES)

Tipo de comercio	Tipo de descuento máximo	Tipo de descuento mínimo	Tipo multilateral de intercambio (TMI)	Tasa de descuento media	Tasa de descuento media-TMI
Grandes superficies-Alimentación	5	0	0,85	0,49	-0,4
Gasolineras	9	0	0,85	0,71	-0,1
Supermercados	7	0	1,30	1,02	-0,3
Farmacias	6	0	1,70	1,81	0,1
Locutorios telefónicos	6	0	1,70	2,34	0,6
Agencias de viajes	7	0	1,91	1,58	-0,3
Grandes superficies-resto	6	0	2,12	1,53	-0,6
Autopistas	5	0	2,12	2,16	0,0
Hoteles	6	0	2,38	1,92	-0,5
Restaurantes	7	0	2,97	2,73	-0,2
Droguerías	7	0	3,82	2,55	-1,3
Minoristas calzado	7	0	4,25	2,81	-1,4
Joyerías	7	0	4,25	2,96	-1,3
Alquiler automóviles	6	0	4,25	2,30	-2,0
Discotecas	10	0	5,10	4,89	-0,2
Venta por teléfono	8	0	5,10	4,76	-0,3
Masajes y saunas	7	0	5,10	5,32	0,2

Fuente: Tribunal de Defensa de la Competencia (1999).

Es preciso hacer mención, igualmente, a la variabilidad de dichos tipos de descuento en función del sector de actividad, dimensión del establecimiento y localización de éste. Este hecho ha sido constatado por parte de la Dirección General de Comercio (1992), observándose en sus resultados que, en líneas generales, las variables que en mayor medida explican las diferencias entre los tipos de descuento aplicados a los establecimientos son las dos primeras, mientras que la debida a la ubicación del establecimiento es mínima.

Por último, cabría hacer referencia a los costes soportados por los comerciantes que aceptan tarjetas monedero en sus establecimientos (cuadro 6.34). Para el caso español, algunas entidades no cobran aún ningún tipo de

descuento sobre las ventas generadas en los comercios a través de estos instrumentos, mientras que la información sobre el nivel de las tarifas de las que sí lo hacen es contradictoria[31]. En el referido estudio realizado por el Tribunal de Defensa de la Competencia se hace también referencia al problema de determinar estas tasas en los siguientes términos: "Se solicitaron las tasas de descuento medias cargadas por el pago con tarjetas monedero. Las respuestas recibidas mostraron que la implantación de este medio de pago es escasa. En consecuencia, no es posible extraer conclusiones significativas de su estudio".

CUADRO 6.34

COSTES PARA EL COMERCIANTE DE LOS PRINCIPALES PROYECTOS DE MONEDERO ELECTRÓNICO EN EUROPA

Países	Nombre tarjeta	Costes para el comercio
España	*Euro 6000* *Visa Cash*	s/d s/d
Austria	*QUICK*	0,5-1,7%; 0,16 ecus por transferencia
Bélgica	*Protón*	0,9% transacción por terminal; 2% en máquinas vending; 0,3-0,54 ecus por transferencia
Dinamarca	*Danmont*	0,025 ecus por transacción (ningún descuento para grandes volúmenes); 1,47 ecus por transferencia; 147 ecus de cuota anual de asociación
Finlandia	*Avant*	s/d
Alemania	*Geldkarte*	0,3% (mínimo 0,02 ecus)
	Paycard	0,30%
	P-Card	0,074-0,18 ecus por transacción, con un máximo de 0,037 ecus para importes por debajo de 4,9 ecus
Países Bajos	*Chip-Knip*	0,8% o 0,049 ecus por transacción (descuento para grandes volúmenes); 6,52 ecus mensuales + 0,22 por día en concepto de transferencia
	Chipper	0,7% ó 0,036 ecus por transacción; 6,52 ecus mensuales + 0,22 al dia por transferencia
Suecia	*Cash Card*	0,5% ó 0,049 ecus por transacción
Portugal	*PMB*	s/d
Italia	*Minipay*	s/d

Fuente: Financial Service Forum: SCAS nº 4 Supplement (1997).

[31] Algunas de las entidades consultadas para la elaboración del presente trabajo indicaban que no cobraban tasas de descuento sobre las ventas generadas con monederos electrónicos, mientras que tras ponernos en contacto con la Federación Española de Comercio nos indicaban que se viene aplicando una tasa media del 2,5 por 100. La escasa implantación de este instrumento y la ausencia de otras fuentes no nos ha permitido contrastar dicha información, motivo por el cual hemos creído conveniente no citar tasa alguna en el cuadro.

A modo de síntesis, de acuerdo con la información analizada en las líneas que preceden, la tasa media de descuento aplicada sobre las ventas de los comercios españoles que aceptan las tarjetas giran en torno al 2 por 100 y no puede considerarse excesiva si se le compara con la que se aplica en otros mercados. No obstante, hay que tener en cuenta que la mayor amplitud relativa de los intervalos sobre los que giran dichas tasas y las características propias de nuestro sector comercial pueden restar representatividad a dicho promedio y, por tanto, probablemente no exprese en modo alguno la verdadera presión ejercida sobre los márgenes de las empresas comerciales. De hecho otros estudios señalan que la tasa promedio de descuento sobrepasa el 3 por 100.

APÉNDICE AL CAPÍTULO 6

IMPORTANCIA DEL NEGOCIO DE LAS TARJETAS DE PAGO SOBRE EL ACTIVO CREDITICIO Y PARTIDAS DE INGRESOS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS ESPAÑOLAS

APÉNDICE AL CAPÍTULO 6

IMPORTANCIA DEL NEGOCIO DE LAS TARJETAS DE PAGO SOBRE EL ACTIVO CREDITICIO Y PARTIDAS DE INGRESOS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS ESPAÑOLAS

A.1. IMPORTANCIA DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETAS SOBRE EL ACTIVO CREDITICIO DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS

El consumo privado representa el mayor componente del PIB, con un peso aproximado de 2/3 partes de éste. Su evolución se encuentra condicionada, por un lado, por la situación patrimonial de las familias y de sus expectativas futuras y, por otro, de la posibilidad de financiación de sus decisiones de gasto a través de pasivos financieros facilitados por el sistema. Gran parte de estas facilidades crediticias proceden de las entidades de depósito[1], con un importe otorgado que representaba en 1997 en torno al 11 por 100 del consumo privado en nuestro país (cuadro 6.35).

[1] Al hablar del mercado de crédito al consumo es preciso hacer referencia a la creciente importancia relativa que están alcanzando las empresas del sector comercial. Esta situación hay que entenderla en el contexto de un proceso global de desintermediación financiera que se refleja, por un lado, en la introducción de las empresas comerciales en la actividad de intermediación propia de las entidades financieras, mediante la otorgación del crédito al consumo a sus clientes, y, por otro lado, en la sustitución de la financiación a través crédito bancario por el crédito comercial recibido de proveedores (Melle, 1996, p. 61). Algunos informes ponen de manifiesto la magnitud que han alcanzado estas formas alternativas de financiación y han alertado a las autoridades monetarias sobre los posibles efectos que este aumento "incontrolado" de liquidez pueda tener sobre los objetivos de política monetaria (véase Melle, 1996; García-Vaquero y Maza, 1996). En este sentido, el crédito que las empresas no financieras y familias se habían concedido entre sí alcanzaba en 1994 un importe de 25,3 billones de pesetas, lo que representaba el 39 por 100 del PIB y alrededor del 53 por 100 del crédito bancario al sector privado residente, habiéndose mantenido esta ratio por encima del 50 por 100 en los últimos cuatro años.

CUADRO 6.35

PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO PRIVADO EN EL PIB Y DEL CRÉDITO AL CONSUMO CONCEDIDO POR LAS ENTIDADES DE DEPÓSITO EN LA FINANCIACIÓN DEL CONSUMO PRIVADO, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Consumo privado/PIB	63,23	63,24	62,70	62,98	62,46	62,39	63,04	63,14	62,92	62,09	61,93	61,98
Crédito al consumo de entidades de depósito/consumo privado	7,50	9,60	11,84	13,07	12,05	11,30	10,62	11,38	10,64	10,84	10,66	11,01

Fuente: Banco de España, Boletín Estadístico, varios años. Elaboración propia.

En el anterior contexto nos preguntamos a continuación por el peso que en dicha financiación tiene la suministrada a través de tarjetas de crédito bancarias y, por otro lado, por cuál ha sido la evolución durante la última década de este tipo de financiación.

La financiación vía tarjetas de crédito se recoge en la rúbrica 4.4.5. de la Circular 4/91 del Banco de España bajo la denominación de "Deudores por tarjetas de crédito", que forma parte de un conjunto de partidas de crédito que conforman los "deudores a la vista". Este agregado está formado por excedidos en cuentas de crédito, descubiertos en cuentas corrientes, anticipos transitorios, etc., y representaba en 1997 en torno al 32 por 100 del total crédito al consumo concedido por las entidades de depósito a sus clientes, del cual aproximadamente el 27 por 100 se había suministrado vía tarjetas de crédito.

Tal y como se refleja en el cuadro 6.36, tras un período de considerable estabilidad (1986-1989), el peso relativo de la financiación a través de tarjeta suministrada por bancos y cajas de ahorros ha mostrado un crecimiento continuo a partir de 1989, fecha que coincide con el inicio de la recesión económica en España. La magnitud de dicho crecimiento indica que en doce años esta modalidad de financiación ha multiplicado por más de cinco su

participación en el total de "Deudores a la vista", llegando a alcanzar en torno al 30 por 100 de dicho agregado en el año 1997.

CUADRO 6.36

EVOLUCIÓN DEL PESO RELATIVO DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETA SOBRE LOS DEUDORES A LA VISTA DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	**1987**	**1988**	**1989**	**1990**	**1991**
Financiación vía tarjeta/Deudores a la vista	5,12	5,88	7,41	8,11	9,43	9,46

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

***CUADRO 6.36* (CONTINUACIÓN)**

EVOLUCIÓN DEL PESO RELATIVO DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETA SOBRE LOS DEUDORES A LA VISTA DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**
Financiación vía tarjeta/Deudores a la vista	11,65	14,37	17,97	19,42	23,88	27,17

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

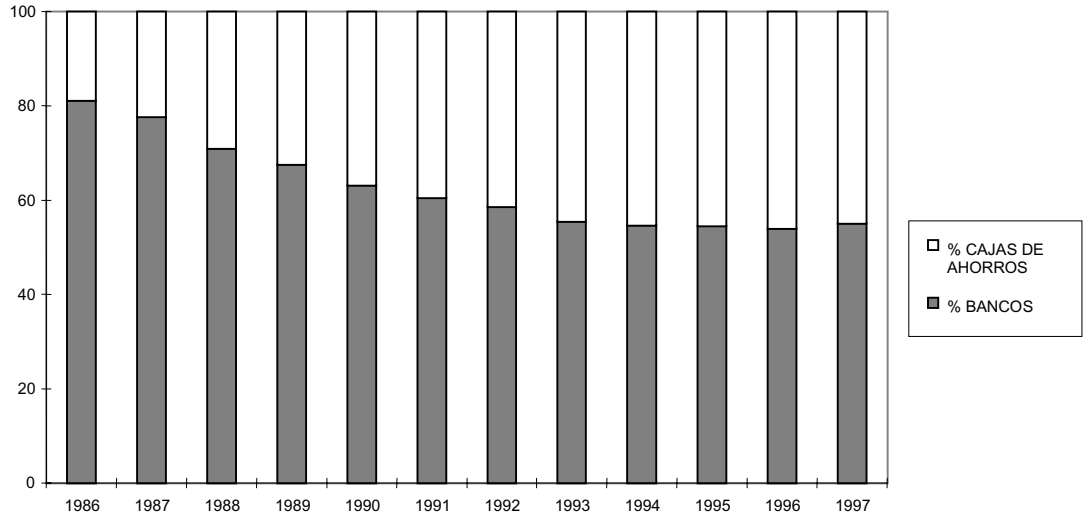
Así pues, de lo anterior se deduce que, pese a que la tendencia de la financiación a través de tarjetas muestra signos de un crecimiento importante, todo apunta a que hoy en día supone sólo una pequeña parte del total de activos crediticios de las entidades de depósito. Quedan lejos los porcentajes alcanzados en otros mercados líderes en el uso de este tipo de financiación, tales como el del Reino Unido, donde el crédito *revolving* suministrado a través de tarjetas por bancos, *building societies* e instituciones de préstamos abarca en torno al 27 por 100 del total crédito al consumo otorgado por estas entidades (Lafferty, 1997, p. 240).

En lo que se refiere a la participación de bancos y cajas de ahorros en el crédito total canalizado a través de estos instrumentos de pago, en el año 1997 mostraba una relativa equidad, con unos porcentajes del 55 y 45 por 100, respectivamente. Tales participaciones, sin embargo, no reflejan fielmente la

situación del mercado durante la última década, en la que el dominio de los bancos sobre las cajas de ahorros ha sido constante, llegando en el año 1986 los primeros a abarcar en torno al 80 por 100 del mercado (figura 6.22).

FIGURA 6.22

CUOTAS DE MERCADO DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS EN LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)



Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

Si nos referimos al peso relativo de la financiación que los clientes de bancos y cajas de ahorros tienen disponible a través de estos instrumentos de pago, es decir, que no ha sido utilizada por sus titulares, suponía en torno al 11 por 100 del total crédito disponible otorgado por dichas entidades a sus clientes en 1997[2], porcentaje que no ha variado de manera significativa durante los 11 años considerados (cuadro 6.37). Cabe destacar las importantes diferencias (en torno a 11 puntos porcentuales) existentes entre las cifras correspondientes a bancos y cajas de ahorros, respectivamente.

[2] Cabe destacar, sin embargo, las diferencias significativas existentes entre bancos y cajas de ahorros en lo que respecta a la participación del disponible con tarjetas respecto al total disponible por terceros. Tal y como muestra la figura 6.29, mientras en estas últimas llegó a alcanzar un porcentaje máximo del 20 por 100 en 1992, representando en términos absolutos 726.573 millones de pesetas, en bancos sólo representaba alrededor del 9 por 100.

CUADRO 6.37

EVOLUCIÓN DEL PESO RELATIVO DE LA FINANCIACIÓN DISPONIBLE VÍA TARJETAS SOBRE EL CRÉDITO TOTAL DISPONIBLE DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1987-1997 (EN PORCENTAJES)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Disponible tarjetas cajas/disponible terceros cajas	10,16	14,52	13,24	17,36	17,50	21,39	19,03	19,36	18,75	18,03	17,18
Disponible tarjetas bancos/disponible terceros bancos	6,32	6,17	7,44	8,70	8,12	8,77	8,99	6,68	8,15	8,61	7,79
Total disponible tarjetas cajas y bancos/disponible terceros cajas y bancos	7,08	7,92	8,91	11,04	10,63	12,28	11,68	10,04	11,13	11,25	10,69

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

A pesar de que no se percibe una restricción en la oferta de financiación a través de tarjetas, tampoco se ha apreciado durante la última década una actitud decidida de las entidades de depósito tendente a fomentar entre sus clientes este tipo de financiación. La rigidez de precios y la escasez de información dirigida al titular respecto a las cualidades de estos productos, por los motivos analizados en este capítulo, reflejan esa postura pasiva de dichas entidades ante la infrautilización de tales instrumentos. Por otra parte, el informe Lafferty (1997, p. 88) hacía referencia a que entre las entidades bancarias españolas existía la percepción de que el fomento del crédito al consumo basado en tarjetas y, por tanto, de un menor contacto directo con sus respectivos clientes, podría hacer a este tipo de financiación más vulnerable a la competencia que la suministrada bajo la protección de la extensa red de sucursales que caracteriza nuestro sistema bancario.

A.2. IMPORTANCIA DE LOS INGRESOS POR TARJETAS SOBRE LOS INGRESOS TOTALES DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS

Los múltiples aspectos de la actividad bancaria sobre los que incide la oferta de servicios financieros a través de tarjetas obliga a que cualquier

análisis sobre la aportación de este negocio a las cuentas de resultados de las entidades bancarias, que pretenda ser exhaustivo, no pueda obviar los incrementos y reducciones de costes que conlleva el uso de los sistemas electrónicos que la sustenta, cuestión ésta que ya ha sido analizada en capítulos anteriores. Sin embargo, la imposibilidad de, al menos, poder estimar esa información con los datos disponibles y la inexistencia de estudios de libre acceso que hayan tratado estos aspectos para el mercado español nos obliga a la realización de un análisis parcial en este sentido.

Teniendo en cuenta tales limitaciones, en el presente apartado pretendemos determinar la importancia actual de cada una de las principales fuentes de ingreso debidas al suministro de servicios financieros vía tarjetas -cuotas anuales cobradas a los titulares de tarjetas, descuentos aplicados sobre las ventas de los comerciantes, comisiones cobradas a los titulares por transacciones realizadas en CA y, en caso de concesión de crédito, de los intereses devengado por su utilización- tiene sobre las cuentas de resultados de las entidades de depósito, así como reflejar la tendencia seguida en los últimos años.

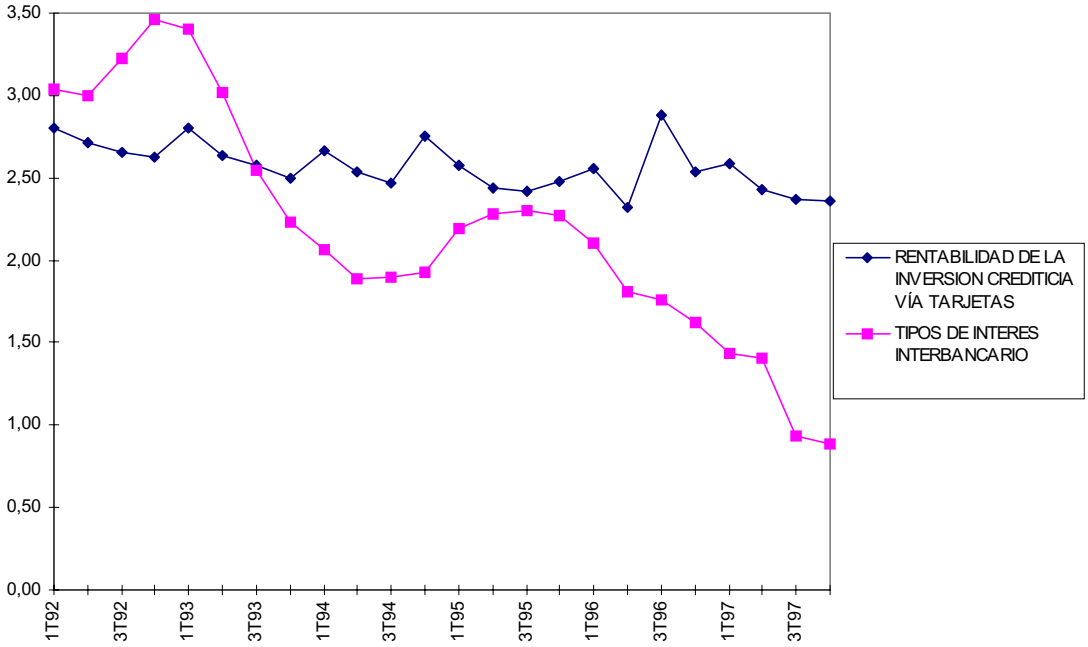
Como ya se señaló en apartados anteriores, España es junto al Reino Unido y Portugal uno de los países donde se encuentran más extendidas las tarjetas con disponibilidad de crédito rotativo (*revolving credit*). A pesar de ello, la reducida demanda de esta última fuente de financiación o, si se quiere, la preferencia por el pago de la factura de tarjetas de crédito al final del período de gracia concedido -normalmente un mes-, ha relegado esta fuente de ingreso a un segundo plano con relación a las que proceden de las cuotas anuales cobradas a los titulares y de los descuentos sobre venta aplicados a los comerciantes.

Como se observa en la figura 6.23, ha sido la considerable bajada de tipos de interés acontecida en los últimos años en nuestra economía, unida a la política de rigidez de precios mantenida por las entidades emisoras en el

suministro de crédito rotativo a través de tarjetas, lo que ha permitido a las entidades de depósito cubrir los costes de oportunidad que supone el ofrecimiento a sus clientes de una financiación a través de tarjetas que en su mayor parte -en torno al 85 por 100- se encuentra libre de carga como consecuencia del uso preferente del débito diferido.

FIGURA 6.23

COMPARACIÓN DE LA RENTABILIDAD MEDIA DE LA INVERSIÓN CREDITICIA A TRAVÉS DE TARJETAS EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS Y LA DEL MERCADO INTERBANCARIO A TRES MESES (MEDIAS TRIMESTRALES)



Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

La información anterior indica que hasta el tercer trimestre de 1993 la rentabilidad media del total volumen de fondos prestados vía tarjetas se situaba por debajo del tipo de interés a tres meses vigente en el mercado interbancario, lo que sugiere que hasta dicho año esta modalidad de crédito era fuente de pérdidas en términos de coste de oportunidad, situación que queda justificada al tener en cuenta los importantes ingresos generados por otros conceptos, como los descuentos sobre ventas de los comercios, cuotas anuales a los titulares o las comisiones cargadas por reintegros de efectivo en CA con esta modalidad de tarjeta.

Respecto a lo anterior, cabe señalar que el negocio de tarjetas no se ha traducido en todos los países en fuente de beneficios. De esta forma, en 1982 los elevados tipos de interés vigentes en el mercado -entre 18 y 19 por 100- obligaron a los bancos comerciales de los EE.UU a dejar el negocio relacionado con los préstamos vía tarjetas debido a su falta de rentabilidad (Fainé y Tornabell, 1992, p. 45). En otros casos, otros beneficios difícilmente cuantificables, como son la atracción de nuevos clientes y la mayor satisfacción de los que ya eran, el evitar la pérdida de cuota de mercado como consecuencia de la competencia procedente de entidades no bancarias, la reducción de costes que supone la sustitución de los pagos realizados a través de cheques o de efectivo, etc., han justificado el mantenimiento incluso en estas condiciones[3].

Estos limitados ingresos por intereses procedentes de la inversión crediticia a través de tarjetas por parte de los bancos y cajas de ahorros españoles[4] han quedado reflejados en una reducida participación de aquellos en sus respectivas cuentas de resultados. De este modo, a pesar de que el importe total de intereses cobrados por este concepto se incrementó en el

[3] Tal parece haber sido el caso de la mayoría de países de Europa Central. En un informe elaborado por Lafferty, al objeto de analizar los distintos mercados de tarjetas de pago en Europa, se concluía que en Europa Central las tarjetas no generan ganancias; ellas son simplemente alternativas de pago convenientes y menos costosos que los cheques o el efectivo (Lafferty,1997, introducción, p. XVII).

[4] Los cambios contables que acompañaban a la entrada en vigor de la Circular 4/91, en lo que se refiere a la cuenta *"Intereses por tarjetas de crédito*", han imposibilitado la obtención de una serie homogénea para el período 1986-1997. Ello es debido a que las diferentes partidas que se incluyen en las nuevas cuentas "*Intereses por tarjetas de crédito*" y en *"Comisiones por tarjetas de crédito y débito*" derivadas de la entrada en vigor de la citada Circular. De este modo, antes del ejercicio 1992 se incluía en la partida de "*Intereses por tarjetas de crédito*", además de los ingresos por intereses, las comisiones cobradas por la utilización de este instrumento. Tras la entrada en vigor de la Circular 4/91 se recoge en la citada cuenta tan sólo los ingresos por intereses, pasando a contabilizarse las comisiones en una nueva cuenta separada denominada "*Comisiones por tarjetas de crédito y débito*" donde, como su nombre indica, se agregan las comisiones cobradas por ambas modalidades de tarjetas. Una vez realizada la consulta sobre tal hecho al Servicio de Estudios del Banco de España, no ha sido posible poder salvar la ruptura en la serie de datos. Es por ello que en el presente apartado, aún conscientes de lo limitado de su amplitud temporal, referimos todos los datos al período 1992-1997.

período 1992-97 en un 83,5 por 100, en 1997 tan sólo representaba el 0,48 por 100 del total de productos financieros de bancos y cajas de ahorros (cuadro 6.38). Esta pequeña participación en las cuentas de resultados no sufre variaciones significativas si se consideran por separado las correspondientes a cada grupo de entidades[5].

CUADRO 6.38

EVOLUCIÓN DEL PESO RELATIVO DE LOS INGRESOS POR INTERESES DE CRÉDITOS CONCEDIDOS A TRAVÉS TARJETAS SOBRE PRODUCTOS FINANCIEROS TOTALES DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1992-1997 (EN PORCENTAJES)

Conceptos	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Intereses tarjetas/Productos financieros	0,25	0,24	0,28	0,29	0,37	0,48

Fuente: Información facilitada por el Banco de España y Boletín Estadístico del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

A efectos comparativos, téngase en cuenta que *Barclays Bank* en el Reino Unido obtiene en torno al 15 por 100 de sus beneficios totales a través de las ganancias generadas por la concesión de crédito *revolving*. Si nos referimos a la situación en los EE.UU, a principios de los noventa aproximadamente el 20 por 100 de los beneficios de los diez mayores bancos de aquel país procedía del negocio de tarjetas de crédito[6] (Fainé y Tornabell, 1992, p. 46).

En España, sin embargo, la reducida aportación de estos ingresos sobre las cuentas de resultados de las entidades ha presionado a éstas a la obtención de ingresos a través de otras fuentes alternativas. En este sentido, como se observa en el cuadro 6.39, la mayor parte de los ingresos (en torno al

[5] Las participaciones relativas de los intereses derivados de créditos concedidos vía tarjetas sobre los productos financieros totales en bancos y cajas de ahorros arrojan porcentajes que ascienden al 0,24 y 0,38 por 100, respectivamente.

[6] En concreto, *Citicorp* obtuvo en 1990 entre el 30 y 35 por 100 de sus beneficios netos del negocio de tarjetas, porcentaje similar a los obtenidos por *Chase Manhatan* y *First Chicago*.

80 por 100) obtenidos en el negocio de las tarjetas -incluyendo las categorías de crédito y débito- proceden del cobro de comisiones.

CUADRO 6.39

EVOLUCIÓN DEL PESO RELATIVO DE INTERESES Y COMISIONES EN LOS INGRESOS TOTALES PROCEDENTES DE TARJETAS EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1992-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Intereses	21,31	19,72	18,75	17,38	18,71	17,74
Comisiones	78,69	80,28	81,25	82,62	81,29	82,26

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

Además, en los datos anteriores se pone de manifiesto, no sólo el bajo peso que los intereses representan sobre los ingresos totales -en torno al 18 por 100 en 1997-, sino también su pérdida de importancia en los últimos años en favor de los ingresos por comisiones, que han incrementado su participación relativa en 4 puntos porcentuales durante los seis años considerados.

Estas comisiones engloban un conjunto de ingresos procedentes, tal y como se ha apuntado anteriormente, de cuotas anuales cobradas a los titulares, comisiones por transacciones realizadas en CA y descuentos sobre las ventas de los comerciantes. ¿Cuál es el peso relativo que cada una de las partidas anteriores tiene sobre las comisiones totales? De acuerdo con los resultados de una encuesta realizada en 1997 a las principales entidades emisoras, que en conjunto ingresaban en torno al 65 por 100 de las comisiones totales cobradas en el mercado español, el 47 por 100 de las comisiones netas originadas por el suministro de servicios de pago con tarjetas procedía de las cuotas anuales cobradas a sus titulares por su posesión (cuadro 6.40). El resto, por orden de importancia, tenía su origen en otras comisiones cobradas a los titulares (40 por 100 del total de comisiones), entre las que se encontraban las derivadas de disposiciones de efectivo en CA, y de los descuentos sobre ventas aplicados a los comerciantes (un 14 por 100).

CUADRO 6.40

COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS POR COMISIONES PROCEDENTES DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1996

Comisiones por tarjetas de débito y crédito: total bancos + total cajas	155.513
Comisiones por tarjetas de débito y crédito: entidades de la encuesta	101.442
Promemoria (entidades de la encuesta):	
Ingresos por comisiones a los comercios	
Ingresos brutos	31.910
- Intercambio cedido	-16.598
Total	**14.312**
Ingresos por comisiones a los titulares	
Ingresos por emisión	26.054
Intercambio recibido	20.663
Total	**46.717**
Subtotal (comercios + titulares)[1]	61.029
Resto[2]	40.413

(1) Estimación.
(2) Fundamentalmente disposiciones de efectivo en cajeros.

Fuente: Banco de España (1997).

Si obviamos los intercambios entre entidades y nos centramos en la procedencia de los ingresos en función de los usuarios del sistema -titulares y comercios-, los ingresos brutos captados por éstas ascienden a 98.377 millones de pesetas y se distribuyen de la siguiente forma (figura 6.24):

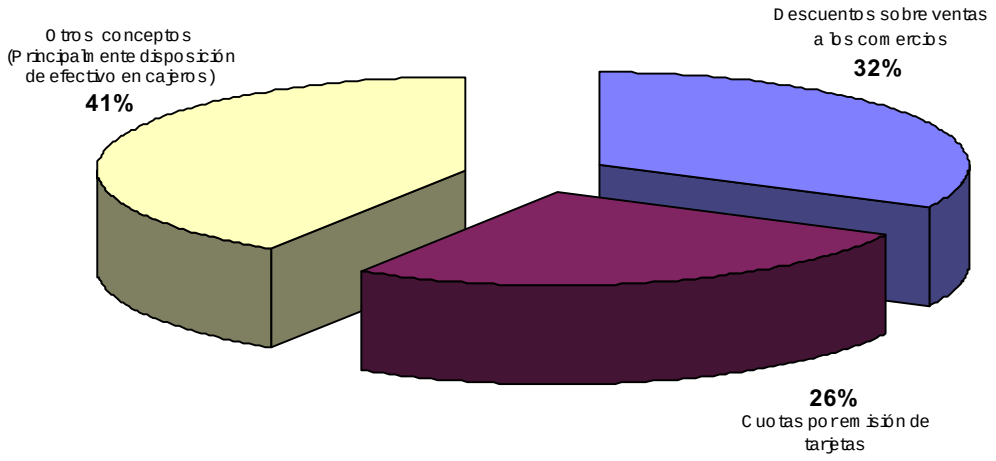
Una vez desagregadas las comisiones en sus principales componentes y analizado en párrafos anteriores el peso relativo que los intereses representan en los ingresos totales procedentes del negocio de tarjetas podemos obtener ciertas conclusiones al respecto que sirven para explicar en buena medida el comportamiento de la oferta en nuestro mercado:

a) La actividad crediticia vía tarjetas se ha caracterizado hasta mediados de los noventa por una escasa rentabilidad en términos de coste de oportunidad y por una reducida aportación a las cuentas de resultados de las entidades emisoras. Esta situación, provocada por una preferencia del titular español de tarjetas por el débito diferido -libre de intereses- en lugar del crédito *revolving*, ayuda a explicar los escasos

esfuerzos realizados tradicionalmente por las entidades emisoras españolas por fomentar el uso de esta fuente de financiación entre sus clientes. No ha sido hasta 1995, aproximadamente, coincidiendo con la bajada de tipos de interés interbancarios o, si se quiere, con la reducción de los costes de oportunidad de la inversión crediticia vía tarjetas (véase figura 6.23), cuando se ha roto la atonía en este segmento de mercado y han comenzado a aparecer tímidos intentos de fomentar el crédito *revolving* vía tarjetas por parte de nuestras entidades.

FIGURA 6.24

COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS POR COMISIONES PROCEDENTES DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1996



Fuente: Banco de España (1997). Elaboración propia.

a) En torno al 67 por 100 del total de ingresos por comisiones proceden de prestación de servicios financieros que no están relacionados con los pagos de bienes y servicios en comercios. Ello supone que la principal función asociada normalmente a estos instrumentos, la de ser medio de pago, no se corresponde con aquellas que reportan a las entidades emisoras los mayores ingresos. Ello justificaría, una vez

más, la actitud pasiva de las entidades ante el reducido uso que se hace de estos instrumentos para el pago de bienes y servicios.

b) Relacionado con lo anterior, una cuarta parte de los ingresos totales recibidos por las entidades emisoras proceden de su operativa como banco emisor. Este hecho puede explicar los enormes esfuerzos realizados por las entidades bancarias en aras a una distribución masiva de tarjetas entre sus clientes, con o sin petición previa por parte de éstos.

En relación con otras fuentes de ingresos por comisiones, las procedentes de tarjetas ascendieron en 1997, para el conjunto formado por bancos y cajas de ahorros, a 183.000 millones de pesetas, cifra que suponía el 22,87 por 100 del total de las comisiones netas (cuadro 6.41).

De acuerdo con el cuadro 6.41, en torno al 42 por 100 de los ingresos totales por servicios de cobros y pagos proceden de las tarjetas, lo que representa más de tres veces lo obtenido por el mantenimiento de cuentas a la vista y más del doble de lo obtenido por el conjunto de órdenes de pago -transferencias y domiciliaciones-, a pesar de que este último engloba el instrumento de pago más utilizado en el sistema español, esto es, la domiciliación bancaria. En el caso concreto de las cajas de ahorros, estas comisiones por tarjetas suponen en torno al 47 por 100 del total, frente a un 32 por 100 en el caso de los bancos. Obsérvese, además, que a diferencia del resto de instrumentos de pago, que, prácticamente, han estabilizado sus ingresos por comisiones durante los últimos años, cuando no los han reducido, como en el caso de los efectos, las comisiones por tarjetas han sufrido un espectacular incremento.

CUADRO 6.41

FUENTES DE COMISIONES POR SERVICIOS DE COBROS Y PAGOS Y TOTAL COMISIONES NETAS EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1992-1997 (EN MILES DE MILLONES DE PESETAS)

Tipo de comisión	1992	1993	1994	1995	1996	1997	INCREMENTO 1992-97 (%)
TOTAL COMISIONES NETAS	501	545	593	596	656	800	60
TOTAL COMISIONES POR SERVICIO DE COBROS Y PAGOS (NETOS)	341	379	373	398	416	434	27
Efectos (netos)	159	161	123	115	107	95	-40
Cuentas a la vista	31	41	44	52	51	52	68
Tarjetas	80	96	114	133	156	183	129
Cheques	20	22	25	28	30	30	50
Domiciliaciones	12	17	21	21	20	19	58
Transferencias, giros y otras	39	42	46	50	51	55	41

Fuente: Boletín Económico del Banco de España (varios números). Elaboración propia.

Así pues, podemos concluir apuntando que la aportación del negocio de las tarjetas a las cuentas de resultados de las entidades bancarias se caracteriza por su importante peso en los ingresos totales por comisiones y por su tendencia creciente durante los últimos años, además de por la existencia de una partida hoy en día irrelevante pero de enorme potencial futuro, como es la referida a los ingresos por intereses del crédito suministrado a través de estos instrumentos. Cabe aquí señalar, que estas consideraciones cobran especial relevancia en un contexto de continua reducción de los márgenes financieros con los que operan las entidades bancarias españolas.

CAPÍTULO 7

ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

CAPÍTULO 7

ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

A lo largo de los capítulos anteriores se han puesto de relieve las principales características que definen nuestro sistema de pago minorista, en general, y al sistema de pago con tarjetas, en particular. Ello nos ha permitido detectar factores de muy diversa índole -estructurales, legales, económicos, etc.- que pueden ser explicativos de la infrautilización de las tarjetas bancarias en nuestro país. Todo ello se ha hecho, sin embargo, desde el lado de la oferta, sin que en ningún momento hayamos constatado si cada uno de los citados factores tiene, realmente, su reflejo en una actitud negativa de la demanda ante el uso de estos servicios. Éste es el objetivo principal del presente capítulo.

7.1. EVOLUCIÓN GENERAL DE LA DEMANDA DE SERVICIOS FINANCIEROS A TRAVÉS DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Una elevada dotación per cápita de cada uno de los elementos que conforman los sistemas de pago con tarjetas, esto es, tarjetas, CA y TPV, es una de las principales peculiaridades de nuestro sistema de pago. Pero, además, comparte otras características como son la completa "interoperatividad" de los aparatos pertenecientes a distintas redes, un nivel de seguridad que se sitúa entre los más altos del mundo, una oferta de crédito *revolving* vía tarjeta superior a la existente en la mayoría de los mercados europeos, etc. Ello, como ya se ha apuntado en líneas anteriores, permite

asegurar que el sistema financiero español cuenta con uno de los sistemas de pago con tarjetas más desarrollados a nivel mundial.

Dada esta amplia oferta, cabría preguntarse por cuál ha sido el grado de respuesta de la demanda respecto al uso de tales servicios y qué características definen el perfil de uso de las tarjetas bancarias en nuestro país en relación con el existente en los demás países desarrollados. Queremos profundizar, además, en la relación que existe entre el grado de dotación de tales sistemas y su nivel de demanda en cada uno de los países considerados. A tales cuestiones dedicamos el presente apartado.

7.1.1. ASPECTOS GENERALES DE LA DEMANDA DE SERVICIOS FINANCIEROS A TRAVÉS DE TARJETAS BANCARIAS EN ESPAÑA

Un primer aspecto a destacar al tratar la demanda de tarjetas de pago bancarias en nuestro país es el referido a la actitud reacia del público ante su tenencia. Así, el dato que se refiere a la emisión de, aproximadamente, 34 millones de tarjetas bancarias hasta el año 1997 para una población de unos 39 millones de personas (0,9 tarjetas por persona) no parece reflejar, en modo alguno, el número de tarjetas que realmente circulan en el mercado. De acuerdo con la "Estadística del Sistema *6000*" de la CECA, correspondiente al tercer trimestre de 1999, las cajas de ahorros habían emitido un total de 10.059.364 tarjetas bajo la marca 6000, de las que tan sólo el 75 por 100 habían sido activadas por sus destinatarios. Otros datos procedentes del informe anual del sistema *4B* y referidos a la tarjeta de débito del mismo nombre, señalan que en 1997 se habían emitido un total de 6.587.000 unidades, de las cuales tan sólo un 60 por 100 se habían activado por parte de sus titulares. Esta proporción es elevada si la comparamos con el 47,7 por 100 del año 1996 o el 51,2 por 100 en 1995.

Dado que un mismo titular puede tener varias de esas tarjetas que han sido finalmente activadas, sería interesante conocer cuál es el grado de penetración de estos instrumentos entre la población española. Tal y como muestran los resultados resumidos en el cuadro 7.1, diferentes estudios apuntan a que el porcentaje de población que posee tarjetas gira en torno al 61 por 100.

CUADRO 7.1

DIFERENTES ESTIMACIONES SOBRE LA POSESIÓN DE TARJETAS POR PARTE DEL PÚBLICO ESPAÑOL (EN PORCENTAJES)

Autores de los estudios	Número de encuestados	Ámbito geográfico	Porcentaje de personas que poseen tarjetas
IBM (1992, p. 95)[1]	1.528	España	56,9
CECA (1993, p. 73)	1.600	España	68,8
Ballina y otros (1993, p. 28)	360	Municipio de Gijón	63,0
Luque (1998, p. 75)	470	Provincia de Granada	55,3
Pérez y otros (1998, p. 264)[2]	1.209	España	60,7
Notas: (1) Se refieren a tarjetas de débito. (2) Se refieren a tarjetas bancarias.			

Fuente: Elaboración propia.

Pese a lo anterior, la demanda ha respondido multiplicando por más de 9 el importe de los fondos movilizados a través de estos instrumentos, con un crecimiento que ha sido continuo durante todo el período 1986-1997 (cuadro 7.2). Los más de 11 billones de pesetas correspondientes a la facturación por tarjetas de crédito y débito representaban, en 1997, en torno al 23 por 100 del consumo privado en España.

Los mayores incrementos en el uso de tales instrumentos se han producido a finales de la década de los ochenta, con unas tasas medias de crecimiento interanual correspondientes a la modalidad de débito del 39 por 100 y de un 53 por 100 en el caso de las de crédito, frente a unas tasas del 13

y 16 por 100, respectivamente, correspondientes al período 1990-1997 (cuadro 7.3).

CUADRO 7.2

EVOLUCIÓN DE VOLÚMENES DE VENTAS CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO, 1986-1997 (MILLONES DE PESETAS)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Ventas tarjetas de crédito	212.398	340.359	681.500	872.600	1.069.056	1.268.090
Ventas tarjetas de débito	949.000	1.495.000	2.256.000	2.612.754	3.416.663	4.292.258
Total ventas tarjetas de crédito y débito	1.161.398	1.835.359	2.937.500	3.485.354	4.485.719	5.560.348

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

CUADRO 7.2 (CONTINUACIÓN)

EVOLUCIÓN DE VOLÚMENES DE VENTAS CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO, 1986-1997 (MILLONES DE PESETAS)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Ventas tarjetas de crédito	1.520.658	1.688.100	1.904.328	2.175.563	2.513.431	2.957.811
Ventas tarjetas de débito	4.743.537	5.195.208	5.542.013	6.518.263	7.207.458	8.093.045
Total ventas tarjetas de crédito y débito	6.264.195	6.883.308	7.446.341	8.693.826	9.720.889	11.050.856

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

CUADRO 7.3

INCREMENTO INTERANUAL DEL VOLUMEN DE VENTAS CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92
Ventas tarjetas de crédito	60,25	100,23	28,04	22,51	18,62	19,92
Ventas tarjetas de débito	57,53	50,90	15,81	30,77	25,63	10,51
Total ventas tarjetas de crédito y débito	58,03	60,05	18,65	28,70	23,96	12,66

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

***CUADRO 7.3 (*CONTINUACIÓN)**

INCREMENTO INTERANUAL DEL VOLUMEN DE VENTAS CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97
Ventas tarjetas de crédito	11,01	12,81	14,24	15,53	17,68
Ventas tarjetas de débito	9,52	6,68	17,62	10,57	12,29
Total ventas tarjetas de crédito y débito	9,88	8,18	16,75	11,81	13,68

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

Ha sido la modalidad de débito, la que ha acaparado los mayores volúmenes de venta, con una cuota de mercado del 73 por 100 en 1997. Sin embargo, el desplome en su tasa de crecimiento y el relativo mantenimiento en las de crédito se ha traducido en una lenta, pero continua, pérdida de participación de las primeras en favor de las segundas -más de ocho puntos porcentuales en el período 1986-1997 (cuadro 7.4).

CUADRO 7.4

PARTICIPACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO EN VENTAS TOTALES REALIZADAS CON TARJETAS BANCARIAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Ventas tarjetas de crédito	18,29	18,54	23,20	25,04	23,83	22,81
Ventas tarjetas de débito	81,71	81,46	76,80	74,96	76,17	77,19
Total ventas tarjetas de crédito y débito	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

***CUADRO 7.4 (*CONTINUACIÓN)**

PARTICIPACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO EN VENTAS TOTALES REALIZADAS CON TARJETAS BANCARIAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Ventas tarjetas de crédito	24,28	24,52	25,57	25,02	25,86	26,77
Ventas tarjetas de débito	75,72	75,48	74,43	74,98	74,14	73,23
Total ventas tarjetas de crédito y débito	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

El origen principal de dicha movilización de fondos ha sido los reintegros de efectivo, representando esta operación en 1997 en torno al 70 por 100 del importe de ventas totales con ambas tarjetas (cuadro 7.5). El 85 por 100 de dichos reintegros se realizó mediante tarjetas de débito, mientras que el 15 por 100 restante correspondía a la modalidad de crédito. Sin embargo, cuando se utilizan estos instrumentos para la realización de compras no existen diferencias tan importantes entre la modalidad utilizada para ello (8 puntos porcentuales), aunque son las de crédito las que predominan.

CUADRO 7.5

PRINCIPALES USOS DE LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA, 1997

	Totales (tarjetas de crédito y débito)	**Tarjetas de débito**		**Tarjetas de crédito**	
	Importe (millones ptas.)	**Importe** (millones ptas.)	**Porcentaje sobre total**	**Importe** (millones ptas.)	**Porcentaje sobre total**
Compras	3.285.227	1.519.613	46	1.765.614	54
Reintegros	7.765.629	6.573.432	85	1.192.197	15
Ventas totales	11.050.856	8.093.045	73	2.957.811	27

Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

Comparando por separado los usos que hacen los titulares de cada modalidad de tarjeta, de crédito y de débito, se ponen de manifiesto las distintas funciones desempeñadas por cada una de ellas. De este modo, tal y

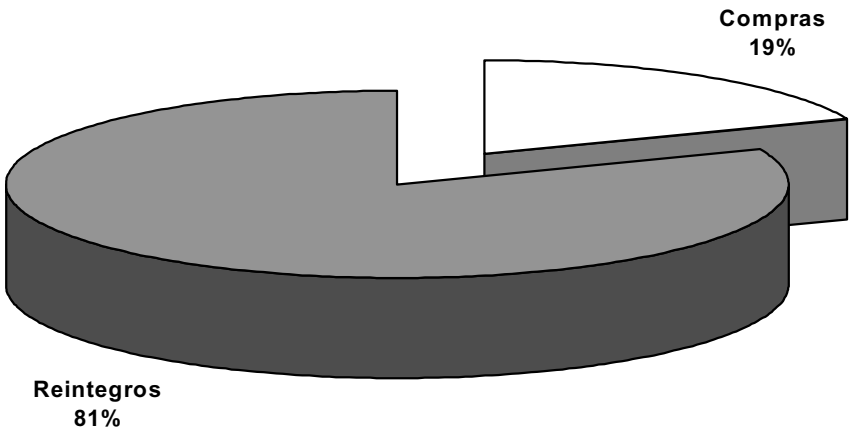
como se observa en las figuras 7.1 y 7.2, la principal utilización de las tarjetas de débito corresponde al reintegro de efectivo, estando asociada a esta operación más de tres de cada cuatro pesetas movilizadas por estos instrumentos. Por contra, las disposiciones de efectivo es una operación secundaria en el caso de las tarjetas de crédito, de forma que únicamente el 40 por 100 del total importe de las ventas realizadas a través de ellas corresponde a operaciones de reintegro de efectivo, mientras que el resto, un 60 por 100, se refiere a la compra de bienes y servicios.

Sin duda, a esta especialización de cada modalidad de tarjeta en determinadas operaciones ha debido de contribuir, en gran medida, las distintas condiciones económicas con las que se puede acceder a estos servicios con cada una de ellas. De este modo, el cobro a los titulares de tarjetas de crédito de hasta un 4 por 100 de comisión por la retirada de efectivo en CA ha debido de desalentar su uso para acceder a estas operaciones, mientras que las de débito, con una comisión nula en caso de acceder a CA de la red a la que pertenece la entidad emisora, se han especializado en la prestación de tales servicios.

En definitiva, puede afirmarse que estamos ante dos instrumentos con perfiles de uso claramente diferenciados entre sí y, por tanto, escasamente sustitutivos. Cabe señalar, sin embargo, que la tendencia durante los últimos años de las tarjetas de débito muestra un importante incremento de la importancia relativa de las operaciones de compra sobre las de reintegro. Así, si en el año 1991 el importe de la primera de dichas operaciones suponía sólo el 7 por 100 del total, en 1997 este porcentaje ascendía al 19 por 100. Esta variación en la importancia relativa de cada una de las funciones señaladas, prácticamente, no se ha producido en el caso de las tarjetas de crédito.

FIGURA 7.1

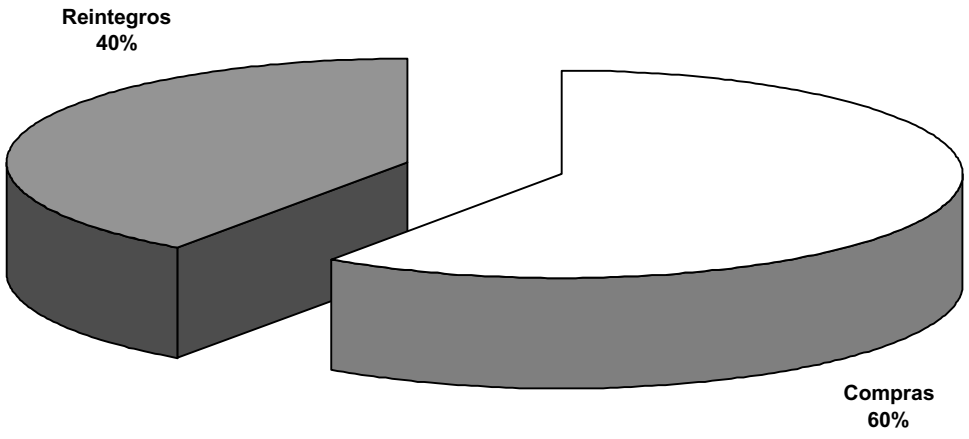
COMPOSICIÓN DE LAS VENTAS TOTALES CON TARJETAS DE DÉBITO, 1997 (EN PORCENTAJE)



Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

FIGURA 7.2

COMPOSICIÓN DE LAS VENTAS TOTALES CON TARJETAS DE CRÉDITO, 1997 (EN PORCENTAJE)



Fuente: Información facilitada por la *SEMP*. Elaboración propia.

A modo de síntesis, pese al reducido nivel de activación de las tarjetas lanzadas al mercado y del bajo grado de posesión de estos instrumentos por parte del público, la demanda de servicios financieros vía tarjetas en nuestro país ha presentado desde mediados de los ochenta un crecimiento interanual continuo del volumen de ventas, caracterizándose su uso por un claro predominio de las funciones de reintegro sobre las de pago y del uso de las tarjetas de débito sobre las de modalidad de crédito. Cabe señalar, al respecto, que la demanda española utiliza ambas tarjetas para fines muy distintos: mientras que las de débito se utilizan, en la mayoría de los casos, para la realización de anticipos de efectivo, en las de crédito el uso preferente es el pago de bienes y servicios.

7.1.2. DEMANDA DE SERVICIOS DE PAGO A TRAVÉS DE TARJETAS BANCARIAS EN LA UE: UN ANÁLISIS COMPARATIVO

La importante tasa de tarjetas inactivas en nuestro país tiene su reflejo en unos niveles de posesión de estos instrumentos por parte del público que se encuentra entre los más reducidos de Europa. Así lo sugieren los resultados de un estudio realizado por *Visa International* en julio de 1996, que situaban a España, con un 45 por 100 de habitantes que no disponía de tarjetas, como el tercer país con menor grado de posesión de estos instrumentos entre un total de diez analizados, niveles únicamente superiores a los presentados por Italia y Turquía (cuadro 7.6). Estos resultados contrastan considerablemente con los obtenidos al comparar el número de tarjetas emitidas per cápita en cada uno de los países, en los que España se presenta con unos valores superiores a la media comunitaria y ocupando un sexto puesto entre los países de la UE (véase cuadro 6.16).

En lo que se refiere al nivel de actividad, a través de las densas redes españolas de CA y TPV los titulares de tarjetas realizaron en 1997 un total de 953 millones de transacciones, que supusieron la movilización de unos 11

billones de pesetas, importe que representaba en torno al 14 por 100 del PNB español en dicho año. Este porcentaje no es, sin embargo, excesivo si lo comparamos con el que corresponde a otros países de nuestro entorno (figura 7.3).

CUADRO 7.6

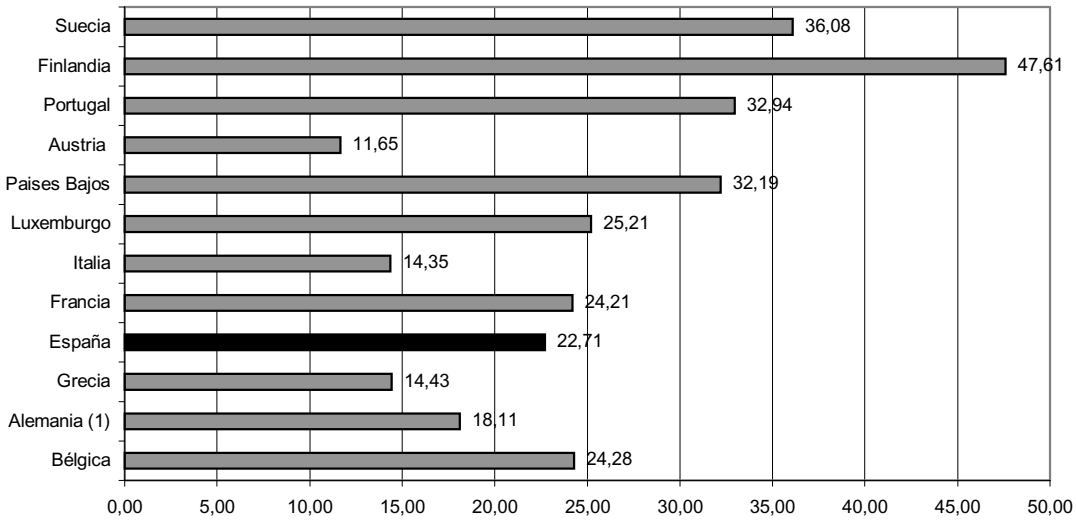
POSESIÓN DE TARJETAS POR PARTE DE LA POBLACIÓN DE DISTINTOS PAÍSES EUROPEOS, 1996 (EN PORCENTAJES)

Tipo de tarjeta	Total	Reino Unido	Francia	Alem.	Italia	España	Austria	Bélgica	Holanda	Suec	Turquía
T. débito	**45**	43	39	57	7	38	57	51	91	43	19
T. débito diferido	**10**	5	23	6	2	7	24	13	6	8	6
T. crédito	**15**	54	4	3	15	15	6	14	15	9	14
T. cargo	**9**	14	3	7	2	20	5	12	4	15	5
Ninguna tarjeta	**41**	28	36	36	77	45	30	39	8	43	65
Base: total de encuestados (5.128).											

Fuente: *Visa International* (1996).

FIGURA 7.3

IMPORTANCIA DEL IMPORTE DE LAS TRANSACCIONES EFECTUADAS CON EL CONJUNTO DE TARJETAS DE PAGO EN PAÍSES DE LA UE, 1997 (PORCENTAJES SOBRE EL CONSUMO PRIVADO)



Nota: (1): Datos correspondientes a 1996.
Fuente: BCE (1999) y FMI (1999). Elaboración propia.

A pesar de su importancia en las principales economías desarrolladas, el análisis de la demanda de los servicios financieros suministrados a través de ellos, tal y como se ha comentado ya en líneas anteriores, plantea serias dudas sobre si su difusión ha significado realmente una revolución en el sistema de pago minorista o si, por el contrario, lo que ha producido ha sido su retroceso al facilitar el acceso al medio de pago más primitivo, esto es, el efectivo, en detrimento de la utilización de otros instrumentos de pago alternativos suministrados por el sistema financiero (Ballina y otros, 1993, pp. 30-31; Humphrey, 1994, pp. 61-62). Esta cuestión la suscita el hecho de que, igual que ocurre en España, la mayoría de países de nuestro entorno presenta una estructura de usos de tales instrumentos en la que predomina claramente su utilización para acceder a los pasivos bancarios mediante medios electrónicos (cuadro 7.7).

Su utilización para el pago de bienes y servicios en la UE ha prevalecido sobre la de reintegro de efectivo en tan sólo cinco de los quince países que la integran, los cuales coinciden, a su vez, con aquellos que realizan un mayor uso per cápita del total de servicios disponibles a través de estos instrumentos. Este conjunto de países, formado por Bélgica, Finlandia, Reino Unido, Francia y Portugal, presenta en promedio un porcentaje de operaciones de reintegro con relación al total del 36 por 100, frente al 65 por 100 correspondiente al resto de países. El perfil de uso de las tarjetas bancarias en el conjunto de países comunitarios contrasta con el que corresponde a los países norteamericanos -Canadá y EE.UU- en los que, a pesar de utilizarse intensamente ambos servicios, existe una clara preferencia por su uso como instrumento de pago. Similares conclusiones se obtienen al comparar el número de transacciones de ambos tipos realizadas con cada modalidad de tarjetas en los que están disponibles (cuadro 7.8).

Dentro de este comportamiento general, en España el patrón de uso de estos instrumentos se sitúa entre aquellos que presentan un alto grado de

CUADRO 7.7

NÚMERO DE REINTEGROS Y PAGOS POR HABITANTE Y TARJETA EN PAÍSES DE LA UE, 1997 (EN UNIDADES)

Países	Número de reintegros de efectivo		Número de pagos		Total operaciones de reintegro y pago
	Por habitante	Por tarjeta con función de reintegro	Por habitante	Por tarjeta con función de crédito/débito	Por habitante
España	**15**	**17**	**9**	**10**	**24**
Dinamarca	*s/d*	*s/d*	59	102	*s/d*
Alemania	15[(1)]	*s/d*	6	6	21
Grecia	6	25	2	7	8
Bélgica	16	14	28	25	43
Francia	20	39	39	83	59
Irlanda	24	32	9	24	33
Italia	7	24	5	11	12
Luxemburgo	10	8	*s/d*	*s/d*	*s/d*
Países Bajos	33	22	31	*s/d*	64
Austria	10	17	5	8	15
Portugal	21	26	25	28	46
Finlandia	43	43	57	82	100
Suecia	35	46	20	28	55
Reino Unido	30	18	45	35	74
Media UE	***21***	***25***	***24***	***35***	**46**
Otros países					
Canadá	*53*	*33*	*80*	*39*	133
Japón	*5*	*2*	*5*	*2*	10
EE.UU	*41*	*16*	*78*	*30*	118
Suiza	*11*	*12*	*22*	*23*	34

Notas: (1) datos correspondientes a 1996.
Medias calculadas sin considerar los países para los que no hay datos disponibles

Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

utilización de las funciones de reintegro en relación con las de pago. Ello, como ya se ha apuntado, es un rasgo que está presente en la mayoría de los países considerados. Sin embargo, lo que sí caracteriza a nuestra demanda de servicios financieros vía tarjetas es la posesión de uno de los niveles más bajos de utilización tanto de una como de otra función -en conjunto un 44 por 100 inferior a la media comunitaria. Así, el dato de 15 operaciones de reintegro por habitante realizadas en España durante 1997 sólo es superior a los presentados por cuatro de los quince países de la UE. Por su parte, si consideramos la cifra de 9 operaciones de pago per cápita realizadas en dicho

año, tan sólo es superada por las correspondientes a cinco países comunitarios.

CUADRO 7.8

USOS DE LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997 (EN PORCENTAJES)

Países	Reintegro de efectivo	Pagos
España	63	37
Alemania	70	30
Grecia	75	25
Bélgica	36	64
Francia	34	66
Irlanda	71	29
Italia	61	39
Paises Bajos	52	48
Austria	64	36
Portugal	46	54
Finlandia	43	57
Suecia	64	36
Reino Unido	40	60
Otros países		
Canadá	*40*	*60*
Japón	*52*	*48*
EE.UU	*34*	*66*
Suiza	*34*	*66*

Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

Es preciso señalar, con relación a lo anterior, que en el resto de países que presentan una reducida utilización de las tarjetas como instrumentos de pago, como son Alemania, Austria, Irlanda, Italia, Grecia o Suecia, la oferta de estos servicios ha presentado ciertas peculiaridades que pueden explicar, en cierta medida, dicha situación. A continuación resumimos las circunstancias a las que nos referimos (Lafferty, 1997, IME, 1996):

- En Alemania y Austria, como ya se analizó más detenidamente en el capítulo anterior, sus mercados se han caracterizado por la existencia en algún momento de monopolios de emisión de tarjetas, por una actitud reacia tanto de las entidades bancarias nacionales a difundir un producto concebido como “americano”, como de los comerciantes a la aceptación del

pago con tarjetas en sus establecimientos. Valga como ejemplo de esto último el siguiente dato: en 1995 sólo 10.000 establecimientos (32,25 por 100 del total) en Austria aceptaban la instalación de TPV.

- Irlanda y Grecia son mercados que se encuentran en fase de desarrollo. El primero de estos países, por ejemplo, comenzó a instalar su red de TPV en 1996. A este hecho se une el establecimiento de unos impuestos de carácter anual a los poseedores de tarjetas de débito (5 libras irlandesas) y de crédito (15 libras irlandesas).

- En Italia, independientemente del bajo uso de las cuentas corrientes por parte del público italiano, hasta 1995 se venía cobrando a los usuarios de tarjetas entre 1.500 y 2.000 liras por transacción realizada en el punto de venta, hecho que desanimó considerablemente el uso de estos instrumentos.

- En Suecia, los comerciantes traspasaban a sus clientes los tipos de descuentos aplicados por las entidades bancarias, al objeto de fomentar el uso de las tarjetas privadas. Aparte de ello, cabe señalar la existencia de un monopolio en el mercado de tarjetas bancarias hasta 1993 y los cambios impositivos llevados a cabo a mediados de los noventa, de forma que si bien antes de esta fecha los intereses pagados por uso de las tarjetas eran totalmente deducibles fiscalmente, en 1997 esta deducción se ha reducido al 30 por 100 de dichos importes.

En comparación con lo anterior, en España existe un mercado maduro, donde nunca ha existido monopolio de emisión de tarjetas o de adquisición de comercios, están ampliamente difundidos los TPV entre los comercios y éstos nunca han traspasado las tasas de descuento a sus clientes, no existen medidas fiscales que puedan desalentar el uso de estos instrumentos ni tampoco otros tipos de cargas impuestas por las entidades emisoras por cada

una de las transacciones realizadas por los titulares. En definitiva, ninguna de las circunstancias señaladas en los párrafos anteriores se da en el mercado español.

Prosiguiendo con los distintos usos que se hacen de estos instrumentos, cabe señalar que la tendencia en los últimos años en el conjunto de países considerados apunta, igual que en España, hacia una reducción de la importancia relativa de los reintegros de efectivo sobre el total de operaciones realizadas con tarjetas, en favor de los pagos de bienes y servicios -a excepción de Francia, Irlanda y Finlandia-, lo cual parece reflejar un cambio de actitud de los titulares de tarjetas en la mayoría de mercados europeos. Ello no significa, sin embargo, que se tienda hacia un patrón único de uso en el ámbito comunitario. Por el contrario, la distinta intensidad con la que se ha producido dicho cambio en cada uno de los países ha aumentado las diferencias existentes entre ellos durante el período 1989-1997. De este modo, si la diferencia en el número de operaciones de pago per cápita entre los cinco países en los que actualmente predomina el uso de las funciones de pago sobre las de reintegro y el resto de países era, en promedio, aproximadamente de 10 operaciones en 1989, esta cifra prácticamente se ha triplicado durante dicho período, ascendiendo en 1997 a 28 transacciones. En términos relativos, la diferencia entre el peso de las operaciones de pago sobre el total en estos cinco países y el correspondiente al resto de la UE se ha incrementado en 11 puntos porcentuales en dicho período. En el caso español, las dos transacciones de pago per cápita realizadas en 1989 se han incrementado tan sólo en siete (cuadro 7.9).

En síntesis, el análisis comparativo realizado en párrafos anteriores nos ha permitido añadir nuevos elementos característicos que definen nuestro sistema de pago minorista. Así, si bien cualitativamente el perfil de uso de las tarjetas de pago bancarias en España coincide con el de la mayoría de países de nuestro entorno, tanto en su situación actual como en su tendencia en los últimos años, cuantitativamente el reducido nivel de utilización de cualquiera de

los principales servicios ofrecidos con estos instrumentos nos sitúa entre los últimos lugares de entre los países de nuestro entorno. Ello contrasta fuertemente con la existencia en nuestro sistema financiero de una de las redes de CA y TPV más densa del mundo, tal y como se ha visto en el capítulo anterior. Llegado a este punto, cabría preguntarse si las diferentes dotaciones de CA (utilizados principalmente para reintegros de efectivo) y TPV (para pago de bienes y servicios) existentes en los países analizados han influido de forma decisiva en el patrón de uso de estos instrumentos, fomentando la mayor utilización de aquellos servicios a los que cada uno de dichos sistemas se encuentra más vinculado. Esta cuestión se analiza a continuación.

***CUADRO* 7.9**

EVOLUCIÓN DEL PESO RELATIVO DE LAS OPERACIONES DE PAGO RESPECTO AL TOTAL DE OPERACIONES REALIZADAS CON TARJETAS EN PAÍSES DE LA UE, 1989-1997 (EN PORCENTAJES)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Grupo de países en los que predomina la función de pago sobre la de reintegro de efectivo(1)	46	50	51	53	52	54	57	62	64
Resto de países	28	24	23	24	25	29	31	33	35
España	20	18	21	26	33	33	35	34	37

(1) Bélgica, Francia, Portugal, Finlandia y Reino Unido
Nota: Medias calculadas sin considerar los países para los que no hay datos disponibles.

Fuente: Committee of Governors of the Central Banks of the Member States of the European Economic Community (1992), ECB (1999) y BPI (1993 y 1999). Elaboración propia.

7.1.2.1. DOTACIÓN DE REDES DE AUTOSERVICIOS BANCARIOS Y SUS EFECTOS SOBRE LA DEMANDA DE SERVICIOS CON TARJETAS EN LOS PAÍSES DE LA UE

A lo largo del presente trabajo se ha hecho mención repetidamente al contraste que existe entre el elevado nivel de dotación de autoservicios bancarios y su reducida utilización en nuestro país, en comparación con los países de nuestro entorno, y ello basándonos en que el nivel de dotación de puntos de venta de servicios vía tarjetas existente en cada sistema de pago

doméstico debe condicionar, en gran medida, las posibilidades que tiene la población de utilizar estos instrumentos. Fallando este último razonamiento en el caso español, cabría plantearse si, de acuerdo con la evidencia de otros países, realmente se da esa relación entre nivel de dotación de puntos de venta y el de utilización de estos instrumentos y, en caso afirmativo, profundizar en las razones por las que no se ha cumplido en nuestro país.

Tal y como se puede observar en la figura 7.4, no existen indicios de correlación alguna entre el nivel de difusión de CA y el de su utilización en los países considerados[1], tal y como muestra el hecho de que países con similares dotaciones de estos sistemas (como, por ejemplo, Finlandia, Reino Unido, Francia, Bélgica e Italia, todos ellos con dotaciones próximas a la media comunitaria) presentan grandes diferencias respecto al número de operaciones de reintegro per cápita.

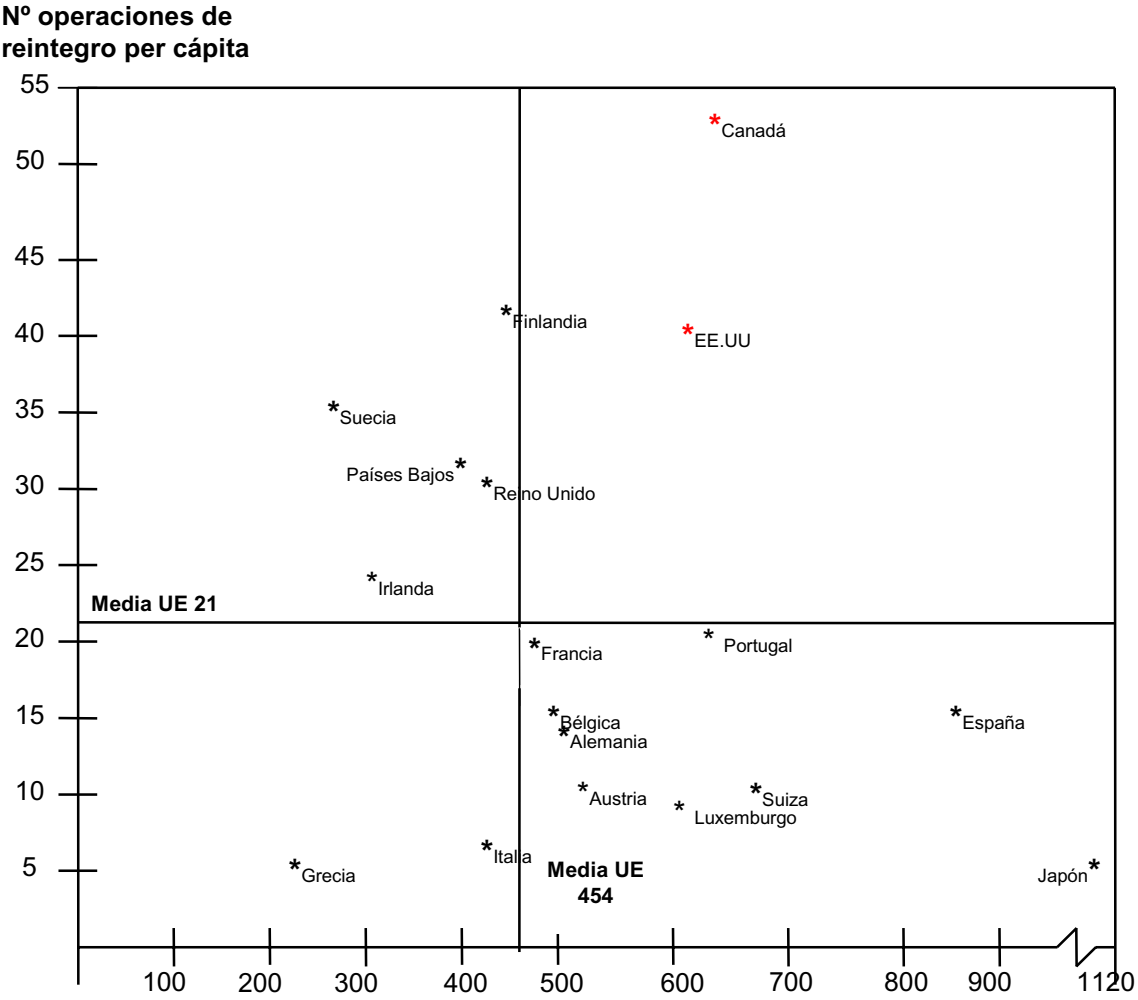
Hacemos aquí un inciso para recordar una cuestión que ya se ha apuntado en capítulos anteriores, referida a que los altos costes fijos asociados a los sistemas que soportan las transacciones con tarjetas de pago bancarias hacen necesario un uso intensivo de aquellos en orden a alcanzar una masa crítica de operaciones que hagan su operativa rentable. Sin embargo, ello no siempre es posible debido a la citada desconexión entre demanda y oferta de autoservicios bancarios. De hecho, son importantes las diferencias existentes respecto a la intensidad con la que se utilizan tales sistemas entre los países de la UE. Así, tal y como se observa en la figura 7.5, son, en líneas generales, los países mediterráneos y los de Europa Central los que en menor grado utilizan los CA y, por tanto, los que en peor situación están de disfrutar de las economías de escala derivadas del uso de estos sistemas. Por contra, los países nórdicos son los que reflejan una utilización más intensiva de éstos.

[1] El coeficiente de correlación de *Pearson* entre ambas variables arroja un valor de -0,2, con datos referidos a 1997.

Cabe apuntar, además, que las economías derivadas del uso de CA podrían verse, paradójicamente, más deteriorada aún si continúa la tendencia de reemplazar el efectivo por el pago con tarjetas (de crédito, débito o monederos electrónicos) en los puntos de venta. En este caso, la caída en el volumen de reintegros de efectivo en CA realizados por los titulares podría reducir de manera importante los ingresos derivados del uso de estos sistemas (Lake y otros, 1998, p. 173).

FIGURA 7.4

RELACIÓN ENTRE DOTACIÓN DE CAJEROS AUTOMÁTICOS Y NÚMERO DE OPERACIONES DE REINTEGRO EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997

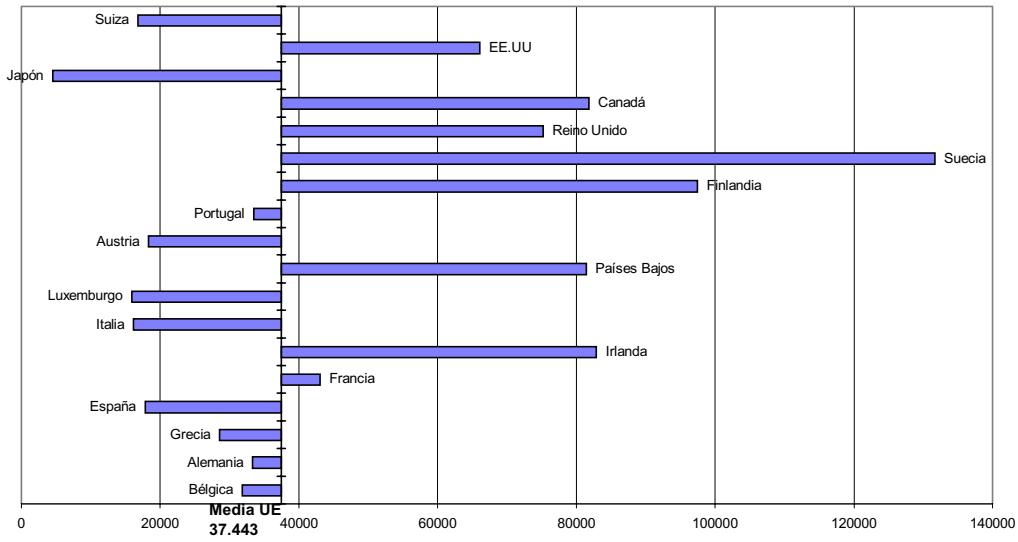


Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

Centrándonos en España, junto a la elevada densidad de CA, otra de las características del sistema de pago con tarjetas español, vista en el capítulo anterior, se refiere a la completa compatibilidad existente entre los CA pertenecientes a las tres redes participantes en el mercado. Cabría analizar, pues, cómo ha podido repercutir estos acuerdos entre redes sobre la demanda de estos servicios.

FIGURA 7.5

VOLUMEN DE TRANSACCIONES POR CAJERO AUTOMÁTICO EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997 (EN UNIDADES)



Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

Cabe señalar al respecto que el hecho de alcanzar la "interoperatividad" entre los diversos sistemas de CA y TPV existentes en un país, si bien permite técnicamente el acceso a sus respectivos titulares de tarjetas, no garantiza en la práctica el que éstos gocen de las ventajas añadidas de la extensión del número de terminales al que pueden acceder. Nos referimos a que, en algunos casos, estos acuerdos incluyen unas condiciones económicas aplicables por las entidades propietarias de los CA sobre los usuarios ajenos a su banco/red que pueden llegar a desalentar a éstos a su utilización. En tal caso, el resultado positivo esperado de estos acuerdos de "interoperatividad" podría quedar difuminado si los titulares de tarjetas de cada entidad siguieran utilizando

preferentemente los terminales de su banco/red en aras a evitar los costes que les supondría la utilización de los de otros bancos/redes alternativas[2].

En relación a lo anterior, cuando se analiza la escasa literatura existente sobre el mercado español de tarjetas de pago no es difícil encontrarse con alusiones que se refieren al elevado grado de cooperación existente entre las tres redes españolas (Merigó y Gabeiras, 1993, p. 217). Sin embargo, pocas de ellas hacen referencia a los costes que para el usuario español supone el disfrute pleno de estos acuerdos de "interoperatividad". Tal y como se ha analizado en el capítulo anterior, las comisiones medias cargadas en nuestro país a los titulares de tarjetas por la realización de reintegros de efectivo en CA de una red distinta a la que pertenece su entidad ascienden, en el caso de las tarjetas de crédito, a un 4 por 100 del importe de la operación, con un mínimo de 400 ptas. En lo que se refiere a las tarjetas de débito, las tasas aplicadas por el mismo concepto se sitúan entre un 2-3 por 100, con un mínimo de entre 250 y 400 pesetas por operación.

El limitado número de transacciones de intercambio entre las redes españolas de CA, pese a la citada "interoperatividad" técnica, puede ser reflejo de la respuesta de los titulares de tarjetas bancarias ante las comisiones cargadas por la utilización de redes distintas a la que pertenece su entidad. De este modo, en 1997 los titulares de la tarjeta *4B* se encontraban con que únicamente en torno al 21 por 100 de los CA instalados en España pertenecían a la red *Telebanco*, del sistema *4B*. A pesar de ello, según los datos suministrados por el informe anual del sistema *4B* en dicho año, los titulares de

[2] Ello ocurre, tal y como apunta el informe de la consultora Lafferty (1997, pp. 32, 107-108), en Alemania, donde la imposición por los bancos de una comisión de 4 marcos (unas 340 ptas.) por reintegro de efectivo realizado en sus CA por clientes ajenos (y que puede llegar, según un convenio establecido entre entidades, hasta un máximo de 8 marcos -unas 700 ptas.- por operación) ha llevado a que, a pesar de que existe plena compatibilidad entre las 4 redes existentes, los clientes utilicen en la mayoría de los casos los terminales de su propia entidad. En Italia, a pesar de existir una sola red (Bancomat) los clientes que utilizan terminales ajenos a su entidad tienen que soportar unas comisiones de entre 2.500 (unas 205 ptas.) y 3.000 liras (unas 246 ptas.).

la tarjeta *4B* "se preocuparon" de realizar el 94,34 por 100 de las transacciones a través de su propia red. En igual sentido apuntan los datos estadísticos del sistema *6000* suministrado a través de las memorias de la CECA. En 1994[3], en torno al 60 por 100 de los CA pertenecían a la red *6000*. Sin embargo, aproximadamente el 90 por 100 de las operaciones de reintegro realizadas con tarjetas emitidas por las mismas cajas de ahorros se realizaron en la red propia.

Lo anterior sugiere que el número de CA a los que los clientes españoles acceden en la práctica es mucho más reducido que el que se obtiene de la simple relación entre el número total de CA y el de titulares. En este sentido, la existencia en nuestro país de tres redes de CA en lugar de una sóla, si bien ha debido de contribuir a intensificar la competencia en el mercado, ha perjudicado en la práctica la accesibilidad de la clientela a estos servicios, debido a la instauración de una política de precios que penaliza el uso de CA de redes distintas a la que pertenece su entidad.

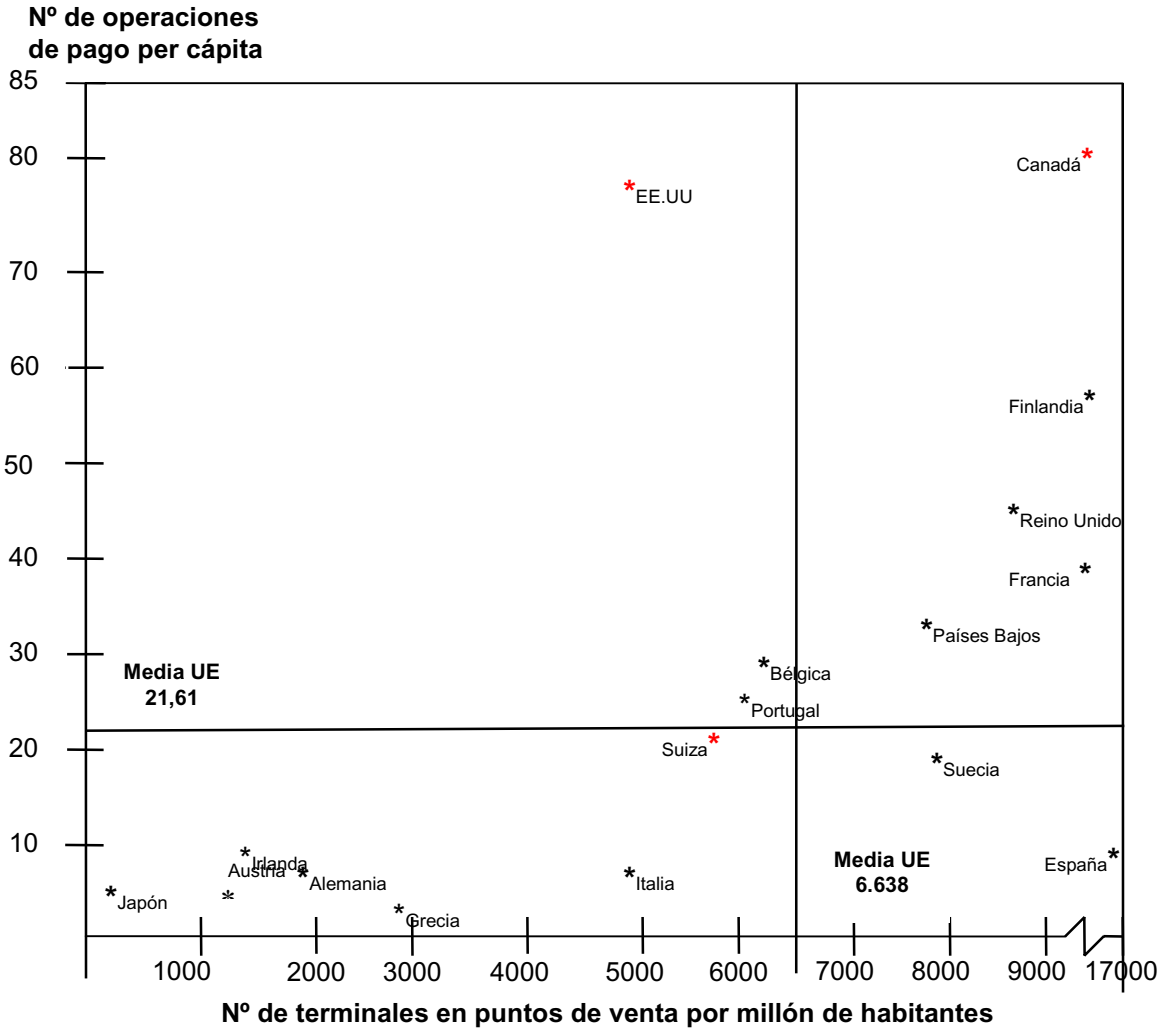
En lo que se refiere a los TPV, ¿cuál es la relación entre su nivel de dotación y el de demanda en cada uno de los países considerados? Al contrario de lo que ocurre con los CA, sí existe una correlación positiva entre el uso de las tarjetas para el pago de bienes y servicios y el número de TPV instalados en cada país[4] (figura 7.6), con las excepciones de 2 de los 17 países considerados: EE.UU y España.

[3] A partir de este año las sucesivas memorias de la CECA no ofrecen de manera explícita el número de transacciones realizadas en CA de redes distintas a la *6000* por los titulares de tarjetas emitidas por las cajas de ahorro.

[4] El coeficiente de correlación de *Pearson* entre ambas variables asciende a +0,65 para el conjunto de países considerados. Esta débil correlación desaparece cuando se eliminan los *outlayer* (España y EE.UU.), reflejando, en este caso, un valor de +0,93. Sobre los motivos que explican los valores atípicos de las citadas variables en el caso de España, con relación a los que presentan el resto de países, se profundizará en los siguientes párrafos.

FIGURA 7.6

RELACIÓN ENTRE DOTACIÓN DE TERMINALES EN PUNTOS DE VENTA Y NÚMERO DE OPERACIONES DE PAGO EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997



Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

Las relaciones anteriores pueden encontrar su explicación en las distintas fuerzas o motivos que han impulsado la extensión de cada uno de estos sistemas. La oferta de servicios financieros a través de CA, independientemente de contar con una demanda efectiva de éstos, ha gozado de argumentos, basados en la supuesta reducción de costes y de incremento de productividad de las sucursales bancarias, que han sido suficientes para incentivar a las entidades financieras a su extensión a través de sus respectivos sistemas de pago. Este hecho justifica la correlación entre la

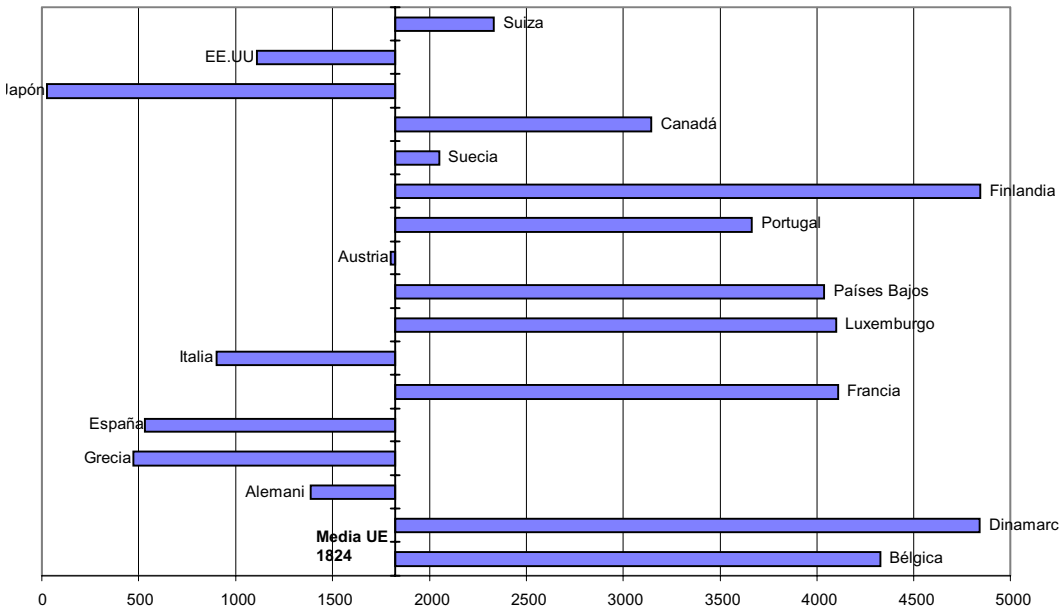
dotación de CA existente en cada uno de los países y el número de sucursales bancarias presentes en cada uno de ellos. Al contrario, la instalación de TPV sólo puede llevarse a cabo con la aprobación de los comerciantes, lo cual requiere, a su vez, la previa demanda de estos servicios por parte de su clientela. Dicho de otro modo, la disposición de los establecimientos comerciales a aceptar su instalación en los puntos de venta y de los considerables costes que llevan asociados (en la mayoría de los países, los principales costes corresponden al alquiler de terminales y de su mantenimiento, costes de comunicación y descuentos sobre ventas) sólo puede entenderse bajo la presencia de una demanda previa de estos servicios de pago por parte de sus propios clientes, hecho que justificaría la relación positiva existente entre la demanda y oferta de tales servicios en el punto de venta.

En la figura 7.7 se aprecia claramente la infrautilización de estos terminales en los países del área mediterránea -Italia, España y Grecia-, sólo comparable a la situación existente en Japón. Entre los países nórdicos -Finlandia y Dinamarca- y los del centro de Europa -Países Bajos y Bélgica- se encuentran aquellos que reflejan un uso más intensivo de estos aparatos.

De acuerdo con lo visto surge la siguiente cuestión: ¿Existen causas concretas que puedan explicar por qué en España no se manifiesta esa relación entre el número de TPV y el de operaciones per cápita? Este hecho encuentra buena explicación si consideramos que la distribución masiva de estos terminales de manera gratuita entre los establecimientos detallistas españoles, hecho que, como ya se ha apuntado, no tiene precedentes en el ámbito mundial, ha podido permitir que la expansión de estos servicios se realice sin la orientación hacia el mercado reflejada en otros países. Prueba de este posible exceso de oferta es la estimación proporcionada por el Banco de España (1997, p. 12), según la cual sólo el 60 por 100 de los terminales instalados en los comercios son activos, entendiendo por tal aquellos que realizan alguna operación al mes.

FIGURA 7.7

VOLUMEN DE TRANSACCIONES POR TPV EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS, 1997 (EN UNIDADES)



Fuente: BCE (1999) y BPI (1999). Elaboración propia.

Además, las características propias de nuestra red comercial, especialmente su reducida dimensión, guardan una relación inversa con el nivel de uso de instrumentos de pago distintos del efectivo. De este modo, algunos estudios han constatado que el volumen de facturación realizado a través de cualquiera de las modalidades de tarjetas existentes en el mercado se reduce considerablemente a medida que lo hace la dimensión de los establecimientos considerados (Dirección General de Comercio Interior, 1992, p. 171). De manera semejante, el estudio de la CECA (1993, pp. 57 y 62) ponía de manifiesto que, independientemente de la categoría de producto de que se trate, el tipo de establecimiento en el que se realiza la acción de compra -tiendas especializadas, grandes almacenes, etc.- influye en el medio de pago finalmente empleado. De este modo, en las dos categorías de productos para cuya compra se utiliza en mayor medida las tarjetas como medio de pago, "alimentación" y "ropa y calzado" (IBM, 1992, p. 116; *Visa* 1996, Erquicia, 1995,

pp. 95 y 100), son los hipermercados y grandes almacenes los tipos de establecimientos en los que se utilizan en mayor medida estos instrumentos. Por su parte, González y otros (1998)[5], confirmaban en su trabajo la hipótesis según la cual el establecimiento habitual de compra determina un mayor o menor grado de utilización de las tarjetas por parte de los consumidores. En concreto, se encontró que en las grandes superficies se utilizaban, por término medio, más las tarjetas como instrumento de pago que en las tiendas especializadas u otros tipos de establecimientos.

Por último, cabría señalar que el alto nivel de economía sumergida existente en España se ha podido reflejar en una actitud reacia por parte de los comerciantes, especialmente los pequeños, a la aceptación de estos TPV, debido a que a través de ellos queda registrada y, por tanto, se pone a merced del control del fisco la facturación realizada por estos comercios (IBM, 1992, pp. 55-56).

En definitiva, de lo anterior se deduce la ausencia de una relación clara entre nivel de dotación de CA y su grado de utilización en la mayoría de países, al contrario de lo que ocurre con los TPV. En el caso español no se cumple esta última relación, debido a las características propias de nuestra red comercial y a la peculiar política de difusión de TPV en nuestro país.

7.2. DEMANDA DE FINANCIACIÓN A TRAVÉS DE TARJETAS DE CRÉDITO

Ya se ha analizado en líneas anteriores como se distribuye la facturación obtenida vía tarjetas entre las distintas modalidades de éstas y se ha podido comprobar cómo, en 1997, únicamente en torno al 27 por 100 del volumen de ventas correspondía a las tarjetas de crédito. Además, se pudo

[5] En este trabajo, realizado del 25 de marzo al 20 de mayo de 1997, se obtuvieron un total de 1.600 encuestas válidas, que fueron dirigidas a habitantes del municipio de Gijón.

constatar que entre los distintos usos de estas últimas prevalecía el pago de bienes y servicios, al contrario de lo que ocurría con las de débito. Dado que son varias las opciones que el titular puede utilizar para pagar mediante esta modalidad de tarjeta, todas ellas referidas a la utilización de un crédito disponible otorgado por las entidades bancarias y no sólo de los fondos depositados por el mismo titular, como en el caso de las tarjetas de débito, creemos conveniente profundizar sobre la manera en la que ha respondido la demanda ante la oferta de este tipo de servicios.

A diciembre de 1997, de acuerdo con la información facilitada por el Banco de España, los bancos y cajas de ahorros españoles tenían puesto a disposición de sus titulares de tarjetas de crédito fondos por valor de 2,39 billones de pesetas, que podrían ser utilizadas para liquidar pagos mediante débito diferido o a través de su aplazamiento por medio del uso del crédito rotativo. De ese volumen de dinero, potencialmente utilizable, sus titulares sólo dispusieron de 466.193 millones de pesetas, lo que representaba tan sólo el 19,5 por 100 del total otorgado por dichas entidades de depósito, porcentaje que no ha sufrido variaciones significativas durante la última década. Así, si observamos el cuadro 7.10, el valor medio de la ratio "Financiación vía tarjetas/Total crédito concedido[6]" para bancos y cajas de ahorros ha oscilado durante el período 1987-1997[7] entre un valor máximo del 20,05 por 100 en 1987 y un valor mínimo del 17,12 por 100 en 1993. Este comportamiento estable de la ratio no varía de manera sustancial si consideramos por separado a los bancos y cajas de ahorros, a pesar de que son los primeros los que gozan de una mayor utilización de estos servicios por parte de sus clientes.

[6] Hemos entendido por "Total crédito concedido" en tarjetas de crédito la suma de los saldos de las partidas "Deudores por tarjetas de crédito" *y* "Disponibles por tarjetas de crédito", de acuerdo con los epígrafes contables contenidos en la Circular 4/91. La suma de ambos refleja el crédito total que las entidades bancarias han puesto a disposición de sus titulares de tarjetas y que, por tanto, pueden ser potencialmente utilizados por éstos.

[7] La serie estadística proporcionada por el Banco de España en relación con la rúbrica 2.2.3.2 de la Circular 4/91, "Compromisos y riesgos contingentes por tarjetas de crédito", comienza en febrero de 1987, no estando disponibles datos anteriores a esta fecha.

CUADRO 7.10

FONDOS EFECTIVAMENTE UTILIZADOS POR LOS TITULARES DE TARJETAS RESPECTO AL CRÉDITO TOTAL PUESTO A SU DISPOSICIÓN POR BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1987-1997 (EN PORCENTAJES)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Financiación vía tarjetas bancos/Concedido bancos	21,44	20,18	19,68	18,74	18,82	19,72
Financiación vía tarjetas cajas/Concedido cajas	16,37	14,25	16,33	15,48	16,14	15,61
Total financiación vía tarjetas de cajas y bancos/ Total crédito concedido cajas y bancos	20,05	18,00	18,45	17,39	17,66	17,78

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

CUADRO 7.10 (CONTINUACIÓN)

FONDOS EFECTIVAMENTE UTILIZADOS POR LOS TITULARES DE TARJETAS RESPECTO AL CRÉDITO TOTAL PUESTO A SU DISPOSICIÓN POR BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1987-1997 (EN PORCENTAJES)

	1993	1994	1995	1996	1997
Financiación vía tarjetas bancos/Concedido bancos	16,90	20,09	17,90	17,81	20,96
Financiación vía tarjetas cajas/Concedido cajas	17,40	16,64	16,77	18,42	18,03
Total financiación vía tarjetas de cajas y bancos/Total crédito concedido cajas y bancos	17,12	18,36	17,36	18,09	19,53

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

En lo que se refiere a la evolución del total crédito dispuesto mediante tarjeta, es interesante enmarcarla dentro de lo acontecido en el mercado español de crédito al consumo durante la última década. En principio, cabe destacar que, al contrario de lo que ocurre con otras modalidades de financiación, como es el caso del crédito hipotecario, el crédito al consumo suele concederse sin garantía real, lo que provoca que ante los aumentos de morosidad propia de las recesiones económicas se derive una restricción paralela de la oferta de esta modalidad de crédito por parte de las entidades financieras y la búsqueda de otras inversiones crediticias alternativas que aseguren en mayor medida la devolución de las cantidades prestadas. En este sentido, una visión de conjunto de las distintas categorías de crédito

concedidas por las instituciones de depósito a las familias durante la última década nos permite constatar este hecho y comparar la evolución del crédito al consumo con la de otras formas de financiación (cuadro 7.11).

CUADRO 7.11

EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS DISTINTAS CATEGORÍAS DE CRÉDITO SOBRE LA FINANCIACIÓN TOTAL A PERSONAS FÍSICAS OTORGADA POR ENTIDADES DE DEPÓSITO, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Crédito a activid. productivas	43	41	37	34	34	33	31	25	19	16	16	13
Crédito vivienda	30	28	28	30	34	37	38	44	54	56	58	61
Crédito consumo	26	31	34	35	32	29	27	28	24	24	23	21
Resto financiación	0	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4
Total financiación a personas físicas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Banco de España, Boletín Estadístico, varios años. Elaboración propia.

De acuerdo con la información anterior[8], podemos observar que durante la última década han existido dos períodos claramente diferenciados entre sí, que son resultados de la adaptación de la demanda y la oferta en el mercado de crédito a los cambios producidos en el entorno macroeconómico durante el citado período[9]: uno primero, que se inicia en el primer trimestre de 1985 y

[8] Para el estudio se han considerado únicamente los créditos concedidos a las personas físicas por las entidades de depósito. Los datos se han obtenido de diversos números del Boletín Estadístico del Banco de España en sus cuadros 6.31 y 6.32, referentes a los créditos otorgados por el conjunto de entidades de depósito a otros sectores residentes por sujetos y por finalidades, respectivamente. Dentro de la partida "crédito al consumo" se han considerado los valores correspondientes a las partidas "adquisición de bienes de consumo duradero", "adquisición de otros bienes y servicios corrientes" y "otras financiaciones a personas físicas". En lo que se refiere al "crédito para viviendas", los valores se han obtenido de la partida "adquisición de vivienda propia", sin incluir la destinada a "rehabilitación de viviendas" por no haber información disponible para los años anteriores a 1992. Por su parte, como "crédito a actividades productivas" se ha tomado la diferencia entre el total crédito concedido a "personas físicas" (del cuadro 6.31) y el correspondiente al total de "otras financiaciones a personas físicas" (cuadro 6.32).

[9] Un análisis exhaustivo de los factores que condicionaron la evolución de la financiación a la familias en el período 1983-1994 en España se puede encontrar en Castro (1996, pp. 201-231). A modo de resumen, se relacionan a continuación los principales cambios en el entorno macroeconómico que repercutieron sobre el crédito destinado a las familias en el período 1986-1995: en lo que se refiere a los principales factores que afectaron a la demanda de crédito, el

culmina en el segundo trimestre de 1989, caracterizado por una amplia expansión del crédito al consumo -con una tasa media de crecimiento interanual del 26 por 100- y una apuesta generalizada de las entidades de depósito por la financiación, en todas sus modalidades, a las familias[10]; un segundo, a partir del segundo trimestre de 1989, se caracteriza por una ralentización en el crecimiento del crédito al consumo y del crédito a actividades productivas de las familias -que incluso se reduce a partir de 1992- y por una decidida apuesta por la financiación a las viviendas.

En este marco general, resulta interesante analizar como ha evolucionado la demanda de financiación a través de tarjetas de crédito en España. En el cuadro 7.12 se presenta la evolución de la deuda mantenida por los titulares de tarjetas de crédito de bancos y cajas de ahorros durante el período 1986-1997.

movimiento ascendente entre 1985 y 1988 de la renta familiar bruta disponible (con un crecimiento medio interanual del 3,68 por 100) se vio frenado a comienzos de la recesión (principios de los noventa) con una reducción de dicha tasa media de 1,25 puntos porcentuales. Igual cambio de tendencia se observó en el crecimiento de la riqueza financiera de las familias (entre 1985 y 1987 crecía a una tasa media del 7 por 100, mientras que en el período 1988-1993 lo hacía a una tasa media del 4,3 por 100) y en las variables que nos miden las expectativas de los consumidores respecto a la situación económica del país, como el llamado "índice de confianza de los consumidores (este índice crece entre 1987 y 1989 y cambia de sentido a partir de 1989 con una caída continua hasta 1993).

En lo que respecta a los factores que afectaron sobre la oferta de crédito, la mayor rentabilidad del crédito al consumo frente a otros tipos de crédito, unido al proceso de desintermediación en la financiación de las empresas y a la fuerte competencia existente tanto entre entidades financieras nacionales como extranjeras desplazaron la financiación crediticia desde las empresas hacia las familias durante la segunda mitad de los ochenta. Sin embargo, a partir de entonces (1989), el recalentamiento de la economía y la limitación que traían consigo los compromisos internacionales, principalmente en el manejo discrecional de los tipos de interés, obligó a las autoridades monetarias a ejercer un control directo sobre la expansión de la liquidez bajo la forma de límites administrativos al crecimiento del crédito, que estuvo vigente desde julio de 1989 hasta diciembre de 1994 y que trajo consigo un racionamiento del crédito dirigido, principalmente, al sector privado de la economía. Otro motivo que afectó la restricción del crédito a principios de los noventa fue el aumento de la morosidad, lo que llevó a las entidades financieras a decantarse por aquellas modalidades de crédito que contaban con garantía hipotecaria, frente a otros tipos de crédito con garantía personal, como es el caso del crédito al consumo.

[10] Llama la atención el hecho de que, a pesar del tratamiento fiscal favorable respecto de los créditos para adquisición/rehabilitación de viviendas, el crédito al consumo supera a aquella modalidad de crédito durante, prácticamente, todo el período.

CUADRO 7.12

EVOLUCIÓN DE DEUDORES POR USO DE TARJETAS DE CRÉDITO DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, 1986-1997 (MILES DE MILLONES DE PTAS.)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Total financiación vía tarjetas de bancos y cajas	79	103	130	159	186	202	226	238	256	281	329	383
Financiación vía tarjetas de bancos	64	80	92	108	117	122	133	132	140	153	177	211
Financiación vía tarjetas de cajas	15	23	38	52	69	80	94	106	116	128	152	172

Fuente: Información facilitada por el Banco de España. Elaboración propia.

Obsérvese que, a diferencia de la evolución general del crédito al consumo, el desarrollo de la financiación a través de tarjetas de bancos y cajas de ahorros ha mostrado un crecimiento prácticamente continuo a lo largo de todo el período, sin que, aparentemente, le afectara la crisis económica soportada por nuestra economía (cuadro 7.13).

Este comportamiento diferencial puede explicarse si tenemos en cuenta que la existencia de instrumentos crediticios, tales como las cuentas de crédito, los excedidos en tales cuentas o los descubiertos en cuenta corriente, permite a los prestatarios disponer de fuentes de financiación alternativas en momentos de restricción crediticia. En este sentido, Fuentes (1995, p. 48) señala que "... si el uso de tales instrumentos tiene mucha importancia, la posibilidad de que existan restricciones de financiación es menor, ya que los prestatarios podrían hacer uso de estas facilidades financieras, cubriendo así sus necesidades de fondos en los momentos de tensión de liquidez". De acuerdo con lo anterior, el crédito concedido con tarjetas puede jugar un importante papel "amortiguador" en la financiación de las economías familiares durante las épocas de crisis[11].

[11] En un estudio llevado a cabo en el Reino Unido en 1989 (año de comienzo de la recesión y en la que ya se empezaban a notar sus efectos sobre el empleo), complementado con otro estudio posterior en 1992, en el que se entrevistaron 2.500 familias, uno de los motivos principales aludidos por éstas para justificar el uso del crédito con tarjetas era la caída

Efectivamente, a los elevados costes que supone hacer uso de algunas de las citadas fuentes de financiación, como los excedidos en cuentas de crédito o los descubiertos en cuenta corriente, hay que añadir su posible restricción por parte de las entidades de depósito en épocas de crisis. En el caso concreto del descubierto en cuenta corriente, más que un derecho contractual del titular de la cuenta, es un privilegio que concede la entidad financiera a sus clientes preferentes, principalmente, y que, como tal, también puede ser objeto de restricción en épocas de tensión en el mercado crediticio. Frente a las desventajas de estas modalidades de instrumentos crediticios, el suministrado a través de tarjetas concede a sus titulares una línea gratuita de crédito -no se cobra interés sobre el disponible, sino únicamente una cuota anual por el mantenimiento de la tarjeta-, un crédito permanente -ya que en España la mayoría incluye la posibilidad de utilizar crédito *revolving*-

CUADRO 7.13

INCREMENTOS INTERANUALES DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETAS DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS Y CRÉDITO AL CONSUMO DE ENTIDADES DE DEPÓSITO, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92
Total financiación vía tarjetas de bancos y cajas	31,02	25,76	22,52	16,82	8,63	12,13
Financiación vía tarjetas de bancos	25,45	14,92	16,65	9,11	4,18	8,51
Financiación vía tarjetas de cajas	54,87	63,42	36,87	32,85	16,26	17,67
Crédito al consumo de entidades de depósito	35,79	29,68	15,92	-4,67	-3,07	-3,53

Fuente: Información facilitada por el Banco de España y Boletín Estadístico del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

inesperada de ingresos familiares. Por otro lado, los resultados demostraban que aquellas familias que soportaban mayores presiones sobre sus presupuestos eran, por una parte, las que proporcionalmente tenían menos tarjetas de crédito y, por otro lado, las que, teniéndolas, mostraban una mayor probabilidad de utilizar el crédito facilitado por estos instrumentos. Así, las familias con mayor probabilidad de utilizar esta modalidad de financiación eran las que ingresaban menores rentas, las personas más jóvenes (por debajo de los 29 años), las familias con padres separados, las que tenían menores ahorros, los desempleados y aquellas que no poseían vivienda propia, sino que vivían como inquilinos en casas municipales. Ello demuestra que las tarjetas de crédito, independientemente de su función como instrumento de pago, son utilizadas como fuente de financiación entre aquellos sectores de la economía con menor flexibilidad en sus presupuestos y más vulnerables en las épocas de crisis (Rowlingson y Kempson, 1994).

CUADRO 7.13 (CONTINUACIÓN)

INCREMENTOS INTERANUALES DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETAS DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS Y CRÉDITO AL CONSUMO DE ENTIDADES DE DEPÓSITO, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97
Total financiación vía tarjetas de bancos y cajas	5,05	7,75	9,43	17,28	16,52
Financiación vía tarjetas de bancos	-0,52	6,21	9,18	16,00	18,86
Financiación vía tarjetas de cajas	12,91	9,67	9,74	18,82	13,78
Crédito al consumo de entidades de depósito	5,79	-5,60	3,65	0,18	6,94

Fuente: Información facilitada por el Banco de España y Boletín Estadístico del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

que puede ser totalmente gratuito -si el titular decide liquidar su saldo pendiente a final de mes- y que, difícilmente, es controlable por las entidades financieras una vez emitidas -al comienzo de la crisis en 1989, se habían emitido, no en su totalidad activadas, seis millones de tarjetas de crédito, cada una de ellas con un crédito disponible medio de 100.000 pesetas mensuales en la modalidad considerada “clásica” y de 1.000.000 de pesetas en la modalidad “oro”.

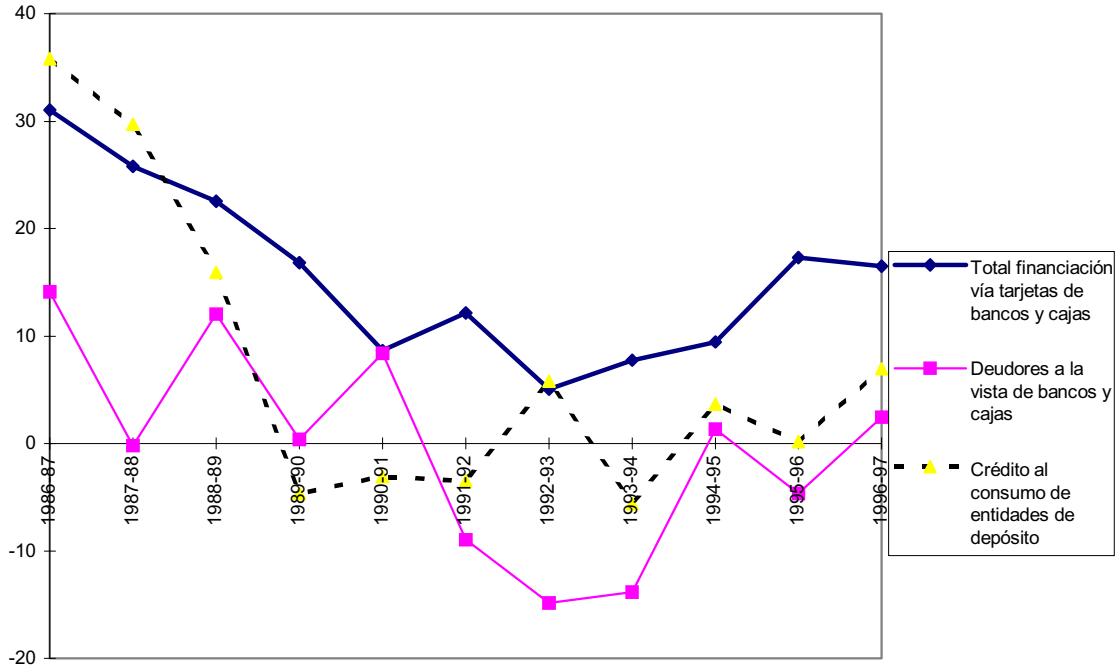
Respecto al papel desempeñado por las tarjetas de crédito cuando existen tensiones de liquidez, téngase en cuenta que, de acuerdo con la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (INE, 1998), el gasto medio mensual por persona en nuestro país era de 75.103 pesetas en 1996. Por tanto, las 100.000 pesetas de financiación gratuita disponible a través de tarjetas de crédito cubren, en promedio, las necesidades totales de liquidez de sus titulares, permitiéndoles gestionar de una manera más flexible la financiación de sus compras.

De acuerdo con lo anterior, sería interesante analizar el comportamiento de la financiación vía tarjetas durante la crisis económica del período 1989-1994. A este respecto, al observar la evolución de dicha financiación en

bancos y cajas de ahorros comparada con la de los deudores a la vista[12] de estas entidades y la del crédito al consumo del conjunto de entidades de depósito, se aprecian ciertas diferencias significativas en sus respectivas tendencias (figura 7.8).

FIGURA 7.8

EVOLUCIÓN DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETAS Y DE LOS DEUDORES A LA VISTA, EN BANCOS Y CAJAS DE AHORROS, Y DE CRÉDITO AL CONSUMO DEL CONJUNTO DE ENTIDADES DE DEPÓSITO, 1986-1997 (INCREMENTOS ANUALES)



Nota: Las series manejadas se han expresado en pesetas constantes de 1992.
Fuente: Información facilitada por el Banco de España y Boletín Estadístico del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

Mientras que el crédito al consumo decrece entre 1989 y 1993 con una tasa negativa media del 1,14 por 100 e, igualmente, la cuenta de "deudores a la vista" a una tasa media, entre 1991 y 1994, del 8,3 por 100 interanual, se

[12] Se analiza la evolución de los valores de la partida deudores a la vista porque en ella se incluyen los instrumentos crediticios mencionados anteriormente. De este modo, de acuerdo con la circular 4/91, en esta partida se incluyen, además de los deudores por tarjetas de crédito, "los saldos a la vista de carácter personal, cualquiera que sea su instrumentación, incluyendo con la debida separación los descubiertos en cuentas pasivas, etc., los excedidos sobre los límites pactados en créditos de cualquier clase, los importes vencidos pendientes de cobro, etc., los efectos vencidos, los anticipos de naturaleza transitoria y saldos deudores por operaciones de bolsa pendientes de liquidar por las respectivas cámaras u organismo liquidador".

observa cómo la financiación procedente de las tarjetas, cuya tasa de crecimiento venía reduciéndose entre 1986 y 1990, cambia su tendencia en este último año y, manteniendo durante todo el período valores positivos, presenta una tasa media de crecimiento entre 1991 y 1994 de un 6,7 por 100. De ello se deduce que el crédito otorgado con tarjeta, si bien se ha visto afectado por este contexto económico general, ha seguido una evolución diferencial a la mantenida por el conjunto de crédito al consumo y por las modalidades de crédito más afines al concedido a través de estos instrumentos de pago, esto es, los "deudores a la vista"[13].

Debido a la peculiaridad del crédito otorgado a través de tarjetas, la evolución analizada podría venir, en principio, provocada por una mayor disponibilidad de aquel a través de los instrumentos físicos que lo soportan, es decir, por la coincidencia temporal de la crisis económica con una mayor emisión de tarjetas de crédito. Lejos de ello, el incremento interanual de la emisión de estos instrumentos sufrió a partir de 1990 una reducción constante (que llegó a tomar valores prácticamente nulos en 1995), al mismo tiempo que el referido al uso de la financiación disponible a través de tarjetas de crédito se mantenía en niveles progresivamente superiores durante todo el período. De acuerdo con ello, cabe descartar la mayor disponibilidad del crédito como factor explicativo de su evolución en la primera mitad de los noventa (cuadro 7.14).

Si observamos lo ocurrido con las tarjetas de débito durante el mismo período, nos encontramos con que su evolución también mantiene diferencias respecto a lo acontecido en el caso de las tarjetas de crédito. Como se puede apreciar en el cuadro 7.14, antes del inicio de la crisis en 1989 los incrementos interanuales de las ventas con tarjetas de débito se situaban muy por encima

[13] En el "Estudio Europeo sobre Hábitos de Consumo" realizado en 1996 por *Audience Selection* y patrocinado por *Visa* Internacional se puso de manifiesto cómo, a pesar de que el gasto en bienes y servicios de los ciudadanos europeos había disminuido durante la época de recesión, el 47 por 100 de los entrevistados reconocían que durante los últimos cinco años habían incrementado el uso de las tarjetas (*Visa International*, 1996).

de los producidos en los volúmenes de financiación vía tarjetas de crédito. Sin embargo, entre 1990 y 1994 se invierten, salvo en el año 1991, los respectivos niveles de tasa de crecimiento en favor de la segunda. Ello ocurre, a pesar de que los incrementos en el número de tarjetas de débito emitidas eran muy superiores a los de las tarjetas de crédito hasta 1994, momento en el cual se comienzan a repercutir cuotas anuales por la posesión de tarjetas de débito y que explican en gran medida los incrementos negativos producidos a partir de entonces.

CUADRO 7.14

INCREMENTO INTERANUAL DEL NÚMERO DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO, VENTAS CON TARJETAS DE DÉBITO Y DEUDA CONTRAÍDA VÍA TARJETAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1986-87	1987-88	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92
Financiación vía tarjetas de crédito	38	32	31	25	15	19
Número de tarjetas de crédito	106	11	12	17	10	8
Número de tarjetas de débito	24	21	16	25	16	11
Volumen de ventas con tarjetas de débito	58	51	38	23	17	6

Fuente: Información facilitada por la *SEMP* y por el Banco de España. Elaboración propia.

CUADRO 7.14 (CONTINUACIÓN)

INCREMENTO INTERANUAL DEL NÚMERO DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO, VENTAS CON TARJETAS DE DÉBITO Y DEUDA CONTRAÍDA VÍA TARJETAS, 1986-1997 (EN PORCENTAJES)

	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97
Financiación vía tarjetas de crédito	10	13	15	21	19
Número de tarjetas de crédito	1	1	0	2	10
Número de tarjetas de débito	2	-4	-6	10	0
Volumen de ventas con tarjetas de débito	4	7	38	9	2

Fuente: Información facilitada por la *SEMP* y por el Banco de España. Elaboración propia.

Este comportamiento diferencial de las demandas respectivas de cada modalidad de tarjetas ante un mismo cambio coyuntural, refleja, una vez más, que estamos ante instrumentos de pago sumamente distintos y que, a pesar de poseer un mismo soporte físico -tarjetas de banda magnética/*chip*-, cubren necesidades de los individuos distintas. Ello indica que una emisión de tarjetas masiva e indiscriminada, no acompañada de unos esfuerzos paralelos dirigidos a informar a sus titulares y hacerles percibir las ventajas/inconvenientes y las funciones de cada modalidad de tarjeta, podría limitar, entre otros, los beneficios que aquellos pueden obtener en su gestión de tesorería a través del uso de estos instrumentos.

Hasta ahora se ha hecho mención al uso de la financiación vía tarjetas de una manera genérica, esto es, incluyendo tanto el débito diferido como el crédito rotativo. Sin embargo, las tarjetas de crédito que circulan en el mercado español, a diferencia de la mayoría de países de Europa, suelen ofrecer a sus titulares la opción de utilizar dicha modalidad de crédito. ¿Qué aceptación han tenido en España estos servicios? Ésta ha sido muy escasa, de forma que, de acuerdo con algunas referencias (IBM, 1992, p. 39, Merigó y Gabeiras, 1993, pp. 218-219, Brown, 1996, p. 11), sólo se financia mediante este medio entre el 15 y 18 por 100 de las compras realizadas a través de tarjetas de crédito por parte de sus respectivos titulares.

Sin embargo, cabe señalar que esta actitud reacia hacia el crédito rotativo vía tarjetas ha estado presente en otros muchos países de nuestro entorno (Lindsey, 1994, p. 43; Lafferty, 1997). Así, en Dinamarca, tan sólo el 25 por 100 de las tarjetas existentes en 1996 permitían acceso a líneas de crédito, habiendo sido utilizado únicamente en torno al 15 por 100 de los saldos totales pendientes. En Alemania, la principal marca de tarjetas (*Eurocard*) emitía con estos servicios el 6,25 por 100 de sus tarjetas, siendo utilizado éstos sólo por el 10 por 100 de sus titulares. En los Países Bajos, los titulares de tarjetas con opción a crédito (un 46 por 100 de las tarjetas de crédito emitidas) fraccionan, aproximadamente, el 12 por 100 del total saldo

pendiente generado a través de estos instrumentos. En Italia, de los 5,6 millones de titulares de tarjetas, sólo un 3 por 100 hace uso del crédito puro. Igualmente, en Portugal, donde todas las tarjetas de crédito suelen ofrecer la opción de pago a crédito, tan sólo es utilizado por el 20 por 100 de sus titulares. Esta situación contrasta de manera importante con la existente en el Reino Unido, en el que tradicionalmente ha existido una amplia aceptación de este servicio entre los titulares, con un aplazamiento medio en 1995 del 73 por 100 de los saldos pendientes con tarjetas de crédito, porcentaje que, además, ha venido incrementándose durante la última década[14].

7.3. DEMANDA DE SERVICIOS DE PAGO POR ADELANTADO A TRAVÉS DE MONEDEROS ELECTRÓNICOS EN ESPAÑA Y EN LA UE

La falta de respuesta de la demanda ante la difusión de los monederos electrónicos parece haber sido una constante durante las primeras fases de desarrollo de estos productos. Los resultados obtenidos en algunos proyectos pilotos llevados a cabo en España han sido bastantes discretos respecto a los que se esperaban. En este sentido, de acuerdo con los datos facilitados por Rodríguez-Losada (1996, pp. 98, 101 y 102), las pruebas realizadas por el sistema *4B* en Valladolid (entre octubre de 1995 y septiembre de 1996) reflejaban que el porcentaje de tarjetas activas en relación con el total de emitidas suponía tan sólo un 38 por 100 después de un año de funcionamiento, siendo la media de operaciones realizadas con tales tarjetas activas de una al trimestre, frente a las tres o cuatro diarias previstas[15]. Los

[14] Puede afirmarse que el Reino Unido es el único país que cuenta con un mercado de crédito *revolving* vía tarjetas significativo en Europa. Esta modalidad de crédito representa en torno al 25 por 100 del total crédito al consumo concedido en el país y supone una de las mayores fuentes de beneficios para las entidades financieras británicas. Tal es el caso del *BarClays*, en el que el 16 por 100 de sus beneficios proceden de los ingresos generados por el negocio de las tarjetas.

[15] Los datos sobre los primeros dos meses de vida (entre julio y septiembre de 1996) de las pruebas realizadas por el sistema *4B* en Logroño apuntan igualmente a una baja aceptación del monedero electrónico por parte del usuario, con tan sólo un 5 por 100 de tarjetas activas sobre un total de 16.605 emitidas.

resultados de otras experiencias realizadas en el ámbito internacional reflejan también una aceptación moderada por parte de los destinatarios de las tarjetas. Así, los obtenidos por *Visa* Internacional con sus tarjetas *Visa Cash* en los Juegos Olímpicos de Atlanta, en julio de 1996, permiten llegar a las mismas conclusiones que en el caso español: con 1.700.000 tarjetas distribuidas, tan sólo 200.000 (11,76 por 100) fueron activadas durante la celebración de los juegos, habiéndose realizado 12.000 transacciones diarias.

Entre los escasos datos estadísticos existentes sobre la situación de los distintos proyectos llevados a cabo a nivel europeo están los suministrados recientemente por el Banco Central Europeo (1999), referidos a los años 1996 y 1997 (cuadro 7.15). En él se confirma la ausencia, al menos hasta dicho año, de una respuesta suficiente de la demanda ante el despliegue de terminales y tarjetas realizado por las entidades bancarias de los distintos Estados miembros de la UE. De este modo, el número de operaciones que están más relacionadas con las compras de bienes y servicios, esto es, las de descarga del dinero almacenado en los monederos electrónicos, no llegaban a la unidad por tarjeta y año en la mayoría de los países considerados, siendo España, igual que ocurría con las modalidades de débito y crédito, uno de los países que presenta los niveles más bajos de utilización de estos instrumentos.

Es preciso recordar con relación a lo anterior que los monederos electrónicos van dirigidos a cubrir un segmento de mercado que incluye transacciones de muy pequeño valor, en concreto y para el caso español, para operaciones cuyo importe no sobrepasen las 4.000 pesetas (figura 7.9). Ello implica que tales instrumentos entran en competencia directa con el medio de pago por excelencia utilizado para la liquidación de tales importes, esto es, el efectivo.

CUADRO 7.15

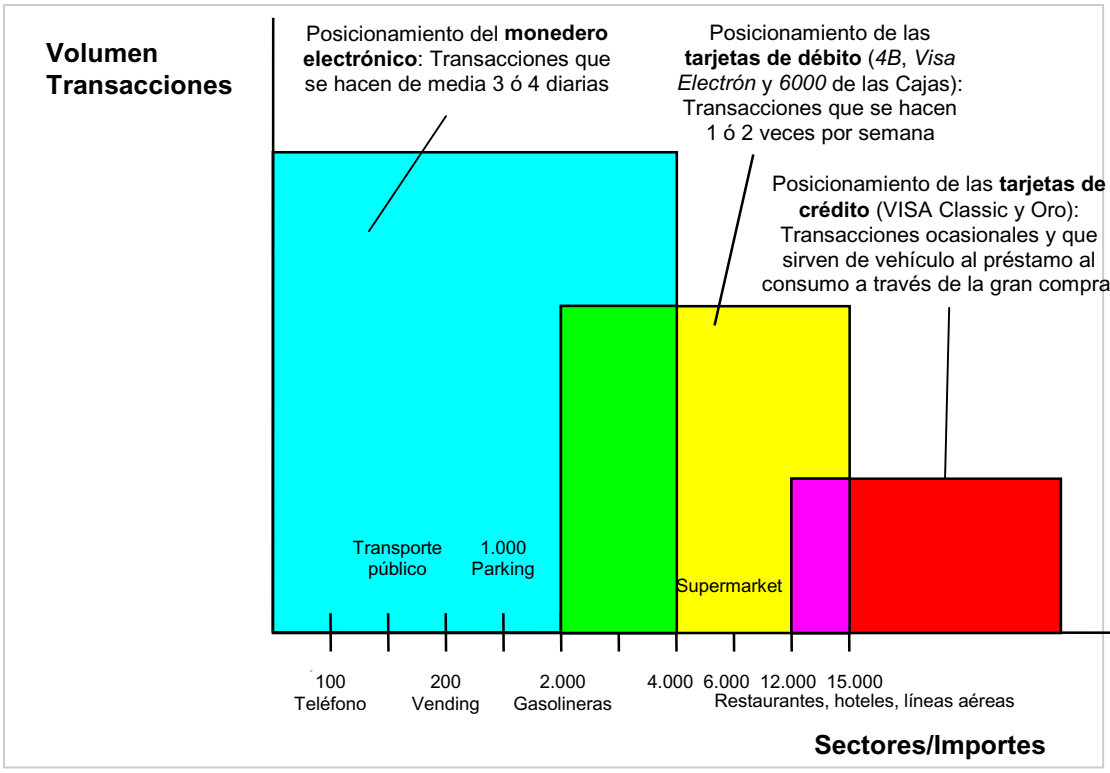
VOLUMEN DE CARGAS Y DESCARGAS POR TERMINALES Y TARJETAS MONEDERO, 1996 Y 1997 (EN UNIDADES)

Países	Número de cargas por terminal		Número de descargas por terminal		Número de cargas por tarjeta		Número de descargas por tarjeta	
	1996	1997	1996	1997	1996	1997	1996	1997
España	36	101	1	25	0,11	0,32	0,03	0,55
Dinamarca	50	s/d	1.516	1.042	0,00	s/d	9,38	s/d
Alemania	1.067	80	220	84	0,00	0,05	0,01	0,12
Bélgica	187	276	279	479	0,35	0,52	2,02	2,97
Italia	s/d	s/d	s/d	67	s/d	s/d	s/d	4,74
Austria	45	46	26	33	0,02	0,05	0,03	0,13
Portugal	102	133	112	93	2,60	1,78	20,85	15,4
Finlandia	300	13	752	57	0,03	0,14	3,20	0,41
Reino Unido	43	76	s/d	s/d	2,28	0,87	s/d	s/d

Fuente: ECB (1999). Elaboración propia.

FIGURA 7.9

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE TARJETAS BANCARIAS POR IMPORTE DE LAS TRANSACCIONES



Fuente: Urcelay y Moroy (1996, p. 22).

La pretensión de desplazar al dinero de curso legal en las transacciones más cotidianas (compra del periódico, pago de un taxi, pago de un café, etc.) tropieza con importantes obstáculos de carácter cultural y de hábitos de un público acostumbrado al uso de la tradicional "calderilla". A ello cabe añadir, que la capacidad de un instrumento de pago bancario para sustituir al dinero en efectivo debe pasar por su aptitud para acometer las funciones que tradicionalmente ha asumido este tradicional medio de pago (principalmente la de ser medio de pago generalmente aceptado y depósito de valor), así como de reunir algunas de sus características básicas, tales como su gratuidad, divisibilidad o el anonimato, característica esta última muy apreciada en países con alto grado de economía sumergida, como es el caso de España.

Con todo lo anterior, no parece existir actualmente en el ámbito mundial ningún proyecto de monedero electrónico que cumpla plenamente con los requisitos anteriores, a pesar de que todos ellos tienen como objetivo, como se ha dicho, la sustitución del efectivo para transacciones de pequeño importe. Únicamente existen proyectos aislados cuyo funcionamiento sugieren un cierta aproximación a aquellos.

De este modo, frente a la gratuidad del efectivo, la mayor parte de los proyectos de monederos electrónicos imponen, o tienen previsto imponer, cargas tanto sobre el titular como a los comercios donde son aceptadas estas tarjetas. Por otra parte, el sometimiento de la operativa del monedero electrónico a una obligada relación con entidades bancarias incumpliría con el requisito de general aceptación entre la población, por cuanto excluiría a los no clientes de dichas entidades del disfrute de aquellos instrumentos. Este es, sin embargo, el sistema seguido por la mayoría de proyectos desarrollados en Europa como, por ejemplo, el de Bélgica, Finlandia o España[16]. En lo que respecta al cumplimiento

[16] Una excepción lo constituye el ya citado programa de Dinamarca en el que la única limitación actual es la extensión de los puntos de venta en los que se pueden utilizar estos instrumentos. Además este sistema goza, al menos, de una gratuidad parcial para sus usuarios (sólo el proveedor de bienes y servicios debe de pagar una cuota anual de 1.250 dkr y 0,18 dkr por transacción) y de anonimato en las transacciones realizadas (Lafferty, 1997, p. 57).

de la función de depósito de valor, la imposibilidad por parte de quien recibe el "dinero electrónico" almacenado en estos instrumentos de utilizarlo de nuevo, sin necesidad de su previa conversión en dinero bancario, los hace un sustitutivo temporal más del efectivo o dinero bancario, no ofreciendo, de este modo, novedad alguna al conjunto de medios de cambio actualmente existentes. Sólo el proyecto *Mondex*, desarrollado en el Reino Unido, permite dicha transferencia de valor entre las partes en una transacción, pero no ofrece las mismas posibilidades de extender su uso, ni cumple con las características de gratuidad ni, al menos así se ha denunciado por las autoridades competentes del Reino Unido, de anonimato de las partes implicadas[17].

Cabe destacar aquí a un país, Dinamarca, que ha obtenido un relativo éxito (véase cuadro 7.15) en la difusión del uso de las tarjetas de prepago, pese a que no son recargables, sino que se desechan una vez liquidado el saldo almacenado, y quedan excluidas, pues, de lo que estrictamente se entiende por monedero electrónico[18]. Este sistema ofrece entre otras ventajas las siguientes:

[17] Si bien este el proyecto *Mondex* teóricamente cumple con las funciones del dinero (en la misma medida que lo cumple el dinero bancario), existen algunos factores que pueden limitar su capacidad de sustituir al efectivo. Nos referimos a aspectos tales como la posible falta de anonimato de las transacciones realizadas y el alto coste previsto para el usuario. Respecto al primer punto, si bien el sistema *Mondex* es presentado por sus operadores como un sistema que mantiene el anonimato de las transacciones, una investigación llevada a cabo por el Departamento de Estándares Comerciales y Salud Ambiental de *Bromley*, al sur de Londres, confirmó que el *chip* de la caja del comerciante en el sistema *Mondex* retenía las últimas 300 transacciones, así como el número de tarjeta, valor y día (*Privacy International*, 1996). Respecto al coste, la cuota anual propuesta por *Mondex* por el uso de estas tarjetas es mucho más elevada que la de los demás sistemas, lo cual dificulta, aún más, la competencia con un efectivo cuyo coste explícito para el comprador es nulo. Así, mientras, por ejemplo, la cuota anual del monedero electrónico de Portugal es de 1,70 ecus, el sistema *Mondex* tiene previsto una carga anual de 21 ecus, más 49 ecus por la billetera electrónica (Santos, 1996, p. 23).

[18] Esta peculiaridad del sistema danés, que en principio podría parecer signo de un desfase tecnológico en comparación a los sistemas desarrollados en otros países, no es más que el resultado de un ejercicio de racionalidad llevado a cabo por las entidades emisoras de tales tarjetas. Efectivamente, a pesar de contar con tecnología suficiente para dotar a sus tarjetas de *chip*s susceptibles de ser regrabados, las entidades financieras de este país han optado por las ventajas que les ofrecen las tarjetas desechables, sobre todo durante su difícil período de introducción en el mercado.

- Se elimina la necesidad de soportar los enormes costes que supone la transformación de toda la red de CA para que permitan recargar las tarjetas.

- La no necesidad de recargar las tarjetas y, por tanto, de identificar al portador que realiza tal operación. Ello ofrece ventajas importantes: por un lado, permite el acceso al sistema a una población más extensa, sin la limitación que supone en el desarrollo de estos instrumentos el requisito previo de ser cliente de una entidad bancaria; por otro lado, se reducen los obstáculos para la distribución de estas tarjetas en otros puntos de venta ajenos a las sucursales bancarias, tales como oficinas de correos, estaciones de tren, gasolineras, etc.

- Las tarjetas con *chip* se emiten en distinto soporte que las categorías tradicionales de crédito o débito. Ello facilita la difícil tarea de habituar a sus usuarios a diferenciar entre las distintas funciones desempeñadas y segmentos de mercados a los que van dirigidos cada una de ellas.

Los discretos resultados obtenidos hasta el momento por los diferentes proyectos de monedero electrónico puestos en funcionamiento, tanto en España como en otros países desarrollados, parecen haber desviado la atención hacia las cuestiones planteadas en los párrafos anteriores. En tal sentido apuntan, en el caso español, las declaraciones de los principales dirigentes de los distintos sistemas existentes. De este modo, el Consejero-Director General del Sistema *4B*, Alfonso De la Viuda (1997), señalaba que “La principal dificultad es que parece haber un conflicto de ideas acerca de cual será el papel a desempeñar por las tarjetas inteligentes. Éstas han sido presentadas como sustitutivos del efectivo pero no funcionan como tal. El efectivo cumple con un número de funciones: puede ser atesorado, puede ser contado y puede ser utilizado para pagar en cualquier lugar. Por el momento, los monederos electrónicos no cumplen con ninguna de estas funciones” (Lafferty, 1997, p. 94). Por su parte, el Director General Adjunto de la CECA, José Antonio Olavarrieta (1998, p. 19),

apuntaba que las principales barreras existentes para el desarrollo del monedero electrónico se pueden resumir en tres: "Primeramente, la carencia de una demanda real. Hasta el momento, se ha producido una imposición de las entidades financieras. Éstas han utilizado el dinero electrónico como un elemento de marketing, sin profundizar en las necesidades del cliente. En segundo lugar, se tiene que competir con el antiguo medio de pago. Los nuevos entrantes pueden contribuir favorablemente en la medida en que aporten cierto valor añadido al monedero electrónico, clave fundamental para poder llegar a la sustitución del efectivo. Existen, sin embargo, resistencias socio-culturales: propinas, dinero negro, etc. En tercer lugar, la falta de "interoperatividad"; esta favorecería la interconexión entre los diferentes proyectos que, recientemente, se han puesto en marcha". Otra declaración que apunta en igual sentido fue hecha por Daniel Shutzen, Vicepresidente y Director de Tecnología Avanzada de *Citibank*, en una entrevista concedida a la revista Banca y Finanza (1997, p. 47): "Los micropagos tendrán, según mi opinión, un desarrollo lento y poco cuantioso, si es que son necesarios, que yo creo que no lo son en absoluto".

A modo de síntesis, la escasa información disponible apunta a la inmadurez en la que se encontraban todos los proyectos de monedero electrónico que funcionaban en la UE durante 1997. Así, los datos manejados referidos a dicho año muestran un volumen de pagos por tarjeta y año que no supera las cinco operaciones en la mayoría de los países, siendo España, una vez más, uno de los que menor uso realiza de estos instrumentos. Entre las posibles razones existentes para justificar el lento desarrollo de este producto se encuentra su falta de aptitud para cumplir las funciones y para reunir las características más atractivas del medio de pago al que tratan de sustituir, esto es, el efectivo.

7.4. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DE SERVICIOS DE PAGO CON TARJETAS EN ESPAÑA

En líneas anteriores hemos analizado el nivel actual y evolución de la demanda de servicios de pago con tarjetas en nuestro país en relación con la del resto de países desarrollados de nuestro entorno, prestando una especial atención a la relación existente entre ese nivel de uso y el grado de dotación de los distintos elementos que conforman cada uno de los sistemas de pago con tarjetas domésticos. A continuación, profundizaremos en el conocimiento de las características que definen esa demanda, siguiendo un esquema similar al utilizado para estudiar la oferta. El objetivo es investigar en qué medida aquellos factores negativos relacionados con la oferta, que fueron identificados como posibles causantes del reducido nivel de utilización de las tarjetas en nuestro país, han quedado reflejados en las pautas de comportamiento y demás características de los consumidores españoles.

7.4.1. ALGUNAS CONSIDERACIONES GENERALES EN TORNO AL USUARIO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

No son abundantes los estudios que intentan constatar las diferencias existentes entre individuos respecto a los motivos finales que les inducen a ser o no usuarios de tarjetas. Por el contrario, la mayoría de ellos se han centrado únicamente en las diferencias sociodemográficas existentes entre unos y otros, coincidiendo todos, en buena medida, en las características generales que definen el perfil de los usuarios de tarjetas, de modo que éstos tienden a ser jóvenes, no sedentarios, de renta alta, más activos y con mayor nivel de educación que los no usuarios (Mashall y Heslop, 1988, pp. 31-32).

En dicha dirección apuntan los resultados obtenidos por Kinsey (1981), según los cuales entre los factores que inciden positivamente a la posesión y uso de las tarjetas de crédito se encuentran los siguientes[19]:

- Su uso se incrementa con la utilización de cuentas corrientes y de ahorro, a la vez que con los compromisos (deudas) financieros.

- Su posesión es más probable entre individuos casados, jóvenes, con ocupaciones profesionales, técnicos u oficinistas.

- Viviendo en pequeñas ciudades de menos de 5.000 habitantes decrece la posibilidad de posesión.

- El mantener una renta por encima de 30.000 $/año explica más que ninguna otra variable la tenencia de este instrumento.

Los resultados de otros trabajos realizados en EE.UU., como los de Plummer (1971) y Mathews y Slocum (1969 y 1970), no contradicen las características anteriores. Igualmente, los diversos estudios manejados en el presente apartado para el caso español (IBM 1992; Ballina y otros, 1993; CECA, 1993; Rodríguez y Frías, 1997; Ruiz, 1997) coinciden en esencia respecto a la definición del perfil de un usuario típico de tarjetas de pago bancarias, poniéndose de manifiesto que el nivel de utilización de éstas se encuentra directamente relacionado con el posicionamiento social del individuo (mayor estatus y preparación) e inversamente con la edad. Las características que lo definen, independientemente de la modalidad de tarjeta utilizada (salvo en el caso de la edad), pueden resumirse, en líneas generales, en las siguientes:

[19] Kinsey (1981), suministra información sobre los determinantes de la tenencia de una cuenta de tarjetas de crédito realizando una encuesta a 1.330 titulares de Minnesota.

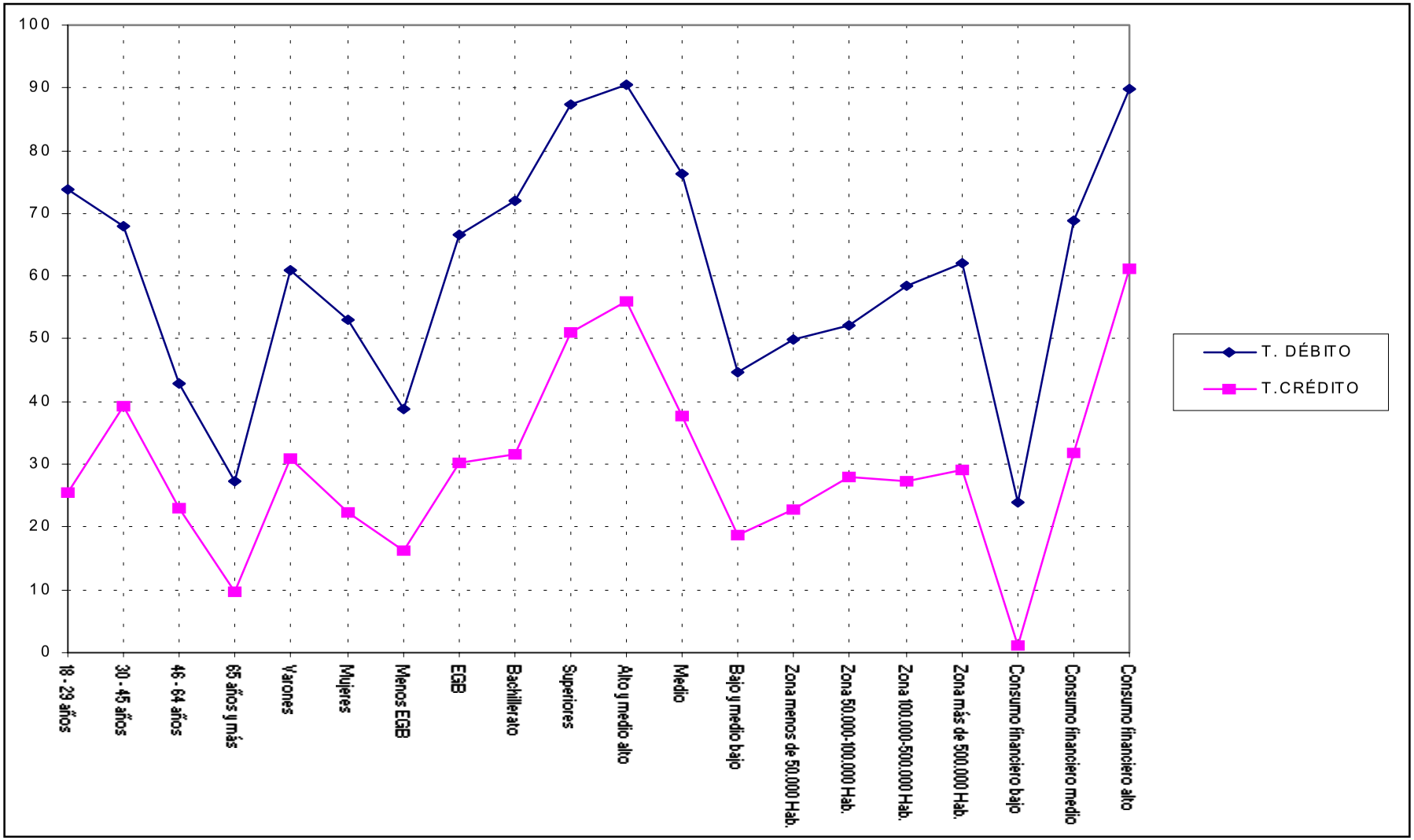
- Estado civil: casado.
- Sexo: varón.
- Estatus socioeconómico: alto-medio.
- Grado de consumo financiero: alto
- Hábitat: más de 500.000 habitantes.
- Nivel de estudios: superiores.
- Edad: comprendida entre los 18-29 años, en el caso de las tarjetas de débito, y entre 30-45 años, en las de crédito.

Pese a que el anterior se puede considerar como el perfil que más frecuentan los usuarios de tarjetas de pago bancarias, la intensidad con la que las características que lo definen se presentan en sus distintas modalidades difieren considerablemente entre sí (figura 7.10). De este modo, las de débito gozan de una mayor "popularidad", en el sentido de existir una mayor probabilidad de uso con independencia de las características sociodemográficas del individuo (excepto en la edad). Por su parte, el perfil del usuario de tarjetas de crédito está muy marcado entre los segmentos de población más desarrollados social y culturalmente.

Un aspecto que es importante destacar en torno al perfil de los usuarios de tarjetas de pago es la diferencia que, de acuerdo con diversos estudios, existe en el grado de posesión y de utilización de las tarjetas en función del sexo de las personas consideradas, siendo ambas variables, generalmente, mayores en el caso de los varones. Así, la mayoría de los trabajos consultados (Plummer, 1971, p. 37; IBM, 1992, pp. 104-113; CECA, 1993, pp. 39, 69 y 71; Lindsey, 1994, p. 40) apuntan en la misma dirección, señalando al sexo de las personas como una de las variables sociodemográficas relevantes a la hora de determinar la probabilidad de posesión/utilización de las tarjetas.

FIGURA 7.10

PERFIL DE LOS USUARIOS DE TARJETAS BANCARIAS DE CRÉDITO Y DÉBITO

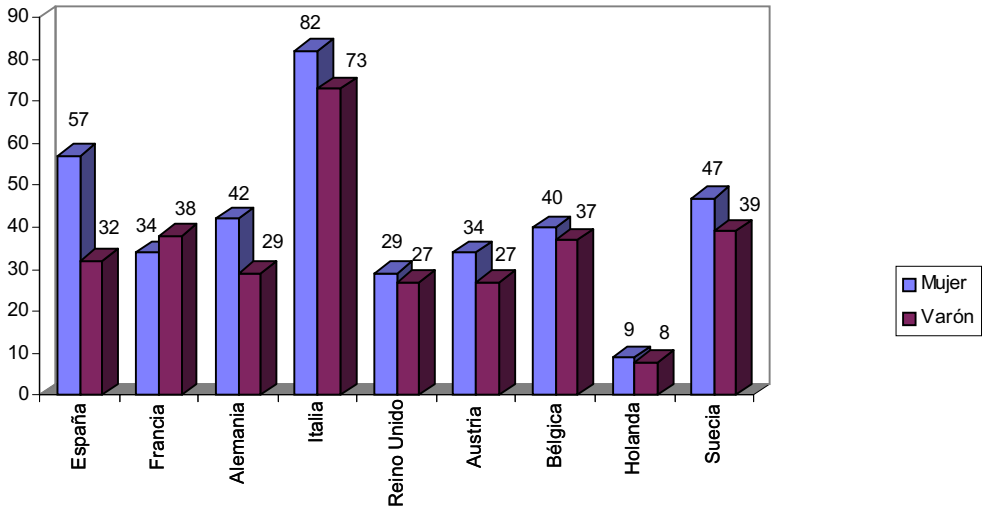


Fuente: IBM (1992). Elaboración propia.

Si bien ésta es una característica que está presente en la mayor parte de los países de nuestro entorno, parece encontrarse más acentuada en el nuestro. Efectivamente, con un 57 por 100 de mujeres españolas que no poseían ninguna tarjeta frente a sólo un 32 por 100 en el caso de los hombres, España se presenta, de acuerdo con el estudio realizado por *Visa* Internacional en 1996, como el país comunitario donde la diferencia entre sexos es mayor en lo que se refiere al nivel de posesión de dichos instrumentos (figura 7.11).

FIGURA 7.11

PERSONAS QUE DICEN NO POSEER NINGÚN TIPO DE TARJETAS EN DISTINTOS PAÍSES DE EUROPA EN FUNCIÓN DEL SEXO, 1996 (EN PORCENTAJES)



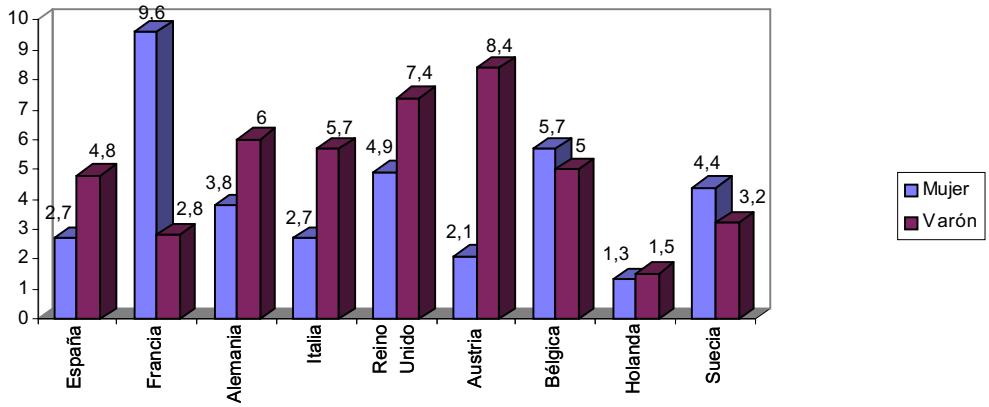
Base**:** Todos los encuestados (5.128 personas).
Fuente: *Visa International* (1996).

El citado estudio de *Visa* Internacional sugiere que la variable sexo también incide sobre el nivel de utilización de las tarjetas y en el gasto medio mensual llevado a cabo con este instrumento. De este modo, salvo en tres países (Francia, Bélgica y Suecia), la frecuencia con la que se utilizaban las

tarjetas era mayor entre los hombres que entre las mujeres, siendo, en el caso concreto de España, un 77 por 100 superior[20] (figura 7.12).

FIGURA 7.12

USO MEDIO MENSUAL DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO EN FUNCIÓN DEL SEXO, 1996 (NÚMERO DE OPERACIONES MENSUALES)



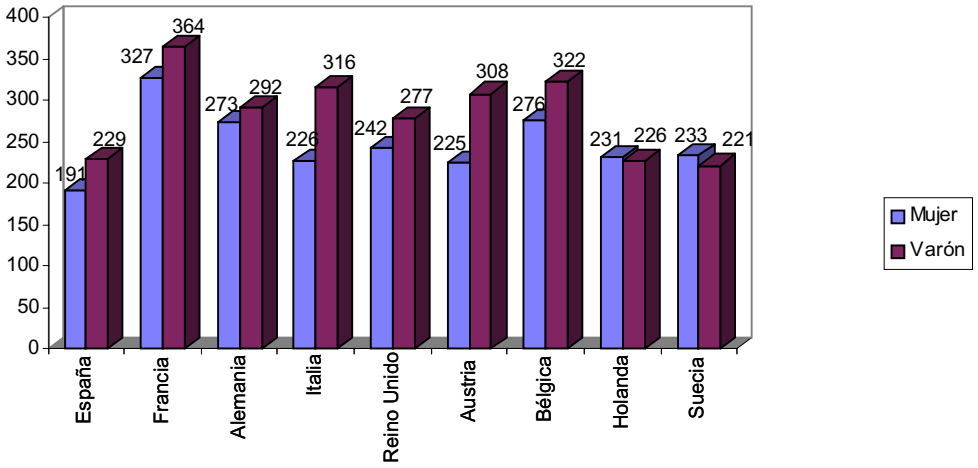
Base: Todos los poseedores de tarjetas de crédito.
Fuente: *Visa International* (1996).

A esa menor frecuencia de uso de la tarjeta por parte del sexo femenino se añade, como se ha dicho, el menor importe implicado en el conjunto de transacciones mensuales realizadas, tal y como puede observarse en la figura 7.13, con las excepciones de Holanda y Suecia. Las mujeres españolas, con 191 libras al mes, presentan el menor nivel de gasto de entre las pertenecientes a cada uno de los países considerados.

[20] En un informe elaborado por la Cámara de Comercio e Industria de Madrid se ponía de manifiesto que sólo el 49 por 100 de las amas de casa utilizaban las tarjetas para la realización de compras (véase Diario 16 de 9/10/95).

FIGURA 7.13

GASTO MENSUAL MEDIO CON TARJETA EN FUNCIÓN DEL SEXO, 1996 (EN LIBRAS)



Base: Todos los poseedores de tarjetas
Fuente: *Visa International* (1996).

En definitiva, de los datos anteriores se deduce que, en lo que se refiere al comportamiento frente a las tarjetas bancarias, el sexo femenino se diferencia del masculino por tener un menor grado de posesión y de frecuencia de uso de estos instrumentos, además de realizar un gasto mensual medio inferior. Como se puede observar, estas características, aunque bastante más acentuadas en el caso español, están presentes en la mayoría de los países analizados. De acuerdo con lo anterior, es importante conocer quién es el responsable de la compra en los hogares españoles y en el resto de países europeos. La respuesta es que algunos estudios han destacado que la actividad de compra está más asignada a la mujer en España que en otros países (cuadro 7.16).

Esta importante presencia de la mujer en la realización de compras para el hogar en nuestro país ha sido corroborada por diversos estudios. De este modo, la CECA (1993, pp. 53 y 59) constataba que la persona encargada de las compras en “alimentación” en los hogares españoles era, en el 80,8 por100 de las ocasiones, la ama de casa, frente a tan sólo un 11,9 por 100 en el caso

CUADRO 7.16

RESPONSABLES DE COMPRAS DEL HOGAR EN DIVERSOS PAÍSES, 1994 (EN PORCENTAJES)

Países	Siempre o habitualmente las mujeres	Ambos a la vez	Siempre o habitualmente los hombres	Una tercera persona
España	68	28	3	1
Alemania	48	44	7	1
Australia	59	31	9	1
Austria	53	38	8	1
Canadá	46	44	10	0
EE.UU	49	44	7	0
Hungría	50	36	13	2
Italia	57	37	6	1
Noruega	40	50	10	0
Países Bajos	57	34	8	2
Reino Unido	43	53	5	0
República Checa	64	30	6	1
República Eslovaca	42	43	9	6
Rusia	59	32	6	3

Fuente: *International Social Survey Programme* (1994), tomado de Redondo (1998, p. 23).

del cabeza de familia. Estos porcentajes descendían hasta el 54,3 y 12,8 por 100, respectivamente, cuando se consideraba la compra de "vestido y calzado". Según un estudio llevado a cabo por Redondo (1998, p. 24), en el que se encuestaron a 13.345 personas, en torno al 30 por 100 de los hombres no realizaban nunca o sólo ocasionalmente la compra en el hogar, frente a tan sólo un 8,3 por 100 en el caso de las mujeres.

De acuerdo con lo dicho en párrafos anteriores, esta característica cultural española, como es la mayor participación de las amas de casa en la compra familiar en relación con los países de nuestro entorno, puede haber incidido negativamente en el nivel de uso de las tarjetas como instrumentos de pago en el punto de venta. De hecho, este factor ha sido apuntado por el sector de la distribución comercial como uno de los principales problemas a la hora de difundir el uso de estos instrumentos (Nixdorf, 1988, p. 56).

A pesar de que los factores sociodemográficos parecen ser útiles a la hora de predecir el uso de los sistemas de tarjetas, ha habido estudios que se han centrado en el conocimiento de los motivos finales que permiten comprender por qué un individuo llega finalmente a utilizarlos, siendo aquellos, al contrario que las variables sociodemográficas, susceptibles de ser modificados al objeto de poder influir en el comportamiento de los no usuarios. Tales son los llevados a cabo por Marshall y Heslop (1988) en Canadá para estudiar los determinantes del uso de CA. Estos autores descubrieron que las variables más relevantes a la hora de explicar la aceptación por parte de un individuo del uso de los CA no eran las de tipo demográfico, sino otras referidas a la actitud general del consumidor ante el acto de compra. En concreto, demostraron que aquellos individuos que buscan en el acto de compra la conveniencia (facilidad, rapidez, etc.) son los que adoptan en mayor medida el uso de los CA, mientras que aquellos que valoran más el carácter lúdico en dicho acto son los que en menor medida los aceptan. Igualmente, los individuos que mostraban actitudes favorables ante las innovaciones tecnológicas aceptaban en mayor medida los CA que aquellos que presentaban una actitud reacia ante las nuevas tecnologías. Estos factores explicaban mejor que cualquier otro el uso final por parte del individuo de los CA.

Los anteriores resultados son interesantes para explicar algunos rasgos diferenciales del mercado español de tarjetas bancarias con relación a los del resto de países, ya que, por su situación geográfica, nuestro país se encuentra inmerso en lo que se ha dado en llamar “cultura mediterránea” y, por tanto, comparte los rasgos diferenciales de ésta frente a las demás. De hecho, de acuerdo con la información suministrada en párrafos anteriores, los menores niveles de utilización de CA y TPV en la UE corresponden a países de este área. Ello no parece ser sólo una coincidencia, sino que esta actitud reacia ante la realización de transacciones de manera impersonal parece haberse manifestado también en otras áreas no financieras. De esta forma, de acuerdo

con la Dirección General de Comercio Interior (1995, pp. 20 y 25), el nivel más bajo de penetración de la venta por correo en 1992, entre un total de diez países europeos considerados, correspondía a Italia, al que le seguía el alcanzado por España. Sin embargo, llama la atención que cuando se considera el nivel de gasto per cápita a través del sistema de venta domiciliaria, en la que existe una estrecha relación entre vendedor y cliente, España e Italia se sitúen en un segundo y quinto puesto en el *ranking* de países con mayores niveles de gasto. Si consideramos los datos sobre los niveles de penetración de Internet entre la población (OCDE Secretariat, 1998), medido como el porcentaje de población adulta con acceso a estos canales de comunicación, nos encontramos con que los menores niveles se vuelven a presentar en España e Italia y, en este caso, en Francia, entre un total de 13 países desarrollados.

De lo anterior parece deducirse que dichos países comparten ciertas actitudes semejantes ante determinadas situaciones, como es, en nuestro caso, el uso de canales de venta a distancia. Antes de proseguir, cabría plantearse si existen estudios empíricos de carácter sociológico que constaten este hecho y conocer, en caso afirmativo, cuáles son esos rasgos diferenciales y cómo pueden influir en el uso de las tarjetas de pago. Algunos de los trabajos más amplios y discutidos al respecto son los realizados por Hofstede (1991). Se basan en un cuestionario administrado a 160.000 empleados de IBM -denominado Hermes en su trabajo- a través de 60 países. En él se puso de manifiesto la existencia de cuatro dimensiones, medidas a través de otros tantos índices, que estaban correlacionadas sólo con la nacionalidad de los individuos (cuadro 7.17).

Tal y como se observa en el cuadro 7.17, en todos los índices calculados existe una proximidad entre los valores correspondientes a la mayoría de los países que conforman el área mediterránea (sombreados), lo

CUADRO 7.17

DIFERENCIAS CULTURALES ENTRE PAÍSES EUROPEOS: VALORES DE ÍNDICES DE HOFSTEDE

Índice de masculinidad		Índice de evitación de incertidumbre		Índice de individualismo		Índice de distancia de poder	
Austria	79	Grecia	112	Gran Bretaña	89	Francia	68
Italia	70	Portugal	104	Holanda	80	Bélgica	65
Suiza	70	Bélgica	94	Italia	76	Portugal	63
Irlanda	68	Francia	86	Bélgica	75	Grecia	60
G.Bretaña	66	España	86	Dinamarca	74	España	57
RF. Alemania	66	Italia	75	Suecia	71	Italia	54
Grecia	57	Austria	70	Francia	71	Holanda	38
Bélgica	54	RF. Alemania	65	Irlanda	70	RF. Alemania	35
Francia	43	Finlandia	59	Noruega	69	Gran Bretaña	35
España	42	Suiza	58	Suiza	68	Suiza	34
Portugal	31	Holanda	53	RF. Alemania	67	Finlandia	33
Finlandia	26	Noruega	50	Finlandia	63	Noruega	31
Dinamarca	16	Gran Bretaña	35	Austria	55	Suecia	31
Holanda	14	Irlanda	35	España	51	Irlanda	28
Noruega	8	Suecia	29	Grecia	35	Dinamarca	18
Suecia	5	Dinamarca	23	Portugal	27	Austria	13

Distancia de poder: Se refiere al grado en que los miembros de una sociedad, los menos y más poderosos, aceptan que el poder está distribuido desigualmente.

Evitación de la Incertidumbre: Guarda relación con el grado en el que los individuos se sienten tan amenazados por situaciones de ambigüedad que crean creencias e instituciones que intentan evitar dicha incertidumbre.

Individualismo**:** Es un término relativo al grado en el que las personas creen que su principal preocupación en la vida es el bienestar de ellos mismos y de su familia inmediata, en oposición a una orientación hacia agrupaciones más amplias con responsabilidades más extendidas y una red más amplia de lealtad y apoyo.

Masculinidad**:** Este índice mide el grado en que se da prioridad al logro mediante valores como el éxito visible, el dinero y las posesiones sobre otros más humanitarios como el cuidado y el compartir.

Fuente: Hofstede (1991, pp. 26, 53, 84 y 113). Elaboración propia.

cual permite afirmar que, si bien no se tratan de culturas idénticas, sí existe semejanza respecto a la intensidad con la que los distintos valores culturales objetos de medición se presentan entre ellos. Entre las características culturales compartidas por dichos países nos interesa destacar dos: en primer lugar, el elevado valor del denominado "Índice de evitación de incertidumbre" nos indica que existe una elevada tendencia, en relación con el resto de países, a evitar situaciones de incertidumbre, lo que puede conllevar actitudes reacias hacia la aceptación de cualquier novedad o innovación, como por ejemplo, las acontecidas en los sistemas de pago durante las últimas décadas; por otro lado, el bajo nivel del "Índice de individualismo" pone de manifiesto una preferencia en estos países por las relaciones con el grupo (Hofstede,

1991, pp. 125 y 134). De acuerdo con ello, se deduce que el carácter mediterráneo difícilmente puede congeniar con una fácil aceptación de la prestación de servicios de pago a través de CA y TPV, en los que se sustituye el trato humano por el de unos "fríos" sistemas electrónicos, situación agravada por la inexistencia en estos países de un marco legal apropiado que garantice el buen fin de las transacciones realizadas a través de estos canales.

A modo de síntesis, si bien el perfil sociodemográfico del titular español de tarjetas no difiere en esencia del que corresponde a los usuarios de otros países, sí parecen existir características socioculturales, tales como la mayor participación del sexo femenino en la compra familiar, una preferencia por el trato personal o la evitación de cualquier fuente de incertidumbre, que pueden haber influido negativamente en el nivel de utilización de las tarjetas bancarias en nuestros mercados.

7.4.2. RESPUESTA DE LA DEMANDA ANTE LA AUSENCIA DE COBERTURA LEGAL

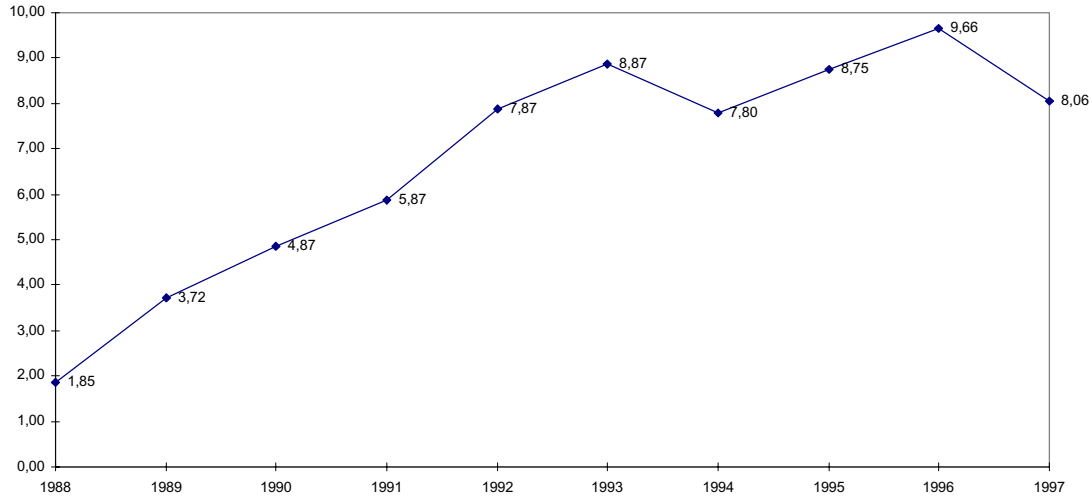
En el primer capítulo se ha subrayado que uno de los principales motivos que animaba a la sustitución del efectivo por otros instrumentos de pago era el riesgo que llevaba aparejado el uso del primero para la liquidación de transacciones -por motivos de robo, pérdida o atraco-, riesgo que se acrecentaba a medida que lo hacía el importe manejado por el individuo. Mediante la utilización de instrumentos de pago distintos del efectivo se reducen los citados riesgos, debido a que se desliga el valor monetario del propio instrumento de pago. Sin embargo, la indefensión del titular de tarjetas, derivada de la inexistencia de una regulación específica y, en algunos casos, tal y como se ha visto en el capítulo anterior, del incumplimiento por las entidades emisoras de los preceptos contenidos en la Recomendación 88/590/CEE (Comisión Europea, 1988), ha debido, al menos, de haber menguado el atractivo de este instrumento de pago frente al efectivo.

¿Cómo ha reaccionado la demanda ante esta situación? El importante crecimiento del número de denuncias presentadas por los titulares de tarjetas de pago bancarias ante el Servicio de Reclamaciones del Banco España en los últimos años puede no ser más que el reflejo de dicha situación.

Tal y como se observa en la figura 7.14, el porcentaje que representa el número de denuncias por tarjeta respecto al total presentadas ante el Servicio de Reclamaciones del Banco de España ha pasado del 1,85 por 100 en 1988 a un 8,06 por 100 en 1997, llegando a alcanzar su máximo valor en 1996, con un porcentaje que representaba en torno al 10 por 100 del total[21].

FIGURA 7.14

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE RECLAMACIONES PRESENTADAS ANTE EL SERVICIO DE RECLAMACIONES DEL BANCO DE ESPAÑA POR TITULARES DE TARJETAS BANCARIAS, 1988-1997 (PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE RECLAMACIONES)



Fuente: Servicio de Reclamaciones del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

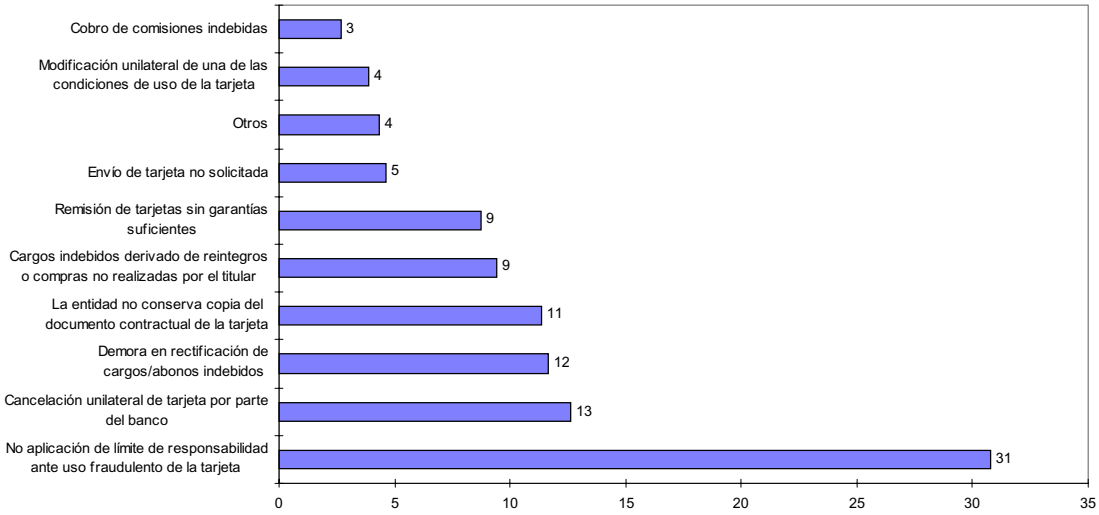
Las denuncias presentadas ante el citado Servicio de Reclamaciones durante el período 1988-1997 por parte de los titulares de tarjetas ascendían a 1.583, de las cuales en torno a unas 400 dieron lugar a informes a favor de los

[21] El período analizado es 1988-1997, coincidiendo con los años que lleva funcionando este Servicio.

reclamantes. Estas últimas se distribuían, de acuerdo con las materias objetos de denuncias, de la forma que aparece en la figura 7.15, apreciándose, tal y como se ha visto en el capítulo anterior, que es la no aplicabilidad por parte de las entidades bancarias españolas de los límites de responsabilidad en caso de uso fraudulento de la tarjeta la materia que genera la mayor proporción de informes favorables al cliente[22].

FIGURA 7.15

RESUMEN DE INFORMES FAVORABLES A LOS TITULARES DE TARJETAS POR MATERIA DE DENUNCIA EN EL PERÍODO 1988-1997 (PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL)



Fuente: Servicio de Reclamaciones del Banco de España, varios años. Elaboración propia.

Cabría preguntarse, finalmente, si realmente existen indicios de que el titular español de tarjetas, en general, se siente inseguro cuando utiliza estos instrumentos. Los resultados de algunos estudios apuntan en sentido afirmativo a esta cuestión. De este modo, según el realizado por IBM (1992, pp. 103, 106 y 115) el principal inconveniente -citado por el 23 por 100 de los

[22] Cabe apuntar al respecto, que de acuerdo con la *Card Protection Plan*, compañía especializada en servicios de protección del dinero de plástico, durante 1997 se notificaron más de 25.000 avisos mensuales de pérdidas de tarjetas, de los que una tercera parte se debieron al robo de este instrumento a su titular (Dirección General de Comercio Interior, 1998a, p. 62).

usuarios- asociado al uso de las tarjetas de débito era la "inseguridad/peligro de atraco". Otro relacionado con el anterior se refería a la "pérdida de tarjeta", nombrado como inconveniente principal por el 8 por 100 de los encuestados. Cabe señalar, además, que entre los no usuarios de estos instrumentos, el 13 por 100 aludía como principal motivo el "miedo a la inseguridad". En el caso de las tarjetas de crédito el motivo "pérdida o robo de la tarjeta" era el tercero más nombrado tras ser citado por el 11 por 100 de los encuestados. Los resultados obtenidos por otros estudios más recientes, como el realizado por DBK en 1997[23], apuntan en la misma dirección al destacar que entre los inconvenientes más señalados por los usuarios de tarjetas de pago se encuentra la falta de seguridad ante la pérdida o robo de la tarjeta[24].

7.4.3. GRADO DE CONOCIMIENTO DE LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS Y DE SUS FUNCIONES POR LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

La fuerte competencia en el sector bancario ha obligado a las distintas entidades a ofrecer una amplia diversidad de productos/servicios cuya comprensión por el usuario no siempre resulta fácil. Esta dificultad aumenta cuando un producto determinado, como la tarjeta bancaria, no se ofrece de una manera estándar, sino que su contenido varía en función de la modalidad de que se trate (débito, crédito o monedero), entidad que la emita y red a la que ésta última pertenezca. Cabe señalar, además, que la actitud activa que el titular de tarjetas desempeña en el momento de utilizar este servicio requiere el

[23] Estudio *Customer* de DBK: "La demanda de las tarjetas de pago". Algunos de sus resultados principales fueron hechos públicos y pueden consultarse en los principales diarios nacionales, como El País Dominical, de 20/7/97, y El País, de 10/7/97.

[24] Estos temores de los clientes a sentirse indefensos en caso de robo o pérdida de sus tarjetas ha dado lugar a la entrada en el mercado español de compañías, como la *Card Protection Plan*, que tratan de cubrir dicha necesidad, ofreciendo a sus clientes seguros que, por unas 1.600 pesetas anuales protegen contra cualquier uso fraudulento de las tarjetas, incluso 24 horas antes de que el usuario llame a la compañía, cubriendo un total de hasta 200.000 pesetas.

suministro de una mayor información que en el caso de otros instrumentos de pago (Erquicia, 1995, p. 158)[25].

De acuerdo con lo anterior, a continuación se analizan, haciendo uso de los escasos estudios disponibles, distintos aspectos relacionados con el nivel de conocimiento del consumidor español sobre las tarjetas bancarias, esto es, del producto en un sentido genérico, de sus distintas modalidades y de las funciones asociadas a cada una de ellas, así como de las condiciones económicas en las que se ofertan tales servicios.

La primera cuestión que se plantea es si nos encontramos ante un producto suficientemente conocido por los consumidores españoles. A este respecto cabe señalar que el grado de conocimiento de los productos genéricos "tarjeta de crédito" y "tarjeta de débito" era, a principio de los noventa, superior al que correspondía a la mayor parte de los productos ofertados por las entidades bancarias. Así se pone de manifiesto en la información suministrada en el cuadro 7.18, según la cual ambos tipos de tarjeta -débito y crédito- se encontraban a principios de los noventa entre los seis productos más conocidos, tanto de forma sugerida como espontánea, por los usuarios de servicios bancarios españoles de entre los 23 considerados, destacando las de débito con un grado de conocimiento equivalente al que poseía el tradicional cobro de nóminas (81,2 por 100) y sólo mínimamente superado, dentro del segmento de servicios de pago, por el correspondiente a las domiciliaciones bancarias (84,5 por 100).

[25] Efectivamente, tal y como apunta Erquicia (1995, p. 158), los diversos productos/servicios contenidos en el catálogo comercial de las entidades financieras requieren diferentes características en lo que se refiere a la actitud de los consumidores respecto a sus respectivos usos. Así, centrándonos en el segmento de servicios de pago, ante las domiciliaciones o los abonos automáticos en cuenta el usuario suele tomar una actitud pasiva. Sin embargo, aquellos que son utilizados directamente por el propio cliente, tales como las tarjetas bancarias, necesitan de una actitud activa por parte de aquél. En este último caso, pues, la calidad de la

CUADRO 7.18

GRADO DE CONOCIMIENTO, UTILIZACIÓN Y UTILIDAD MEDIA PERCIBIDA POR LOS USUARIOS DE SERVICIOS BANCARIOS, 1992

Producto/Servicio (Base: 1.528 = 100%)	Conocimiento sugerido (en porcentaje)	Conocimiento espontáneo (en porcentaje)	Total conocimiento (espont.+suger.) (en porcentaje)	Posesión (en porcentaje)	Utilidad (media escala 1-4)
Libretas de ahorro	36,7	55,4	92,1	78,8	3,45
Cuenta Corriente	33,8	54,0	87,8	67,4	3,46
Domiciliación recibos	40,9	43,6	84,5	68,5	3,56
Cobro nóminas	48,7	32,5	81,2	57,4	3,44
Tarjetas débito	41,5	39,7	81,2	56,9	3,19
Tarjetas crédito	35,9	24,3	60,2	26,7	2,89
Transferencias	42,5	12,1	54,6	24,1	2,89
Préstamos hipotecario	24,0	22,5	46,5	11,2	2,84
Préstamos consumo	18,3	26,8	45,1	9,8	2,79
Imposición plazo fijo	32,9	10,7	43,6	12,5	2,65
Planes de pensiones	27,3	6,6	33,9	4,2	2,63
Planes de jubilación	25,4	6,8	32,2	4,0	2,66
Cheques gasolina	27,1	3,3	30,4	6,4	2,43
C. ahorro-vivienda	21,9	5,1	27,0	3,8	2,69
Cheques viaje	21,9	2,0	23,9	3,3	2,39
Cambio divisas	21,3	2,4	23,7	5,6	2,39
Asesoría fiscal/econ.	19,5	3,2	22,7	2,8	2,56
Compra/venta acciones	18,5	3,7	22,2	4,1	2,35
Contratación seguros	17,8	3,6	21,4	3,8	2,47
Consulta/gestión telef.	17,6	2,1	19,7	5,5	2.52
Compra/venta deuda pub.	12,3	2,1	14,4	2,2	2,25
Fondos invers. colectiv.	6,8	1,5	8,3	0,9	2,29
Otros	42,2	7,3	49,5	2,3	1,98

Fuente: IBM (1992, pp. 94, 95 y 100). Elaboración propia.

La masiva emisión de tarjetas, la publicidad pasiva que supone el mantener la densa red de CA y TPV distribuidas en las principales calles de nuestras ciudades y el hecho de ser uno de los pocos instrumentos bancarios que, introducido en sus “carteras”, acompañan a los usuarios durante gran parte del día son características diferenciales de las tarjetas respecto al resto de productos bancarios que han debido contribuir, en gran medida, a mentalizar a los consumidores de su existencia.

información suministrada respecto a las funciones desempeñadas por tales instrumentos puede ser determinante en su elección y en el provecho de sus cualidades.

Profundizando más en el nivel de conocimiento de estos productos, es interesante el trabajo realizado por Ballina y otros (1993) donde, tras realizar un análisis grupal de las principales marcas de tarjetas con base en los atributos percibidos por las personas entrevistadas -"público en general", no sólo usuarios de servicios bancarios-, se llega a la conclusión de que aquellos sólo distinguen claramente tres grupos: uno formado por las tarjetas *T&E* (tipo *American Express*) y modalidades "Oro" (tipo *Visa* Oro); otro grupo formado por las tarjetas comerciales (tipo Cortefiel o Corte Inglés); y un tercer grupo donde se agrupan tanto las tarjetas bancarias de débito como de crédito (por ejemplo, la de crédito *Visa Clasic* y la de débito *4B*). En definitiva, de acuerdo con las conclusiones del citado estudio, el público, basándose en los atributos que percibe, habría posicionado el conjunto de tarjetas de forma distinta a como se presenta en las clasificaciones tradicionales, sin distinguir claramente entre aquellas que cumplen con funciones estrictamente de débito de las que suponen una vía crediticia alternativa para sus titulares, es decir, las que incluyen funciones de crédito.

El análisis de las principales ventajas e inconvenientes que los respectivos usuarios de tarjetas de débito y de crédito encuentran en el uso de estos instrumentos permite matizar los resultados comentados en el párrafo anterior (cuadro 7.19).

De acuerdo con la información contenida en el cuadro 7.19, puede afirmarse que las dos modalidades de tarjetas estudiadas son concebidas por sus usuarios como instrumentos que cumplen finalidades distintas. De este modo, la gran mayoría de los usuarios de tarjetas de débito parecen coincidir a la hora de concebirlas como "medios cómodos de acceso al efectivo" y no como sustitutivos de éste. Ello se deduce del hecho de que las principales razones argumentadas en favor y en contra de su uso guardan una estrecha relación con la disposición de efectivo en CA ("disponibilidad de dinero a

CUADRO 7.19

PRINCIPALES VENTAJAS E INCONVENIENTES PERCIBIDOS POR LOS USUARIOS DE TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO, 1992 (EN PORCENTAJES)

	VENTAJAS	%	INCONVENIENTES	%
	Disponibilidad de dinero a cualquier hora y día	61,6	Inseguridad/peligro atraco	22,9
	Rapidez y ahorro tiempo	21,3	Mal funcionamiento/fuera de servicio	12,8
TARJETAS	Comodidad	10,6	Pérdida tarjeta	8,1
DE	No llevar dinero encima	6,3	Te hace gastar más	6,7
DÉBITO	Disponer de dinero en cualquier lugar	2,9	Los cajeros se quedan sin dinero	4,2
(Base=870)	Telecompra	0,9	Hay un límite tope para sacar dinero	2,1
	Facilidad de depósito y otras operaciones	0,7	Comisiones	2
	Ninguna	3,7	Manejo complicado	1,9
	NS/NC	7,8	Otros	9,3
			Ninguno	28,7
			NS/NC	1,3
	VENTAJAS	**%**	**INCONVENIENTES**	**%**
	Obtener dinero anticipado	26	Predisposición al gasto	22,7
	Poder ir sin dinero	18,6	Cobro de comisiones e intereses	13,3
TARJETAS	Comodidad en las compras	8,6	Pérdida o robo de la tarjeta	11
DE	Comodidad en general	8,6	Otros	3,9
CRÉDITO	Disponer de dinero en cualquier momento	6	Ninguna	29,9
(Base:408)	Comodidad para uso en viajes y extranjero	2,9	NS/NC	21
	Otras	3,2		
	Ninguna	12,7		
	NS/NC	16,5		

Fuente: IBM (1992, pp. 106 y 115). Elaboración propia.

cualquier hora y día", "rapidez y ahorro de tiempo", "inseguridad/peligro de atraco", "mal funcionamiento/fuera de servicio") y prácticamente nula con el resto de operaciones (sólo el 0,7 por 100 reconocía la ventaja de "realizar depósitos y otras operaciones")[26]. En lo que se refiere a la imagen percibida de las tarjetas de crédito por parte de sus usuarios, se presenta bastante distinta a la anterior, detectándose que las principales ventajas e inconvenientes aludidos giran en torno a funciones relacionadas con la posibilidad de acceso

[26] De nuevo aparecen signos concretos que apuntan a que el éxito de la tarjeta de débito no se debe tanto a la sustitución del efectivo (razón de ser de todo instrumento de pago) como a la de ser la principal llave de acceso a los sustitutos (CA) de las "ventanillas" de las sucursales bancarias en las operaciones de reintegros.

al crédito (“obtener dinero anticipado”, “predisposición al gasto”, “cobro de comisiones e intereses”) y a la sustitución del efectivo en las compras de bienes y servicios (“comodidad en las compras”, “poder ir sin dinero”).

Además de las anteriores, existen otras diferencias importantes entre ambas modalidades de tarjetas. En este sentido, Erquicia (1995, pp. 121-127) ratifica la hipótesis según la cual las distribuciones porcentuales de uso, por sector de actividad, de las tarjetas de débito y “no débito” son estadísticamente independientes, llegando a la conclusión de que “... los titulares de tarjetas, realizan una estructura de usos de <<débito>> y <<no débito>> de contenido diferente, lo que obliga a separar estos conceptos en la configuración funcional del perfil (de usos)”. Este autor señala, además, la existencia de diferencias respecto a los importes de las operaciones realizadas con cada una de dichas modalidades, de forma que, en términos medios, con las tarjetas de “no débito” se gasta algo más del 10 por 100 que con las de débito; por sectores de actividad las mayores diferencias en los importes medios de las operaciones se encuentran en los sectores de “alimentación” y “otros bienes y servicios”, en los cuales el gasto medio por operación con tarjetas de débito supera al correspondiente a las otras modalidades.

Volviendo sobre el grado de conocimiento de las tarjetas bancarias, en el caso de las de crédito se percibe entre sus usuarios un importante grado de indefinición de estos productos, bien sea por desconocimiento o por inhibición. Ello se infiere del elevado porcentaje de respuestas “no sabe/no contesta” asociadas a las preguntas sobre las ventajas (16,5 por 100) e inconvenientes (21 por 100) de estas modalidades de tarjetas -estos valores son bastante más elevados que los correspondientes a la tarjeta débito, con un 7,8 y 1,3 por 100, respectivamente. Si a lo anterior le añadimos el porcentaje de personas que no encontraban “ninguna” ventaja o inconveniente, respuesta ésta que puede reflejar una posición escéptica de los entrevistados ante las tarjetas de crédito, nos encontramos con que, aproximadamente, una de cada tres personas que

conocían las tarjetas de crédito no percibía ninguna ventaja en su uso o no sabía/no contestaba; si consideramos los inconvenientes señalados por los usuarios la proporción se elevaría a una de cada dos personas. Ello contrasta con el alto grado de conocimiento de este producto -un 60,2 por 100 de entrevistados- ya apuntado anteriormente, lo que parece indicar que, a pesar de conocerse el producto genérico "tarjetas de crédito", existe un alto grado de desconocimiento respecto a las funciones y características de los servicios que ofrecen.

En lo que se refiere a las de débito, cabe añadir que la limitación de su uso casi exclusivamente para la realización de reintegros de efectivo y de otras operaciones directamente relacionadas, como es la de petición de saldos en cuenta, parece guardar relación con una manifiesta falta de información del usuario sobre la existencia de otras operaciones alternativas. En este sentido, el citado estudio (IBM, 1992, pp. 50 y 107) muestra que mientras que la función de reintegro de efectivo era conocida por el 98,8 por 100 del total de personas entrevistadas, las referidas a ingresos de efectivo y transferencias de fondos entre cuentas bancarias sólo lo era por el 60,4 y 20,6 por 100 de aquellos, respectivamente[27].

Si bien se observa dicho grado de indefinición en las funciones desempeñadas por ambos tipos de tarjetas, hay que apuntar que su grado de conocimiento en el caso de los usuarios de tarjetas de débito parece haber mejorado considerablemente a medida que se ha ido extendiendo su uso en el mercado, pero no así en las de crédito. La comparación con los resultados de

[27] Con base en estos resultados, el citado estudio concluye que las múltiples funciones de los CA "... no siempre son conocidas y menos aún utilizadas... Mucho de este desconocimiento viene determinado por la falta de interés o escasa utilidad que en opinión de los entrevistados tienen estos servicios". Por su parte, las razones apuntadas por los expertos entrevistados para explicar tal situación se refieren a la ausencia de una necesidad real de los clientes de utilizar otras funciones de los CA diferentes a las de reintegro de efectivo, la falta de una cultura financiera e informática suficiente para aceptar sin desconfianza algunas de sus funciones y a la preferencia por las relaciones personales propias de la denominada "cultura mediterránea" .

otro estudio similar realizado en 1989[28] refleja que el grado de respuestas "no sabe/no contesta" cuando se preguntaba por las ventajas de las tarjetas de débito ha pasado del 18,3 por 100 de los encuestados en dicho año a sólo un 7,8 por 100, según el estudio realizado en 1992. Por contra, en el caso de las tarjetas de crédito dicho porcentaje ha evolucionado levemente desde un 19,1 por 100 hasta un 16,5 por 100, manteniéndose, pues, un importante grado de indefinición de la imagen de éstas últimas. De manera similar, cuando se preguntaba a los entrevistados por los principales inconvenientes de las tarjetas de débito, los porcentajes de respuestas "no sabe/no contesta" pasaban del 29,1 por 100 en 1989 al 1,3 por 100 en 1992, mientras que en el caso de las tarjetas de crédito los porcentajes correspondientes a ambos años fueron de un 34,9 y un 21 por 100, respectivamente.

El sector comercial parece coincidir en la necesidad de aumentar la cantidad y calidad de la información al cliente. Así, en el referido informe de la CECA (1993, pp. 208-209), cuando se les solicitaba a los 600 comerciantes entrevistados su opinión acerca de las acciones que deberían llevar a cabo las cajas de ahorros a fin de potenciar el uso de la tarjeta *6000*, el mayor porcentaje de ellos (37,1 por 100) señalaba la necesidad de suministrar "... más publicidad/más información a los clientes". En el caso de los que ya son usuarios dichas acciones deberían de concentrarse en informar sobre las ventajas que conlleva su utilización, comodidad que representa, seguridad, etc.

Dada la importancia que para la elección final por parte del cliente tiene el conocimiento de estos productos, cabría preguntarse si las distintas redes comercializadoras de marcas específicas de tarjetas han realizado esfuerzos suficientes para dar a conocer sus respectivos productos a los clientes de otras entidades/redes competidoras. El estudio llevado a cabo por CECA mostraba

[28] Nos referimos al estudio denominado "Presente y futuro de los servicios bancarios de las entidades financieras", llevado a cabo por *Nixdorf Computer*, en el que se abarcaba un total de 2.627 entrevistas.

que, si bien las tarjetas de pago bancarias en un sentido genérico son bastante conocidas[29], este conocimiento estaba concentrado en muy pocas marcas. Así, en dicho trabajo se constataba que el 97,6 por 100 de los clientes de las cajas de ahorros entrevistados conocía alguna tarjeta cuando se le sugería su marca. Sin embargo, tal y como se observa en el cuadro 7.20, las marcas de tarjetas recordadas espontáneamente o una vez se sugerían éstas se concentraban en aquellas emitidas por las cajas de ahorros (tarjeta *6000* en la modalidad de débito y *Visa* en la de crédito), mientras que las del resto, salvo el caso de la tarjetas *4B*, eran desconocidas por más de la mitad de los encuestados. Este hecho cobra especial importancia si consideramos que entre las conclusiones del mismo estudio se establece que "El conocimiento o posesión de la tarjeta es el principal motivo, generalizado a las tres tarjetas (*4B*, *6000* y *Servired*), que induce a elegir cada una de ellas" (CECA, 1993, p. 129).

CUADRO 7.20

CONOCIMIENTO ESPONTÁNEO Y SUGERIDO DE MARCAS DE TARJETAS BANCARIAS, 1993 (EN PORCENTAJES)

Marca de tarjeta	Conocimiento espontáneo (en porcentaje)	Conocimiento sugerido (en porcentaje)
Tarjeta *6000*	54,7	85,6
Visa	37,6	81,8
4B	35,6	58,6
Servired	15,2	43,3
Mastercard	10,8	25,6
Eurocard	4,1	23,8
Tarjetas denominadas con el nombre de la entidad	34,6	-
Ninguna - NS/NC	12,1	2,4
Base: Muestra total (1.600).		

Fuente: CECA (1993, pp. 68-70). Elaboración propia.

[29] Los resultados de este estudio (octubre de 1993) hay que tomarlos con la debida cautela al haberse llevado a cabo únicamente a través de entrevistas a clientes de las cajas de ahorros (1.600 entrevistas en total) y a establecimientos adheridos a la red *6000* (en total 600). Sin embargo, debido a la cuota de mercado de las cajas tanto en el segmento de tarjetas de débito como de crédito y a la representatividad del estudio (el tamaño muestral mostraba en términos estadísticos un nivel de confianza del 95,5 por 100), consideramos que sus resultados sirven de punto de referencia para conocer la situación del mercado.

Al desconocimiento de las distintas marcas de tarjetas comercializadas en el mercado se suma, lógicamente, el que se tiene de la imagen transmitida por cada una de ellas. En este sentido, los resultados del estudio de la CECA (1993, p. 117) al comparar la imagen percibida de las tres principales tarjetas de débito (6000, *4B* y *Servired*) mostraban que "... las familias consultadas no tienen una percepción clara de la imagen proyectada por las tres tarjetas comparadas... Esta actitud resalta una baja cultura en el entorno de las tarjetas por parte de las personas entrevistadas e incluso un desconocimiento de las propias tarjetas con las que trabajan lo que se traduce en una falta de capacidad de juzgarlas en una situación de competencia".

Por último, cabría hacer alusión al grado de conocimiento que los usuarios españoles de tarjetas tienen de las condiciones económicas en las que se ofrecen estos servicios. Las denuncias relacionadas con su escasez y/o su mala calidad han procedido de diversos sectores relacionados con el uso de los sistemas de pago con tarjetas. Así, según la Unión de Consumidores de España (UCE), entre las causas que justifican el bajo uso del crédito puro con tarjetas en España se encontraba, además de los altos tipos de interés, la falta de suficiente información al usuario[30]. Esta impresión, procedente de consumidores, está respaldada, en gran medida, por los resultados obtenidos por algunos estudios independientes, como el realizado por la consultora DBK en 1997, en el que se ponía de relieve que cuatro de cada diez titulares de tarjetas, tanto de crédito como de débito, desconocen las comisiones de mantenimiento ligadas al uso de estos sistemas, mientras que un 60 por 100 ignoraba las características de los seguros asociados[31].

[30] Véanse al respecto las declaraciones de los representantes de la UCE en el diario el País de 24/11/91.

[31] Algunos de los resultados de dicho estudio fueron hechos públicos a través de los principales diarios del país, en concreto, en los diarios Expansión, de fecha 21/7/97, y El País, de 10/7/97.

7.4.4. LA ACTITUD DE LOS COMERCIANTES ANTE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS OFRECIDAS POR EL USO DE LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETAS

La actitud favorable del sector detallista hacia los sistemas de pago con tarjetas bancarias es un elemento fundamental para incrementar la demanda de estos instrumentos, debido, no sólo a que la instalación de TPV en sus establecimientos supone la expansión de los puntos de venta a través de los que se pueden suministrar dichos servicios, sino también a que su contacto directo con el cliente permite a estas empresas influir con sus sugerencias en la elección final del instrumento de pago con el que se va a liquidar la transacción (CECA, 1993, p. 190). De hecho, en aquellos países donde se han agravado los conflictos entre el sector detallista y el bancario, la ofensiva de los primeros hacia los segundos se ha plasmado en un *boicot* hacia la aceptación de las tarjetas bancarias o bien en medidas tendentes a desincentivar a sus clientes en el uso de aquellas (Lafferty, 1997, p. 12).

Sería interesante, pues, identificar cuáles son las principales fuentes de conflictos entre los citados sectores. Un estudio de Lafferty (1988, pp. 3-6) ha detectado un malestar generalizado entre los detallistas de la mayoría de países europeos en tres áreas fundamentales, las cuales, pese a haber transcurrido una década, siguen estando aún vigentes, en algunos casos incluso con mayor intensidad. Son las siguientes: en primer lugar, malestar por los altos e injustificados costes que suponen los descuentos sobre las ventas que han sido liquidadas a través de tarjetas; en segundo lugar, recelo por la ausencia de consultas por parte de las entidades bancarias en la planificación de los sistemas de transferencias de fondos en el punto de venta, hecho que ha provocado el que no se haya podido conseguir satisfacer las necesidades del sector en aspectos tales como la universalidad de los equipos, la fabricación de terminales que se integren bien en el punto de venta de los detallistas y en la rapidez en la realización de las transacciones; y, finalmente,

un rechazo a la intervención bancaria en lo que constituye el sistema de pago interno de cada comercio, debido a que se interfiere en las relaciones financieras entre comercio y sus clientes y se traspasa a las entidades bancarias el dominio sobre unas de las principales herramientas de *marketing*, esto es, la información sobre los hábitos de compra de los clientes contenida en los registros de las transacciones realizadas vía tarjetas. Estos motivos no difieren en esencia de los enumerados por otro estudio realizado en nuestro país y que trataba de investigar, entre otros aspectos, la problemática de la distribución comercial ante los sistemas de pago con tarjetas (Nixdorf, 1988, pp. 56-58).

Centrándonos en España, la intensidad con la que cada uno de los aspectos anteriores se presenta entre las empresas del sector ha quedado plasmada en las escasas consultas realizadas a éstas a través de encuestas. De ellas se infiere que, pese a que la gran mayoría de establecimientos mantienen una actitud muy favorable hacia estos instrumentos[32], debido a que facilitan las compras del cliente y potencian sus ventas, existen, igual que en la mayoría de países comunitarios, motivos de insatisfacción relacionados con su utilización, como son, por orden de importancia, el cobro de comisiones sobre sus ventas, la lentitud en el proceso de autorización de estos terminales y la dificultad de acceso a la central de autorizaciones (Nixdorf, 1988, pp. 56 y 100; CECA, 1993, pp. 187-188, 197; Ausbanc, 1999, p. 21).

Así pues, es el cobro de comisiones por la aceptación de tarjetas el aspecto más negativo señalado por las empresas detallistas españolas. Aunque esta posición es compartida por los sectores de la distribución comercial de otros países de nuestro entorno, quizás encuentre mayor

[32] De acuerdo con un informe elaborado por Ausbanc (1999), en el que se encuestaron a un total de 6.850 comercios, el 95 por 100 de éstos consideraba a la tarjeta como un producto necesario y beneficioso para su negocio, por dos razones: en primer lugar, porque facilita la compra compulsiva de sus clientes al no necesitar efectivo; en segundo lugar, debido a que mejora la seguridad de sus clientes y del propio negocio.

justificación en un país en el que, como se ha visto en el capítulo anterior, algunas de las características del sector -alta densidad de puntos de venta, pequeña dimensión y reducido volumen de ventas- hacen a sus empresas más sensibles a la imposición de dichos descuentos. Las principales cuestiones en torno a las tasas de descuento que son actualmente objetos de debate y las posturas de ambos sectores, comercial y financiero, se resumen en el cuadro 7.21.

Cabe señalar que las anteriores son reivindicaciones y posturas de ambos sectores que existen desde la aparición de las primeras tarjetas no comerciales. Sin embargo, no ha sido hasta hace pocos años cuando han conseguido materializarse en denuncias concretas presentadas ante los máximos organismos comunitarios y, en nuestro caso, españoles y que, por tanto, podrían dar lugar a soluciones que pudiesen afectar sustancialmente en un futuro a las relaciones económicas entre todos los agentes intervinientes en el mercado de tarjetas.

De este modo, a nivel comunitario, con fecha de 22 de mayo de 1997, *Eurocommerce,* en representación de los comercios europeos, presentó una denuncia ante la Comisión Europea, a la que se acompañaba un estudio sobre la situación del sector en el ámbito de la UE. De acuerdo con el contenido de este último se pretendía, básicamente, argumentar la necesidad de conseguir una distribución más equitativa de los costes del sistema entre los participantes en el mismo, que existiese una mayor transparencia en las cuotas que se cargan a los comerciantes y la investigación de la posible inexistencia de una verdadera competencia entre redes a la hora de determinar tales tarifas. Dicha denuncia fue admitida a trámite en septiembre del mismo año, lo que suponía la apertura, por primera vez, de un expediente para investigar la actividad de las empresas gestoras de tarjetas de crédito[33].

[33] No obstante, a la fecha de terminación del presente trabajo de investigación no se han producido grandes avances en la resolución de tal denuncia, debido, entre otras causas, a las

CUADRO 7.21

PRINCIPALES CUESTIONES DEL DEBATE ACTUAL ENTRE COMERCIANTES Y SECTOR BANCARIO EN TORNO A LA APLICACIÓN DE LOS DESCUENTOS SOBRE VENTAS

¿Está justificado el cobro de comisiones a los detallistas por parte de las entidades bancarias por la aceptación del pago con tarjetas?	
COMERCIANTES	**SECTOR BANCARIO**
No está justificado, debido a que el único servicio que recibe el comerciante se refiere al de procesamiento de las operaciones. Del resto -pago atrasado, garantía de pago, seguros, servicios en caso de pérdidas o robo, etc.- el único beneficiario es el titular de la tarjeta, siendo éste, por tanto, quien debería de asumir los costes asociados al uso de estos instrumentos.	Está justificado por los riesgos -de crédito o impago del titular, operativos y de posibles fraudes-, costes -de adquisición, instalación y mantenimiento de la infraestructura necesaria, etc.- y por los beneficios obtenidos por comerciantes y titulares -eliminación de riesgos y costes asociados a la manipulación del efectivo, mayores ventas, garantía del pago, etc.
¿Son excesivas las tasas de descuento aplicadas a los comerciantes españoles?	
COMERCIANTES	**SECTOR BANCARIO**
Sí. La tasa de descuento media en España es del 3,75 por 100, muy superior a la media europea.	No. La tasa de descuento aplicada en promedio en España es del 2 por 100, parecida a la aplicada en otros países, todo ello pese a tener una de las redes de TPV más amplia del mundo y no cobrarse ni el aparato ni su alquiler, algo inédito entre los países de nuestro entorno.
¿Existe discriminación en la aplicación de los tipos de descuento en función del tamaño del comercio? En caso afirmativo, ¿está justificada?	
COMERCIANTES	**SECTOR BANCARIO**
Sí. El intervalo de fluctuación en España varía entre el 0 y el 6 por 100, aplicándose las tarifas más altas a aquellos comercios que tienen un bajo poder de negociación debido a su pequeño tamaño, pocas ventas, etc. Esta discriminación no tiene justificación alguna.	Sí, se aplican tarifas distintas, pero están plenamente justificadas. En la mayoría de los países el gran comercio, las gasolineras, etc., son los que obtienen unas condiciones más favorables, debido a que su número de transacciones es mayor, proporcionando economías de escala, y a que disponen de su propios TPV integrados en sus máquinas registradoras y se encargan de su mantenimiento, reduciendo así los costes soportados por el banco adquirente.

Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere a España, la Confederación Española de Comercio[34], presentó el 16 de abril de 1997 una denuncia ante el Tribunal de

posturas enfrentadas mantenidas por las Direcciones Generales de Competencia y de Política de Consumidores.

[34] Esta iniciativa es importante si tenemos en cuenta que la falta de organización entre comerciantes ha sido señalada en algunos estudios como una de las principales causas que explican la existencia en España de unos tipos de descuentos superiores al del resto de países (véase Lafferty, 1988, p. 13).

Defensa de la Competencia contra ciertos procedimientos utilizados por los sistemas de tarjetas electrónicas en el pequeño comercio que, supuestamente, conculcaban la Ley 15/89, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia[35]. Dos años más tarde, el 16 de marzo de 1999, dicha Confederación presentó unas 600 denuncias, que le habían sido remitidas por asociaciones de comercio de toda España, ante el Tribunal de Defensa de la Competencia. En ellas se ponía de manifiesto, una vez más, el descontento del sector ante las comisiones cobradas por las entidades bancarias. A estas medidas se suman las que, de manera unilateral, habían venido llevando a cabo algunos grupos de comerciantes al objeto de reducir estas comisiones bancarias, como ha sido el caso de los 1.000 comercios textiles asociados a Acotex en Madrid que, tras ejercer presión sobre Cajamadrid, consiguieron una rebaja de punto y medio en el porcentaje cobrado sobre ventas[36].

Paralelamente a estas denuncias, la Comisión sobre Medidas del Entorno y Simplificación Administrativa de la Distribución Comercial solicitaba al Banco de España, el 15 de abril de 1997, un estudio sobre la posible discriminación entre grandes y pequeños comercios respecto a las comisiones cobradas, el nivel de éstas y las implicaciones inflacionistas que podrían tener sobre la economía. Los resultados de dicho estudio fueron presentados el 28 de julio de 1997 y pueden resumirse como sigue:

- Respecto a la cuantía media de las tasas de descuento, es de un 2 por 100 y no se aleja en demasía de la correspondiente a otros países de

[35] De acuerdo con el informe de la Dirección General de Comercio Interior (1998, p. 49) el Servicio de Defensa de la Competencia está realizando diligencias preliminares en torno a dicha demanda, al objeto de detectar indicios de existencia de prácticas restrictivas de la competencia, pero no ha sido admitida a trámite. De acuerdo con la citada Dirección General, el Servicio de Defensa de la Competencia "...está esperando un pronunciamiento de la Comisión Europea y de este modo no adoptar decisiones contradictorias sobre la base de unas demandas planteadas en similares términos".

[36] Véase Diario Expansión de 26/6/97.

Europa, pese a que en España los TPV son gratuitos y los comerciantes gozan de unas fechas de valoración más favorables que en otros países.

- En lo que se refiere a los posibles efectos inflacionistas de la tasa de descuento, el Banco de España sostiene que no se han podido producir efectos coyunturales, ya que la tasa media de descuento ha venido descendiendo durante los últimos años; tampoco puede afirmarse la existencia de efectos inflacionistas de índole estructural, por cuanto éstos sólo se podrían evidenciar tras la comparación de los costes del pago mediante tarjeta con el de otros métodos de pago tradicionales, como el cheque o el efectivo. Sin embargo, estos últimos son de difícil valoración.

- Por último, respecto a la discriminación por sectores en la aplicación de las tasas de descuento, se considera que es mayor en España que en otros países, pero se justifica por la gratuidad en la instalación de los terminales en los puntos de venta.

Otro informe al que cabe hacer referencia por su relevancia es el elaborado por el Tribunal de Defensa de la Competencia (1999), a instancia del Congreso de los Diputados, "Sobre la situación de la competencia en el mercado de tarjetas de crédito, débito, monederos electrónicos y, en particular, sobre las relaciones entre las entidades financieras y el sector comercial con terminal de punto de venta instalado". Las principales conclusiones obtenidas de tal informe pueden resumirse en las siguientes:

- Si bien los directores de sucursales de las entidades emisoras gozan de una gran autonomía para poder determinar las tasas de descuento que aplican a cada cliente, la formación de las tasas de intercambio se realiza bajo criterios "poco determinados", de forma que los criterios de estratificación de dichas tarifas en función del nivel de riesgo de cada actividad comercial no responden en todos los casos a realidades objetivas.

Por ello, el Tribunal de Defensa de la Competencia cree necesario, para que la concertación de tales tasas por parte de las entidades emisoras se realice en un clima de máxima transparencia, que los acuerdos alcanzados en torno a dichas tasas se sometan a la autorización singular del Tribunal.

- Respecto a la obligación de los comerciantes de no discriminar en términos de precios a los consumidores en función de si éstos utilizan o no las tarjetas para liquidar sus compras, el Tribunal estima que "... podrían plantear dudas desde el punto de vista de la aplicación del derecho especial de la competencia".

- En lo que se refiere a los niveles alcanzados por las tasas de descuento, según una encuesta realizada por el propio Tribunal[37], para 13 de las 17 categorías de comercios estudiadas las tasas de descuento eran inferiores a las tasas de intercambio, lo que suponía que la actividad de adquisición era deficitaria en muchos casos, situación que puede reflejar un alto nivel de competencia en el mercado.

Por otra parte, como fruto de la presión ejercida por el sector comercial durante los últimos años, la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa promovió y tuteló una Comisión especial, participada por representantes de organizaciones de medios de pago y por las asociaciones de comerciantes, al objeto de estudiar los problemas derivados del uso de las tarjetas en los puntos de venta. Con ello se cumplía el mandato del Congreso de los Diputados de llevar a cabo un análisis de los costes que integran las tasas de descuento y de facilitar una negociación de base que permita revisar los criterios de dichos costes, con el objetivo prioritario de reducir en la práctica las tasas de descuento más elevadas que deben de satisfacer los pequeños y medianos comerciantes.

[37] Se encuestaron un total de 292 entidades de depósito, de las que 145 eran bancos, 51 cajas de ahorros y 96 cooperativas de crédito.

El 12 de mayo de 1999 se alcanzaba un acuerdo entre las entidades emisoras y el sector comercial, materializado en el compromiso por parte de las primeras de rebajar al 3,5 por 100 el tipo de intercambio máximo cobrado, que no la tasa de descuento, a los comercios por las ventas liquidadas vía tarjetas por sus clientes, porcentaje que sería aplicado a partir del 1 de julio del citado año y que se vería rebajado al 3,25 por 100 a partir del 1 de julio del 2000, al 3 por 100 al siguiente año, para llegar, finalmente, al 2,75 por 100 el primer día de julio del 2002.

Pese a que se han conseguido importantes avances, el descontento permanente del sector comercial con las condiciones en las que se le ofrecen los servicios de pago con tarjetas ha podido influir muy negativamente sobre el uso de las tarjetas bancarias en sus establecimientos. Valga a modo de ejemplo la iniciativa llevada a cabo por AUSBANC durante el primer semestre de 1999, consistente en repartir entre 6.850 comercios de toda España unos carteles en los que se invitaban a sus clientes a evitar los pagos con tarjetas[38]. Su texto íntegro era el siguiente:

Por los altos costes en las comisiones de bancos y cajas

ESTE ESTABLECIMIENTO AGRADECE A SUS CLIENTES EL PAGO EN EFECTIVO

Al hacerlo estará ayudando
a la supervivencia del pequeño comercio

AUSBANC

Otra cuestión que merece la pena destacar aquí, por sus posibles repercusiones futuras sobre la demanda de tarjetas, es la reivindicación de los comercios tendente a poder discriminar precios en función de los instrumentos de pago utilizados por sus clientes. Ello ha sido debido a que, en la mayoría de

[38] Véase el complemento de la revista Ausbanc, Mercado de Dinero, de junio de 1999.

los Estados miembros, existe una obligación contractual estándar por la que el comerciante no puede traspasar al usuario de la tarjeta las comisiones sobre ventas que está obligado a pagar a la entidad emisora -"norma de no discriminación"[39]. En relación con esta cuestión, en febrero de 1997 la Comisión Europea se hacía eco de tales reivindicaciones y anunciaba que ya estaba estudiando la posibilidad de permitir a los comerciantes europeos discriminar precios, de forma que estos fuesen menores cuando los usuarios pagasen con efectivo y más elevados cuando lo hiciesen con tarjetas[40].

Estas medidas propuestas a nivel comunitario no son más que la extensión de los movimientos que desde hacía años se estaban produciendo en los distintos ámbitos nacionales. De esta forma, la citada "norma de no discriminación" ha sido ya prohibida por ley en Dinamarca y Reino Unido[41] y, por una decisión de la autoridad competente, en Holanda y Suecia (*Eurocommerce*, 1997). En España se han venido dando algunas reacciones durante los últimos años en el sector[42]. Entre ellas cabe señalar las medidas anunciadas en febrero de 1999 por la Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa (Copyme) en Madrid, mediante las cuales se pretendía que todos los comercios de esta ciudad realizaran descuentos entre el 0 y 6 por 100, coincidiendo con la comisión que los bancos cobran a los comerciantes, a los

[39] De acuerdo con la reclamación presentada por *Eurocommerce* ante la Comisión Europea (*Eurocommerce*, 1997, p. 13), los emisores de tarjetas y los bancos tienen establecido un acuerdo o, como mínimo, una práctica concertada entre ellos a nivel internacional sobre el cargo de las cuotas *ad valorem* sobre los comerciantes. Ello se basa en la existencia de un documento -que se adjunta en la citada reclamación- denominado Acuerdo de Florencia, bajo el cual los bancos acordaron, entre otros aspectos, comprometer contractualmente a los comerciantes a aceptar todas las tarjetas emitidas por los bancos participantes de un sistema y a no cargar una prima al cliente por la utilización de la tarjeta.

[40] Véanse al respecto los diarios Expansión, de 25/2/1997 y Cinco Días, de 25/02/97.

[41] Los comerciantes británicos pueden facturar a sus clientes precios distintos en función de que paguen al contado, a plazo o con tarjetas de crédito.

[42] Esta discriminación de precios se ha venido produciendo en épocas de rebajas. Así, algunos comerciantes cargaban a sus clientes entre un 2 por 100 y un 6 por 100 sobre el importe de las compras liquidadas con tarjetas. Para evitar estas prácticas por parte de los comerciantes, las asociaciones de consumidores españolas han llevado a cabo campañas para informar a los consumidores (véase diario El Mundo de 16/3/90).

clientes que pagasen con efectivo, pretendiendo con ello desanimar el uso de las tarjetas. Posteriormente, en abril del mismo año, esta medida fue apoyada por la Confederación Valenciana de Comercio (Covaco)[43].

Ante el citado intento de traspasar los descuentos sobre ventas a los clientes por parte de los comercios y la posible aceptación por parte de la Comisión de los argumentos presentados por este colectivo, cabría preguntarse por cuál ha sido la posición adoptada por las asociaciones de consumidores europeas. Llama la atención el que dichas asociaciones, representadas por el BEUC, estén divididas ante la citada cuestión. De esta forma, aquellas que pertenecen a países como el Reino Unido, Holanda, Suecia o Dinamarca aceptan que los consumidores son quienes deberían de asumir los costes totales originados por el pago con tarjetas, mientras que los de Francia, Italia, España y Portugal argumentan que ello significaría una doble carga sobre los titulares, ya que éstos pagan una cuota anual por el uso de tal instrumento (Lafferty, 1997, p. 13).

De lo expuesto en los párrafos anteriores surge una importante cuestión: ¿cómo afectaría al uso de las tarjetas bancarias el traspaso a sus titulares, por parte de los comercios, de unas comisiones "sobre compras"? Las experiencias en otros países pueden arrojar alguna luz al respecto. En Suecia, por ejemplo, la decisión de la autoridad nacional de la competencia en julio de 1995 de permitir a los comerciantes el traspasar a sus clientes las citadas comisiones dio como resultado un *boicot* de las asociaciones de consumidores al uso de las tarjetas bancarias y una caída de un 30 por 100 en su utilización en los principales comercios. De esta situación, los grandes beneficiarios parecen haber sido los programas de tarjetas privadas. Otro ejemplo de la sensibilidad de la demanda ante el traspaso de tales comisiones lo encontramos en Italia. Los primeros intentos, a mediados de los ochenta, para instaurar una red de TPV que diera servicios de pago a sus tarjetas *Bancomat*

[43] Véanse diarios El País de 22/2/99 y 7/4/99.

fracasaron debido a una estructura de precios basada en el cargo al cliente entre 1.500 y 2.500 liras por transacción y en la gratuidad de los servicios de pago para el comerciante -tanto en las operaciones como en la instalación de los equipos. El rechazo de la demanda a pagar dichas comisiones dio lugar a una baja utilización de estos instrumentos y obligó a las entidades a realizar un cambio radical de la estructura de precios en 1995, de forma que, a partir de entonces, se comenzó a cargar al titular una sola cuota anual por el uso de estos instrumentos y a los comerciantes unas comisiones que oscilaban entre el 0,8 y el 1,5 por 100. Otro ejemplo aparece en Portugal, donde está en estudio la eliminación de la práctica según la cual los usuarios de tarjetas en gasolineras tienen que pagar un importe fijo de 100 escudos por su uso (Lafferty, 1997, pp. 33-34 y 203; Banco de España, 1997, p. 17).

En el caso español disponemos de pocos ejemplos sobre la sensibilidad de la demanda ante variaciones de precios en estos productos. Sin embargo, cabe recordar la fuerte reducción de tarjetas de débito en circulación en el año 1994 cuando se decidió imponer unas cuotas anuales por el uso de estos productos. No cabe olvidar tampoco las respuestas de los usuarios ante estas cuestiones, que han quedado plasmadas en las escasas encuestas disponibles. Así, el estudio de la CECA (1993, p. 135) revela que el precio se encuentra entre los tres aspectos más importantes para el usuario a la hora de valorar cualquiera de las tarjetas analizadas. Igualmente, en el trabajo de IBM (1992, pp. 106 y 115) el cobro de comisiones/cuotas/intereses se encuentra entre los principales inconvenientes citados tanto por los poseedores de tarjetas de débito como de crédito. En este último estudio se realizó una pregunta a las 1.528 personas encuestadas que, por su significación, cabe destacar aquí. Se trataba de averiguar cual sería la actitud de los titulares ante el cobro de comisiones por el uso del CA. Sólo un 25,5 por 100 decía que seguiría utilizando este instrumento como hasta el momento y un 65,7 por 100 afirmaba que prescindiría de los CA o los usaría menos.

7.5. PRINCIPALES CAUSAS DEL REDUCIDO USO DE LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA: UN ESTUDIO EMPÍRICO

El estudio llevado a cabo a lo largo del presente trabajo nos ha permitido efectuar una compilación de múltiples causas que, según la literatura y las estadísticas existentes en torno a las tarjetas bancarias, pueden explicar el reducido uso de estos instrumentos en nuestro país. Sin embargo, la naturaleza de aquellas es muy diversa (de índole cultural, legal, sociológico, relacionadas con la economía sumergida, etc.), siendo sus posibles efectos sobre el uso de las tarjetas, en la mayoría de ellas, de muy difícil cuantificación, aún en el caso de que se dispusiese de información de cantidad y calidad suficiente para su estudio. Quizás por ello, tal y como ya hemos puesto de manifiesto a lo largo del trabajo, son muy escasas las verificaciones empíricas aportadas al respecto por los distintos autores consultados. En este sentido, hemos considerado importante complementar este trabajo de investigación con un estudio empírico que nos arroje mayor información, de tal modo que podamos vislumbrar si efectivamente son estas proposiciones manejadas las verdaderas razones explicativas del reducido uso de las tarjetas de pago bancarias en nuestro país.

Metodológicamente, dicho estudio empírico se ha basado en una encuesta dirigida a expertos[1] en la materia, lo que nos ha permitido comparar sus opiniones con las principales conclusiones parciales obtenidas en nuestro análisis, en lo que se refiere a las posibles causas que explican la infrautilización de las tarjetas bancarias en España. Además de permitirnos reafirmar o no cada una de las conclusiones, el estudio nos permitirá conocer el grado de importancia que los expertos atribuyen a cada una de ellas a la hora de explicar el reducido uso de las tarjetas bancarias en nuestro país.

[1] Los expertos pertenecen a las tres partes implicadas en el uso de las tarjetas bancarias: organizaciones de consumidores, organizaciones de comerciantes y entidades bancarias.

Para recabar dicha información se ha remitido un cuestionario estructurado (véase anexo II) a un total de 64 expertos de los citados sectores[2] (véase anexo I). El cuadro 7.22 refleja la distribución de las encuestas enviadas y recibidas por grupos de expertos.

El trabajo de campo comenzó el 15 de julio de 1999. Finalizado el mes de agosto se habían recibido respuestas sólo del 47 por 100 de los entrevistados, motivo por el cual fue necesario contactar de nuevo con los restantes a fin de recabar el mayor número de respuestas posibles. Esta segunda toma de contacto comenzó el 14 de septiembre de 1999. El trabajo de campo de dio por concluido el 1 de noviembre de 1999, tras haber recibido respuestas de 45 de los 64 expertos a los que se le remitió el cuestionario, representando un porcentaje de respuestas del 70,31 por 100, una tasa muy elevada si consideramos que lo habitual en este tipo de estudios es que contesten entre el 10 y el 20 por 100 de los entrevistados.

CUADRO 7.22

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS POR SECTORES

	Número de cuestionarios enviados	**Número de respuestas**	**Porcentaje de respuestas**
Usuarios	25	17	68,0
Comercios	21	12	57,1
Banca	18	16	88,9
Bancos y Cajas de Ahorros	*15*	*13*	*86,7*
Gestoras de tarjetas	*3*	*3*	*100,0*
Total	64	45	70,3

Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere a la concertación de las entrevistas, con antelación a aquella se contactó telefónicamente con cada uno de los 65 expertos elegidos para contestar el cuestionario, a fin de informarles sobre nuestra

[2] A pesar de que algunas fuentes indican que el mínimo aceptable para estudios similares puede reducirse a 7-10 expertos (Landeta, 1999, pp. 60-62).

identidad y pretensiones, además de solicitar expresamente su colaboración en el estudio. En este primer contacto recibimos el rechazo a la colaboración de una sola entidad perteneciente al sector bancario. Respecto al resto, tras este primer contacto, inmediatamente les fueron enviados sus correspondientes cuestionarios.

De acuerdo con la autovaloración de los expertos, su grado de conocimiento en relación con las cuestiones planteadas ha sido en promedio amplio, no existiendo diferencias importantes entre las valoraciones correspondientes a cada uno de los distintos sectores. Así, tal y como se aprecia en el cuadro 7.23, dentro de una escala 1-5[3] los encuestados se autovaloraban en conjunto con un 4.

CUADRO 7.23

AUTOVALORACIÓN MEDIA POR GRUPOS DE EXPERTOS

	Consumidores	**Comercios**	**Banca**	**Total**
Autovaloración (Mediana)	4	4	4	4
Coeficiénte de Variación Media (%)	18,9	11,6	17,2	15,7

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del estudio han sido agrupados, igual que las cuestiones planteadas a los expertos, en siete grandes bloques temáticos[4], cada uno de los cuales son abarcados a continuación.

[3] La escala utilizada para la autovaloración es la siguiente: 1: Ningún conocimiento; 2: Poco conocimiento; 3: Conocimiento intermedio; 4: Conocimiento amplio; 5: Conocimiento muy amplio.

[4] El cuestionario, tal y como se detalla en la introducción de este trabajo, consta de un total de nueve cuestiones, siete de ellas referidas a la situación actual de mercado y dos más relacionadas con las perspectivas futuras del mismo. Los resultados de estas dos últimas, de acuerdo con su contenido, serán analizados en el siguiente capítulo.

7.5.1. CAUSAS GENERALES QUE MÁS HAN CONTRIBUIDO A LA INFRAUTILIZACIÓN DE LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA

El análisis descriptivo de la información secundaria nos ha permitido detectar diferentes causas genéricas que pueden explicar el bajo uso de las tarjetas en nuestros mercados financieros, en relación con el de otros países de nuestro entorno. Entre ellas destacamos las siguientes:

a) Bajo nivel de renta per cápita en España, en comparación al resto de países desarrollados.

b) Alto nivel de utilización del efectivo en España, con relación al que está presente en el resto de países desarrollados.

c) Poco interés de la clientela bancaria por las tarjetas de pago bancarias, debido, principalmente, a factores culturales.

d) Desconfianza del público español ante el uso de estos instrumentos, debido a la falta de una regulación específica al respecto.

e) Altos precios de algunos de los servicios ofrecidos.

f) Deficientes estrategias de comunicación de las entidades emisoras.

¿Qué opinan los expertos respecto a cada una de las anteriores cuestiones? Los resultados globales se presentan en el cuadro 7.24, mientras en el cuadro 7.25 se presentan desagregados por sectores.

De la información contenida en el cuadro 7.24 podemos destacar, en principio, dos aspectos: en primer lugar, la heterogeneidad de las opiniones de los expertos al valorar los principales factores que explican el bajo uso de las tarjetas en nuestro país; en segundo lugar, que, al contrario de lo que se deduce de las fuentes secundarias analizadas a lo largo del presente trabajo de investigación, no todas las causas expuestas gozan, según los expertos

consultados, de relevancia cuando se trata de explicar la infrautilización de dichos instrumentos en el mercado español. Cabe señalar que el primero de los aspectos señalados es extensible al resto de las cuestiones planteadas en el estudio empírico, lo cual, a nuestro juicio, justifica su realización, a la vez que enriquece las conclusiones que de él se deriven.

CUADRO 7.24

En líneas generales, ¿cuáles son en su opinión la causas que más han contribuido al bajo nivel de utilización en España de las tarjetas de pago bancarias, con relación a los países de nuestro entorno? Señale el grado de importancia que conceda a cada una de las siguientes causas, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					**MEDIANA (Me)**	**DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**		
· Reducidos niveles de renta per cápita con relación a los países de nuestro entorno	8,9	24,4	26,7	37,8	2,2	3	0,8
· Preferencia histórica del público español por el uso del efectivo en lugar del resto de instrumentos de pago ofrecidos por el sistema bancario, como cheques o tarjetas	0,0	0,0	13,3	55,6	31,1	4	0,4
· Escasa implicación o interés de la clientela española por los productos financieros en general	0,0	22,2	44,4	31,1	2,2	3	0,6
· Desconfianza del público hacia el uso de los medios de pago electrónicos, debido a la falta de respaldo legal en caso de conflicto con las entidades bancarias	8,9	15,6	20,0	35,6	20,0	4	1
· Altos precios de los servicios ofrecidos	13,3	17,8	24,4	24,4	20,0	3	1,1
· Deficientes estrategias de comunicación (publicidad, promociones, etc.) de las entidades bancarias	15,6	20,0	31,1	17,8	15,6	3	1
***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante							

Fuente: Elaboración propia.

Los aspectos señalados como más relevantes son aquellos que se refieren a la preferencia del público por el uso del efectivo frente a otros instrumentos de pago y a su desconfianza hacia el uso de las tarjetas, como consecuencia de la ausencia de un respaldo legal en caso de conflicto con las entidades bancarias. Cabe destacar, además, el importante consenso existente entre los expertos en la calificación obtenida por la primera de las cuestiones, aunque no así por la segunda, tal y como se desprende de la

distribución de frecuencias y del elevado valor obtenido por la desviación media.

Por su parte, los diferenciales de renta per cápita de nuestra economía respecto a la de otros países de nuestro entorno, la escasa cultura financiera de la clientela bancaria y las condiciones adversas de la oferta, como son los altos precios de los servicios ofrecidos o las deficientes estrategias de comunicación de las entidades emisoras, desempeñan un papel secundario a la hora de explicar el bajo uso de las tarjetas en el mercado español. No obstante, hay que advertir que existe en torno a un 40 por 100 de expertos que sí valoran como importante o muy importante como factor explicativo los reducidos niveles de renta en España y un 44,4 por 100 que lo hacen al referirse a los altos precios de los servicios ofrecidos vía tarjetas.

La información desagregada (cuadro 7.25) nos muestra que no existen grandes discrepancias por sectores a la hora de calificar cada una de las cuestiones tratadas. Es importante señalar que ninguna de las que, en mayor o menor medida, se relacionan con la existencia de deficiencias en la oferta de las tarjetas bancarias en nuestros mercados, tales como su alto precio, indefensión del titular en caso de conflicto por su uso o las deficientes estrategias de comunicación mantenidas por las entidades, ha sido descartada de forma tajante por las entidades bancarias. Por el contrario, un 43 por 100 de los expertos de este sector reconoce como causas importantes o muy importantes las deficientes estrategias de comunicación y un 38 por 100 en el caso de la indefensión jurídica del titular ante conflictos en el uso de las tarjetas. Otro aspecto que es preciso subrayar es el elevado grado de concordancia existente en las respuestas de los grupos de consumidores y comercios en lo que se refiere a las cuestiones generales relacionadas con la utilización de las tarjetas en España, pese a que en otros campos sostienen posturas enfrentadas. A este respecto, cabe hacer mención a la percepción

CUADRO 7.25

En líneas generales, ¿cuáles son en su opinión la causas que más han contribuido al bajo nivel de utilización en España de las tarjetas de pago bancarias, con relación a los países de nuestro entorno? Señale el grado de importancia que conceda a cada una de las siguientes causas, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Reducidos niveles de renta *per cápita* con relación a los países de nuestro entorno	5,9	23,5	23,5	47,1	0,0	3	0,8	16,7	25,0	25,0	33,3	0,0	3	0,9	6,3	25,0	31,3	31,3	6,3	3	0,8
· Preferencia histórica del público español por el uso del efectivo en lugar del resto de instrumentos de pago ofrecidos por el sistema bancario, como cheques o tarjetas	0,0	0,0	5,9	58,8	35,3	4	0,4	0,0	0,0	8,3	58,3	33,3	4	0,4	0,0	0,0	25,0	50,0	25,0	4	0,5
· Escasa implicación o interés de la clientela española por los productos financieros en general	0,0	11,8	52,9	35,3	0,0	3	0,5	0,0	16,7	41,7	33,3	8,3	3	0,7	0,0	37,5	37,5	25	0,0	3	0,6
· Desconfianza del público hacia el uso de los medios de pago electrónicos, debido a la falta de respaldo legal en caso de conflicto con las entidades bancarias	11,8	5,9	11,8	35,3	35,3	4	0,9	0,0	16,7	25,0	41,7	16,7	4	0,8	12,5	25,0	25,0	31,3	6,3	3	0,9
· Altos precios de los servicios ofrecidos	5,9	11,8	17,6	35,3	29,4	4	0,9	16,7	16,7	16,7	16,7	33,3	3,5	1,3	18,8	25,0	37,5	18,8	0,0	3	0,8
· Deficientes estrategias de comunicación (publicidad, promociones, etc.) de las entidades bancarias	17,6	11,8	35,3	17,6	17,6	3	1	8,3	33,3	41,7	8,3	8,3	3	0,8	18,8	18,8	18,8	25,0	18,8	3	1,2
***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante																					

Fuente: Elaboración propia.

que tiene la demanda sobre los precios relacionados con las tarjetas, siendo consideradas éstas como un producto caro y, este hecho, como uno de los principales factores que inhiben su utilización.

A modo de conclusión parcial, cabe señalar que no existe un consenso claro entre los expertos consultados a la hora de reconocer los principales factores que limitan la utilización de las tarjetas en el mercado español. En líneas generales, son señalados como más importantes los hábitos arraigados entre la población respecto al uso del efectivo y el sentimiento de indefensión de los titulares de tarjetas en caso de conflictos con las entidades emisoras de estos instrumentos. Respecto a los demás aspectos consultados a los expertos, las principales discrepancias entre sectores se derivan de la valoración de los efectos de los niveles de precios relacionados con las tarjetas y de la posible indefensión de los titulares ante el uso de las tarjetas. Mientras que los consumidores y comerciantes consideran importantes ambos factores como explicativos del reducido uso de las tarjetas en España, el sector bancario los considera poco importantes.

7.5.1.1. ACTITUD DE LA DEMANDA ANTE EL USO DE LAS TARJETAS DE PAGO

A lo largo del presente trabajo se han encontrado diferentes aspectos relacionados con la demanda de tarjetas bancarias que han podido influir negativamente en el uso de estos instrumentos. Estos aspectos o causas se resumen como sigue:

a) El carácter mediterráneo, caracterizado por una preferencia por el trato personal y una aversión al riesgo, es contrario al uso de canales de distribución a distancia de bienes y servicios, tales como CA, TPV, etc.

b) La ausencia de una legislación específica en torno a las tarjetas y el incumplimiento de los principales preceptos del “Código de buena

conducta respecto a los medios de pago electrónicos" por parte de algunas de las principales entidades bancarias españolas ha favorecido la existencia de una desconfianza del público hacia el uso de estos instrumentos.

c) La existencia de un importante nivel de economía sumergida en España, con relación al resto de países de su entorno, ha hecho que para consumidores y comerciantes sea más atractivo el uso del dinero efectivo que el de las tarjetas de pago bancarias.

d) La tradicional falta de hábito respecto al uso de instrumentos de pago ofertados por el sector bancario ha podido perjudicar el uso de las tarjetas bancarias.

e) El descontento de los comerciantes ante el uso de las tarjetas bancarias puede haberse trasladado a los consumidores.

La opinión de los expertos ante estas cuestiones queda reflejada en los cuadros 7.26 y 7.27.

Las afirmaciones planteadas coinciden en la mayoría de los casos con las apreciaciones de los expertos consultados. Los mayores grados de acuerdo se han alcanzado en aquellas que se refieren a la indefensión del titular en caso de conflictos con las entidades, a la influencia de los comercios sobre el cliente en el momento en el que éste elige el instrumento de pago y, especialmente, a las características culturales de nuestro país como principal motivo que explica una actitud reacia del público hacia cualquier forma de venta a distancia. En estas dos últimas cuestiones, los reducidos valores alcanzados por la desviación media muestran, además, que existe un amplio consenso entre los expertos respecto a la valoración que les merece.

En lo que se refiere a los posibles efectos negativos que la economía oculta ha podido tener sobre el nivel de utilización de las tarjetas bancarias, el conjunto de expertos toma al respecto una posición neutra, no decantándose

por un acuerdo o desacuerdo en torno a tal cuestión, si bien cabe destacar la disparidad de opiniones que ha quedado reflejada en el elevado valor de la desviación media.

Sin embargo, la cuestión relacionada con los posibles efectos de la tradicional falta de hábito en el uso de otros instrumentos de pago bancarios, como el cheque, no ha alcanzado el grado de acuerdo necesario entre los expertos, concentrándose la mayor parte de las respuesta en torno al valor 1 de la escala ("en general, en desacuerdo"). Cabe señalar al respecto que ya se hizo mención en el quinto capítulo a que las posibles consecuencias del tradicional uso reducido de los cheques y de las transferencias bancarias en nuestro país sobre el grado de utilización de las tarjetas eran ambiguas, en el sentido de que si bien han podido impedir el arraigo entre la población del uso de instrumentos de pago ofertados por el sector bancario en favor del efectivo, también han permitido la existencia de un nicho de mercado, la de los servicios de pago al por menor, inexplotado hasta la llegada de las tarjetas, favoreciendo con ello la rápida introducción de estos instrumentos. Los expertos consultados parecen decantarse claramente por la primera de estas consecuencias.

El análisis pormenorizado de las respuestas dadas por los distintos sectores consultados (cuadro 7.27) pone de manifiesto que son ampliamente compartidas las afirmaciones que se refieren al efecto negativo de la cultura española sobre el uso de estos instrumentos y a la influencia del comerciante sobre la elección final del instrumento de pago por parte del cliente. Por contra, quedan rechazados por los expertos pertenecientes a dos de los tres sectores consultados, comercio y banca, los motivos relacionados con la falta de hábito en España del uso de instrumentos de pago distintos del efectivo.

Las máximas discrepancias entre sectores se resumen en las que existen entre la demanda (consumidores y comercios) y la oferta (entidades emisoras) en el mercado. De este modo, para el conjunto de la demanda, el

titular español de tarjetas se encuentra indefenso jurídicamente ante las entidades bancarias en caso de conflicto por el uso de las tarjetas, admitiéndose que ello ha provocado una disminución del uso de estos instrumentos y, por otro lado, no consideran que el intento de eludir el fisco provoque un mayor uso del efectivo en detrimento de los demás instrumentos de pago. Una opinión totalmente contraria sobre estos dos últimos aspectos es

CUADRO 7.26

Con relación a la demanda, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					**MEDIANA (Me)**	**DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**		
· El aspecto cultural es el principal motivo que explica la actitud reacia del público español ante cualquier forma de compra a distancia (a través de correo, ordenador, cajeros automáticos, etc.)	0,0	15,6	2,2	51,1	31,1	4	0,6
· La indefensión del titular español de tarjetas bancarias ante posibles conflictos con las entidades emisoras, ocasionados por un uso indebido de su tarjeta, por robo o pérdida de ésta, o en caso de producirse fallos en los ordenadores, errores, etc. ha influido negativamente en el uso de estos instrumentos	15,6	11,1	17,8	31,1	24,4	4	1,1
· El deseo de eludir, por parte de comercios y consumidores, el control del fisco derivado del uso de instrumentos de pagos electrónicos ha perjudicado considerablemente el uso de las tarjetas en favor del anónimo efectivo	28,9	20,0	13,3	26,7	11,1	3	1,3
· El tradicional uso reducido del cheque en España ha impedido el arraigo entre la población española del uso de los instrumentos de pagos ofrecidos por las entidades bancarias, perjudicando así el uso de las tarjetas	35,6	26,7	17,8	13,3	6,7	2	1
· En el momento de la compra, el comerciante tiene una elevada influencia sobre el instrumento de pago elegido finalmente por el consumidor (efectivo, cheques, tarjetas, etc.)	11,1	8,9	13,3	48,9	17,8	4	0,8
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo							

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.27

Con relación a la demanda, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· El aspecto cultural es el principal motivo que explica la actitud reacia del público español ante cualquier forma de compra a distancia (a través de correo, ordenador, cajeros automáticos, etc.)	0,0	11,8	5,9	47,1	35,3	4	0,6	0,0	25,0	0,0	50,0	25,0	4	0,8	0,0	12,5	0,0	56,3	31,3	4	0,6
· La indefensión del titular español de tarjetas bancarias ante posibles conflictos con las entidades emisoras, ocasionados por un uso indebido de su tarjeta, por robo o pérdida de ésta, o en caso de producirse fallos en los ordenadores, errores, etc. ha influido negativamente en el uso de estos instrumentos	0,0	11,8	5,9	35,3	47,1	4	0,8	0,0	0,0	41,7	41,7	16,7	4	0,6	43,8	18,8	12,5	18,8	6,3	2	1,1
· El deseo de eludir, por parte de comercios y consumidores, el control del fisco derivado del uso de instrumentos de pagos electrónicos ha perjudicado considerablemente el uso de las tarjetas en favor del anónimo efectivo	52,9	17,6	17,6	5,9	5,9	1	0,9	25,0	33,3	16,7	25,0	0,0	2	0,9	6,3	12,5	6,3	50,0	25,0	4	0,8
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.27 (CONTINUACIÓN)

Con relación a la demanda, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· El tradicional uso reducido del cheque en España ha impedido el arraigo entre la población española del uso de los instrumentos de pagos ofrecidos por las entidades bancarias, perjudicando así el uso de las tarjetas	17,6	23,5	35,3	17,6	5,9	3	0,9	50,0	33,3	8,3	8,3	0,0	1,5	0,8	43,8	25,0	6,3	12,5	12,5	2	1,1
· En el momento de la compra, el comerciante tiene una elevada influencia sobre el instrumento de pago elegido finalmente por el consumidor (efectivo, cheques, tarjetas, etc.)	17,6	11,8	23,5	23,5	23,5	3	1,2	8,3	8,3	0,0	66,7	16,7	4	0,6	6,3	6,3	12,5	62,5	12,5	4	0,6
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

defendida por las entidades bancarias, aunque cabe destacar la elevada discrepancia existente en este grupo en lo que se refiere a la supuesta indefensión jurídica del titular, tal y como se manifiesta en el hecho de que un 25 por 100 de expertos del sector bancario está total o parcialmente de acuerdo con tal afirmación.

Por último, quisiéramos destacar el amplio reconocimiento del propio sector comercial y del sector bancario de la elevada influencia que el comerciante tiene sobre el cliente en el momento de la elección por parte de éste del instrumento de pago con el que liquidar sus compras. Esta influencia no ha podido ser más que negativa, si tenemos en cuenta las contínuas muestras de descontento del sector comercial respecto a las condiciones impuestas por las entidades bancarias por la prestación de servicios de pago con tarjetas en sus establecimientos.

7.5.1.2. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LAS ENTIDADES EN LA EMISIÓN DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Al analizar la demanda y la oferta en el mercado se ha podido constatar, de acuerdo con la bibliografía manejada, la existencia de posibles deficiencias en las estrategias de comunicación emprendidas por las entidades emisoras para fomentar el uso de las tarjetas bancarias, lo que, lógicamente, ha debido de afectar negativamente al conocimiento y al uso de estos productos. Entre ellas destacamos las siguientes:

a) Se percibe un desconocimiento del titular de tarjetas respecto a los servicios financieros ofertados a través de estos instrumentos.

b) Las campañas publicitarias, tal y como tradicionalmente se han venido llevando a cabo, no permiten a los clientes recabar información sobre las ofertas de otras entidades diferentes a la suya, con lo cual se impide el que aquellos puedan compararlas al objeto de elegir la mejor opción.

c) Las campañas de promoción que tradicionalmente se han empleado en relación con las tarjetas han fomentado más la simple posesión de estos instrumentos que su uso efectivo.

d) La oferta de tarjetas como complementos de las cuentas corrientes contratadas por la clientela ha tenido dos importantes efectos sobre la difusión de su uso: por un lado, su oferta se ha dirigido, principalmente, a la propia clientela de las entidades y no a la de otras y, por otro lado, su carácter complementario de otros productos ha impedido su conocimiento amplio por parte de los titulares y ha dificultado los intentos de las entidades bancarias por fomentar su uso.

e) El titular español de tarjetas no sólo parece tener escasos conocimientos sobre los servicios financieros que tiene disponibles a través de las tarjetas, sino también sobre sus precios.

f) Debido a las características culturales compartidas por los titulares españoles, debe de haber un reducido interés por parte de éstos a la hora de esforzarse en recabar información en torno a las tarjetas bancarias.

El contraste de las anteriores proposiciones con las opiniones de los expertos arroja los resultados recogidos en los cuadros 7.28 y 7.29.

Del análisis conjunto de los tres sectores considerados se desprende que los expertos comparten en gran medida todas y cada una de las anteriores conclusiones[5]. Además, el grado de consenso alcanzado a la hora de aceptar la mayoría de ellas es elevado.

Respecto al análisis de los resultados por sectores, hay que destacar que, en líneas generales, no se producen grandes discrepancias entre las valoraciones atribuidas por cada uno de ellos a las afirmaciones propuestas, ni siquiera entre los expertos situados en el lado de la demanda (consumidores y

[5] A la hora de interpretar los resultados, nótese que algunas de dichas conclusiones han sido planteadas a los expertos en sentido negativo.

comercios) y los que forman parte de la oferta (banca). Caben hacer, no obstante, algunas apreciaciones sobre los resultados obtenidos. En este sentido, cabe destacar la contundencia con la que el colectivo de representantes de consumidores acepta todas y cada una de las proposiciones, incluso la que se refiere al reconocimiento de la pasividad de los

CUADRO 7.28

Respecto a los resultados de las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					MEDIANA (Me)	DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})
	1	2	3	4	5		
· El titular español de tarjetas está suficientemente informado por parte de su entidad sobre todos los servicios disponibles a través de tarjetas	33,3	24,4	11,1	20,0	11,1	2	1,2
· Las campañas publicitarias existentes permiten al consumidor español estar bien informado sobre las condiciones de las tarjetas ofrecidas por otras entidades bancarias diferentes a la suya	44,4	22,2	15,6	13,3	4,4	2	1
· Tradicionalmente se han utilizado campañas de promoción (premios, regalo de pólizas de seguro, etc.) que han animado más a la posesión de la tarjeta que a su uso	2,2	13,3	13,3	42,2	28,9	4	0,8
· En general, la publicidad sobre las tarjetas ofrecidas por cada banco o caja de ahorros ha ido dirigida a su propia clientela	2,2	6,7	15,6	35,6	40,0	4	0,8
· La tradicional entrega de tarjetas como simples complementos de las cuentas corrientes, y no como productos independientes, ha perjudicado su nivel de conocimiento general por parte de la clientela bancaria, a la vez que ha dificultado los intentos de las entidades emisoras de fomentar y ampliar su uso	4,4	11,1	6,7	44,4	33,3	4	0,8
· El nivel de información que se le ofrece al titular español de tarjetas bancarias sobre los precios de los distintos servicios disponibles con tarjetas y de las demás condiciones contractuales es el adecuado	44,4	26,7	11,1	15,6	2,2	2	0,9
· Los clientes muestran una escasa implicación o interés por conocer todos los aspectos relacionados con este producto	6,7	20,0	17,8	35,6	20,0	4	1

1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.29

Respecto a los resultados de las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· El titular español de tarjetas está suficientemente informado por parte de su entidad sobre todos los servicios disponibles a través de tarjetas	58,8	17,6	11,8	5,9	5,9	1	0,8	25,0	16,7	8,3	41,7	8,3	3,5	1,3	12,5	37,5	12,5	18,8	18,8	2,5	1,2
· Las campañas publicitarias existentes permiten al consumidor español estar bien informado sobre las condiciones de las tarjetas ofrecidas por otras entidades bancarias diferentes a la suya	70,6	5,9	11,8	11,8	0,0	1	0,6	41,7	8,3	25,0	16,7	8,3	2,5	1,3	18,8	50,0	12,5	12,5	6,3	2	0,8
· Tradicionalmente se han utilizado campañas de promoción (premios, regalo de pólizas de seguro, etc.) que han animado más a la posesión de la tarjeta que a su uso	0,0	17,6	11,8	41,2	29,4	4	0,8	0,0	8,3	16,7	25,0	50,0	4,5	0,8	6,3	12,5	12,5	56,3	12,5	4	0,7
· En general, la publicidad sobre las tarjetas ofrecidas por cada banco o caja de ahorros ha ido dirigida a su propia clientela	0,0	11,8	17,6	29,4	41,2	4	0,8	0,0	8,3	33,3	25,0	33,3	4	0,8	6,3	0,0	0,0	50,0	43,8	4	0,6
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.29 (CONTINUACIÓN)

Respecto a los resultados de las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· La tradicional entrega de tarjetas como simples complementos de las cuentas corrientes, y no como productos independientes, ha perjudicado su nivel de conocimiento general por parte de la clientela bancaria, a la vez que ha dificultado los intentos de las entidades emisoras de fomentar y ampliar su uso	0,0	17,6	0,0	52,9	29,4	4	0,6	0,0	8,3	0,0	58,3	33,3	4	0,5	12,5	6,3	18,8	25,0	37,5	4	1,1
· El nivel de información que se le ofrece al titular español de tarjetas bancarias sobre los precios de los distintos servicios disponibles con tarjetas y de las demás condiciones contractuales es el adecuado	76,5	5,9	11,8	5,9	0,0	1	0,6	50,0	33,3	8,3	8,3	0,0	1,5	0,8	6,3	43,8	12,5	31,3	6,3	2,5	1
· Los clientes muestran una escasa implicación o interés por conocer todos los aspectos relacionados con este producto	5,9	17,6	23,5	29,4	23,5	4	0,9	8,3	33,3	16,7	25,0	16,7	3	1,1	6,3	12,5	12,5	50,0	18,8	4	0,8
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

titulares a la hora de recabar información relacionada con el producto en cuestión.

Llama la atención el claro reconocimiento por parte del sector que tiene encomendada la función de informar al mercado, esto es, del sector bancario, de los escasos resultados obtenidos a través de sus campañas de comunicación. Obsérvese que este sector no rechaza ninguna de las proposiciones planteadas al principio de este epígrafe. Pero más sorprende aún el que esta situación no sea considerada importante a la hora de explicar el bajo nivel de utilización de las tarjetas en nuestro país, tal y como se deduce de las respuestas dadas a esta cuestión en epígrafes anteriores (véanse los cuadros 7.24 y 7.25).

A modo de síntesis, los expertos consultados reconocen, con independencia del sector al que pertenezcan, que el titular español de tarjetas es un usuario desinformado sobre los servicios ofrecidos, sobre las condiciones económicas de éstos y en relación con las demás condiciones contractuales relacionadas con el uso de las tarjetas bancarias, sobre todo de las emitidas por entidades distintas a la suya. Esta desinformación de los titulares se debe, tanto a una deficiente estrategia de comunicación de las entidades emisoras de tarjetas, como a un escaso interés de la clientela por recabar la información relacionada con el uso de estos productos.

7.5.1.3. POLÍTICA DE PRECIOS EN LA OFERTA DE SERVICIOS DE PAGO A TRAVÉS DE TARJETAS

Los principales resultados obtenidos en líneas anteriores en relación con la política de precios llevada a cabo por las entidades emisoras de tarjetas en España son los siguientes:

a) Los elevados tipos de interés cobrados por la financiación vía tarjeta, en relación con los existentes en otros países de nuestro entorno, podrían explicar el reducido uso de esta fuente de financiación en el mercado español.

b) El malestar del sector comercial respecto a los tipos de descuento aplicados por las entidades bancarias por el uso de tarjetas en sus establecimientos puede haber provocado una reacción de aquel consistente en desanimar, directa o indirectamente, a su clientela en el uso de dichos instrumentos.

c) Las elevadas comisiones cobradas al titular por la retirada de efectivo en CA perteneciente a una red distinta de la suya pueden haber difuminado en la práctica los beneficios derivados de los acuerdos de "interoperatividad" alcanzados por las tres redes españolas.

d) El nivel de utilización de las tarjetas se vería perjudicado de manera importante en el caso de que las entidades decidieran imponer comisiones por la realización de reintegros de efectivo en cualquier CA o por el pago de bienes y servicios en los comercios.

Las valoraciones realizadas por el conjunto de expertos respecto a cada una de las anteriores afirmaciones se recogen en los cuadros 7.30 y 7.31.

Un primer aspecto a destacar es el elevado nivel de acuerdo existente con todas y cada una de las afirmaciones anteriores, especialmente con la que se refiere a los efectos negativos que tendría sobre el nivel de uso de las tarjetas el cobro de una comisión por utilización de cualquier CA. Respecto al grado de consenso alcanzado en las valoraciones atribuidas a cada proposición, cabe señalar que es bastante elevado, con unas desviaciones medias que en ninguna de las cuestiones supera la unidad.

El análisis por sectores (cuadro 7.31) muestra, además, que no existen entre ellos grandes discrepancias en las valoraciones otorgadas a las

CUADRO 7.30

Hablemos de las políticas de precios seguidas por las entidades emisoras de tarjetas. Indique al respecto su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					MEDIANA (Me)	DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})
	1	2	3	4	5		
· Los altos niveles de tipos de interés por aplazamiento del pago con tarjetas es el principal motivo que explica el reducido uso de esta forma de financiación en España	4,4	13,3	2,2	46,7	33,3	4	0,8
· Los comercios han podido desanimar, directa o indirectamente, el uso de las tarjetas de pago por parte de sus clientes en sus establecimientos, debido al descontento del sector con relación a las tasas de descuento aplicadas por las entidades emisoras	8,9	11,1	11,1	28,9	40,0	4	1
· Toda tarjeta bancaria puede utilizarse en cualquier cajero automático del país. Sin embargo, las elevadas comisiones por el uso de redes distintas a la de su entidad limita en gran medida el disfrute efectivo por parte de los clientes de esta "interoperatividad"	6,7	8,9	13,3	31,1	40,0	4	0,9
· Los costes derivados del pago de bienes y servicios a través de tarjetas en los establecimientos comerciales (tasas de descuento) deberían de ser asumidos también por los titulares de tarjetas y no sólo por los comerciantes	73,3	2,2	8,9	8,9	6,7	1	0,7
· El cobro al titular de una comisión por el uso de la tarjeta en cualquier cajero automático o terminal en punto de venta reduciría de manera importante el uso de estos instrumentos	2,2	6,7	4,4	8,9	77,8	5	0,4
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo							

Fuente: Elaboración propia.

afirmaciones planteadas, salvo en la que se refiere a la posibilidad de compartir los costes por pagos en comercios entre consumidores y comerciantes, algo en lo que estos últimos están en gran medida de acuerdo, mientras que es rechazado de manera contundente por los representantes de los usuarios y de la banca. Igualmente, es preciso destacar el acuerdo unánime e incuestionable de los tres sectores en lo que se refiere a los efectos

CUADRO 7.31

Hablemos de las políticas de precios seguidas por las entidades emisoras de tarjetas. Indique al respecto su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Los altos niveles de tipos de interés por aplazamiento del pago con tarjetas es el principal motivo que explica el reducido uso de esta forma de financiación en España	5,9	17,6	0,0	41,2	35,3	4	0,9	0,0	8,3	0,0	58,3	33,3	4	0,5	6,3	12,5	6,3	43,8	31,3	4	0,8
· Los comercios han podido desanimar, directa o indirectamente, el uso de las tarjetas de pago por parte de sus clientes en sus establecimientos, debido al descontento del sector con relación a las tasas de descuento aplicadas por las entidades emisoras	11,8	23,5	5,9	11,8	47,1	4	1,4	8,3	8,3	8,3	8,3	66,7	5	0,8	6,3	0,0	18,8	62,5	12,5	4	0,5
· Toda tarjeta bancaria puede utilizarse en cualquier cajero automático del país. Sin embargo, las elevadas comisiones por el uso de redes distintas a la de su entidad limita en gran medida el disfrute efectivo por parte de los clientes de esta "interoperatividad"	0,0	0,0	0,0	35,3	64,7	5	0,4	8,3	0,0	16,7	33,3	41,7	4	0,8	12,5	25,0	25,0	25,0	12,5	3	1
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.31 (CONTINUACIÓN)

Hablemos de las políticas de precios seguidas por las entidades emisoras de tarjetas. Indique al respecto su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Los costes derivados del pago de bienes y servicios a través de tarjetas en los establecimientos comerciales (tasas de descuento) deberían de ser asumidos también por los titulares de tarjetas y no sólo por los comerciantes	94,1	5,9	0,0	0,0	0,0	1	0,1	16,7	0,0	25,0	33,3	25,0	4	1	93,8	0,0	6,3	0,0	0,0	1	0,1
· El cobro al titular de una comisión por el uso de la tarjeta en cualquier cajero automático o terminal en punto de venta reduciría de manera importante el uso de estos instrumentos	0,0	0,0	0,0	0,0	100	5	0	0,0	0,0	8,3	16,7	75,0	5	0,3	6,3	18,8	6,3	12,5	56,3	5	0,8
1=en general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

negativos que tendría sobre el uso de las tarjetas la imposición de una comisión por cada retirada de efectivo en CA. Por último, cabe subrayar el reconocimiento por parte del sector bancario de los elevados tipos de interés aplicados al crédito con tarjetas y a sus importantes efectos negativos sobre la demanda de estos productos.

En definitiva, los expertos de todos los sectores están de acuerdo en los efectos negativos que los precios que rigen en el mercado han tenido, directa o indirectamente, sobre el nivel de utilización de las tarjetas en nuestro país, concretamente en lo que se refiere al pago de bienes y servicios en los comercios y a la utilización del crédito disponible a través de tarjetas de crédito. Además, se reconoce que los precios impuestos a los titulares por el uso de redes de CA distintas a la que pertenece su entidad ha difuminado en la práctica los beneficios que cabrían esperar de los acuerdos de "interoperatividad" alcanzados entre aquellas. Por último, existe un acuerdo unánime en el sector de consumidores y de la banca a la hora de señalar los importantes efectos negativos que sobre su nivel de utilización tendría la imposición de nuevas cargas sobre el uso de las tarjetas.

7.5.1.4. LA COMPETENCIA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Las principales conclusiones obtenidas del análisis realizado en líneas anteriores en torno a la competencia en el mercado de tarjetas bancarias pueden resumirse en las siguientes:

a) Una información sobre tarjetas que se ha dirigido, principalmente, a la propia clientela de las entidades, en lugar de a un mercado más amplio que incluyese los clientes de otras empresas competidoras, puede ser señal de la existencia de una escasa rivalidad dentro de la industria de servicios de pago con tarjetas.

b) La publicidad conjunta entre entidades que comercializan una misma marca de tarjeta y los acuerdos para compartir sus respectivos CA, formando grandes redes, han podido reducir la intensidad de la competencia en el mercado entre entidades individuales y centrarla, sin embargo, en la existente entre los grandes sistemas de tarjetas.

c) La competencia en el mercado se ha centrado en el segmento de tarjetas de débito en mayor medida que en las de crédito.

d) El principal instrumento de pago competidor de las tarjetas bancarias en nuestro país no son las tarjetas comerciales o las T&E, sino el efectivo.

Las opiniones de los expertos sobre las cuestiones anteriores se resumen en los cuadros 7.32 y 7.33.

De la información anterior se deduce que los expertos no comparten las opiniones referidas a la falta de competencia entre entidades individuales en el mercado español, ni la que hace referencia a los efectos negativos que sobre el grado de competencia ha podido tener el hecho de compartir CA entre dichas entidades. No toman posiciones los expertos, sin embargo, a la hora de apoyar o desaprobar la afirmación relacionada con la posibilidad de que la publicidad compartida lanzada por las entidades haya podido influir negativamente sobre la competencia en el mercado, ni que esta rivalidad se haya centrado, principalmente, en el segmento de tarjetas de débito. Por su parte, la proposición que se refiere al efectivo como principal instrumento competidor de las tarjetas es ampliamente aceptada por el conjunto de expertos consultados.

Esta discrepancia entre la percepción que tienen los expertos del grado de competencia en el mercado y las conclusiones obtenidas tras el análisis

CUADRO 7.32

A continuación se tratan cuestiones generales relacionadas con la competencia en el mercado español de tarjetas. Indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					MEDIANA (Me)	DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})
	1	2	3	4	5		
· En el mercado de tarjetas existe un alto grado de competencia entre entidades en la captación de nuevos titulares, ya sean éstos clientes de la propia entidad o de otras	6,7	15,6	6,7	26,7	44,4	4	1
· La preferencia por la publicidad conjunta llevada a cabo por bancos y cajas de ahorros para fomentar el uso de determinadas marcas de tarjeta (6.000, Visa Electrón, etc.), en lugar de realizar campañas individuales, afecta negativamente a la competencia	17,8	20,0	37,8	15,6	8,9	3	0,9
· La competencia en el mercado español de tarjetas existe sólo entre los distintos sistemas, pero no entre entidades bancarias individuales	33,3	24,4	11,1	13,3	17,8	2	1,2
· Los acuerdos entre entidades para compartir redes de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta son indispensables y no perjudican en absoluto la competencia en el mercado	4,4	6,7	15,6	20,0	53,3	5	0,9
· La competencia en el mercado español ha sido intensa en el segmento de tarjetas de débito, pero casi inexistente en el de tarjetas de crédito	20,0	28,9	17,8	24,4	8,9	3	1,1
· Centrándonos en el producto, el verdadero competidor de las tarjetas es el efectivo, y no otros productos como las tarjetas comerciales o las T&E	4,4	6,7	8,9	33,3	46,7	4	0,8
*1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo							

Fuente: Elaboración propia.

preliminar realizado en el presente trabajo puede bien deberse a la relatividad del concepto de "competencia". En este sentido, el elevado número de entidades oferentes, en nuestro caso de tarjetas bancarias, en el mercado es una característica directamente ligada al concepto tradicional de competencia que ha podido servir de referencia a los expertos a la hora de dar sus respuestas. Sin embargo, la anterior característica no es suficiente para asegurar la competencia en el mercado, sino que, por el contrario, debe de venir acompañada de una posición activa por parte de las entidades en el desarrollo de sus respectivas estrategias competitivas. Este, entendemos, no

ha sido el caso de las entidades emisoras de tarjetas en nuestro país durante el período analizado en este trabajo.

Así, existen otras características de dicho mercado, además de las ya apuntadas al principio de este epígrafe, que han favorecido la presencia de una escasa rivalidad entre las empresas que operan en él. De este modo, la singularidad de la estructura bancaria española, basada en una de las redes de sucursales más densas del mundo, ha protegido a nuestras entidades de la competencia procedente de empresas extranjeras en el negocio minorista bancario. Por su parte, el dominio ejercido por las entidades bancarias sobre la emisión de tarjetas de pago comerciales ha impedido la competencia intersectorial en la emisión de estos instrumentos.

Existen, además, signos en el mercado que apuntan a la escasa rivalidad entre las empresas existentes. Así, del análisis de las condiciones en las que se han venido ofertando los servicios de pago en el mercado difícilmente puede desprenderse la existencia generalizada de estrategias competitivas de las entidades basadas en precios y/o en la diferenciación de productos, sobre todo si nos referimos a la modalidad de tarjetas de crédito. Pero, quizás, la señal más evidente de esa escasa competencia en el mercado sea la importante escasez de información referida a las distintas tarjetas ofertadas por las entidades, especialmente de aquella que va dirigida a la atracción de clientes de otras entidades competidoras. Cabe recordar que esta situación ha sido reconocida por todos los grupos de expertos consultados, incluido el sector bancario (véase cuadro 7.29).

Otro aspecto que puede explicar la disconformidad de los expertos con las conclusiones obtenidas en nuestro estudio, en lo que se refiere exclusivamente a la competencia en el mercado, es el distinto ámbito temporal considerado en uno y otro caso. Así, las conclusiones obtenidas en este trabajo han sido el resultado del análisis del mercado durante el período 1986-

1997, mientras que las preguntas a los expertos se refieren al momento actual. Tal y como ya nos hemos referido en líneas anteriores, durante los últimos años se están produciendo importantes transformaciones en el mercado español de tarjetas que apuntan hacia una intensificación de la competencia, como son la bajada de tipos de interés del crédito con tarjetas, la proliferación de ofertas de tarjetas *affinity* y *co-branded* o la aparición de importantes programas de fidelización. Igualmente, cabe señalar las estrategias de comunicación emprendidas por entidades individuales, como el *Citibank*, en orden a fomentar el uso de sus propias tarjetas de crédito en el mercado, y no sólo entre su propia clientela, como ha venido siendo práctica habitual en la gran mayoría de entidades. En cualquier caso, los citados acontecimientos han tenido lugar a partir de mediados de los noventa y, a nuestro entender, en nada refleja la situación que ha estado vigente durante el período que aquí ha sido objeto de estudio.

Así, entendemos que hubiese sido deseable, a la hora de preguntar a los expertos sobre esta cuestión, el haber perfilado más el contenido del concepto de "competencia" y haber referido las cuestiones a un período temporal más amplio.

Del análisis por sectores se infieren, prácticamente, las mismas conclusiones generales anteriores, aunque cabe destacar la existencia de un mayor grado de discrepancia entre la opinión de los distintos colectivos que el habido en otros bloques temáticos anteriores. Esta variabilidad de respuestas se debe, principalmente, al contundente rechazo del sector bancario ante cualquier afirmación que ponga en duda el nivel de competencia en el mercado, tal y como se deduce de la otorgación por este sector de valores extremos de la escala (1 y 5) a dichas cuestiones.

CUADRO 7.33

A continuación se tratan cuestiones generales relacionadas con la competencia en el mercado español de tarjetas. Indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· En el mercado de tarjetas existe un alto grado de competencia entre entidades en la captación de nuevos titulares, ya sean éstos clientes de la propia entidad o de otras	17,6	11,8	5,9	23,5	41,2	4	1,2	0,0	25,0	16,7	33,3	25,0	4	0,9	0,0	2,00	0,0	4,00	5,00	5	0,6
· La preferencia por la publicidad conjunta llevada a cabo por bancos y cajas de ahorros para fomentar el uso de determinadas marcas de tarjeta (6.000, Visa Electrón, etc.), en lugar de realizar campañas individuales, afecta negativamente a la competencia	0,0	29,4	47,1	11,8	11,8	3	0,6	0,0	8,3	50,0	33,3	8,3	3	0,6	50,0	18,8	18,8	6,3	6,3	1,5	1
· La competencia en el mercado español de tarjetas existe sólo entre los distintos sistemas, pero no entre entidades bancarias individuales	5,9	23,5	17,6	17,6	35,3	4	1,2	25,0	33,3	8,3	16,7	16,7	2	1,2	68,8	18,8	6,3	6,3	0,0	1	0,5
· Los acuerdos entre entidades para compartir redes de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta son indispensables y no perjudican en absoluto la competencia en el mercado	5,9	5,9	11,8	23,5	52,9	5	0,9	8,3	8,3	33,3	16,7	33,3	3,5	1,1	0,0	6,3	6,3	18,8	68,8	5	0,5
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.33 (CONTINUACIÓN)

A continuación se tratan cuestiones generales relacionadas con la competencia en el mercado español de tarjetas. Indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· La competencia en el mercado español ha sido intensa en el segmento de tarjetas de débito, pero casi inexistente en el de tarjetas de crédito	17,6	23,5	17,6	23,5	17,6	3	1,2	16,7	16,7	16,7	50,0	0,0	3,5	1	25,0	43,8	18,8	6,3	6,3	2	0,8
· Centrándonos en el producto, el verdadero competidor de las tarjetas es el efectivo, y no otros productos como las tarjetas comerciales o las T&E	5,9	0,0	0,0	35,3	58,8	5	0,6	0,0	25,0	33,3	16,7	25,0	3	0,9	6,3	43,8	0,0	0,0	50,0	4,5	0,7
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

7.5.1.5. ASPECTOS ESTRUCTURALES DEL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Del análisis de la bibliografía manejada en el presente trabajo de investigación se han inferido las siguientes conclusiones en torno a las características estructurales del mercado de tarjetas y a sus posibles relaciones con el nivel de utilización de estos instrumentos de pago en nuestro país:

a) La existencia de varios sistemas de tarjetas ha impedido que se monopolice este negocio en España, tal y como ha ocurrido en otros países, favoreciendo así el desarrollo del mercado.

b) La pequeña dimensión y el gran número de establecimientos comerciales minoristas en España han perjudicado la extensión del uso de las tarjetas de pago bancarias en nuestro país.

c) La amplia difusión de CA y TPV en España no se ha realizado con una orientación al mercado, sino que, principalmente, es consecuencia de las características estructurales de nuestro sector bancario y del comercial.

d) El parque español de CA parece estar muy poco concentrado en las grandes capitales y, por el contrario, bien distribuido en todo el territorio nacional, lo que ha podido favorecer el acceso a estos sistemas por parte de una mayor cantidad de población y, con ello, el uso de los instrumentos que los accionan.

Las valoraciones que los expertos realizan de cada una de las anteriores conclusiones se recogen en los cuadros 7.34 y 7.35

De las proposiciones planteadas, los expertos discrepan en la consideración de las peculiaridades de nuestro sector comercial como una de las causas que ha dificultado la extensión del uso de las tarjetas de pago bancarias en España. El hecho de que los establecimientos comerciales sean

CUADRO 7.34

Con relación a la estructura del mercado español de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					MEDIANA (Me)	DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})
	1	2	3	4	5		
· La existencia en un futuro de una sola red de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta, en lugar de las tres actuales, traería consigo ventajas tanto para los titulares de tarjetas como para los comerciantes	28,9	4,4	24,4	22,2	20,0	3	1,2
· Las peculiaridades de la red comercial española, entre las que se encuentran el elevado número de establecimientos comerciales y la pequeña dimensión de éstos, han obstaculizado la difusión del uso de las tarjetas de pago bancarias entre la población española	28,9	31,1	6,7	20,0	13,3	2	1,2
· El elevado número de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta existente en España no responde a una demanda real de estos servicios por parte de la clientela, sino que tiene su explicación en la elevada densidad de las redes de sucursales bancarias	8,9	26,7	8,9	48,9	6,7	4	1
· La concentración de los cajeros automáticos y terminales en puntos de venta principalmente en las grandes capitales de provincia impide que las tarjetas bancarias lleguen a convertirse en un instrumento generalmente aceptado entre la población, tal y como lo es el efectivo	15,6	40,0	20,0	20,0	4,4	2	0,9

*1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

los lugares físicos donde se ubican los TPV para ofrecer los servicios de pago con tarjetas podría sugerir, en principio, que la extensa red comercial española ha favorecido, más que perjudicado, la extensión del uso de las tarjetas de pago bancarias. Sin embargo, un análisis más profundo de la información disponible indica que la pequeña dimensión de los establecimientos comerciales españoles favorece el uso del efectivo en detrimento del resto de instrumentos de pago. No podemos olvidar al respecto algo que ya se ha señalado en capítulos anteriores y que se refiere a que, de acuerdo con el

Banco de España, en torno al 40 por 100 de los TPV instalados en los comercios están inactivos. En cualquier caso, cabe advertir el escaso consenso existente entre los expertos a la hora de valorar esta cuestión, tal y como se deduce de la escasa concentración de las respuestas y la relativamente elevada desviación media.

En lo que se refiere a las demás conclusiones, no existe acuerdo con los contenidos de la referida a los posibles efectos beneficiosos de la futura existencia de una sola red de CA en nuestro país, proposición que si bien no es rechazada, si ha obtenido una valoración neutra, aunque con un reducido grado de consenso.

En líneas generales, no existen grandes discrepancias entre sectores a la hora de valorar cada una de las cuestiones planteadas. En este sentido, únicamente cabe destacar la elevada valoración que el sector comercial otorga a la afirmación de que la existencia de una sola red de CA y TPV traería consigo ventajas para consumidores y comerciantes. Ello probablemente se deba a que ningún otro colectivo ha soportado tanto los inconvenientes de mantener distintas redes de CA y TPV como el comercial. Nos referimos a los inconvenientes asociados al mantenimiento de varios TPV diferentes en el establecimiento y a la admisión de una gran diversidad de marcas de tarjetas.

Dentro de cada colectivo, es preciso destacar la dispersión de las respuestas dadas en torno a la única afirmación rechazada por el conjunto de expertos, esta es, la referida a los posibles efectos negativos que las características de la red comercial española han podido tener sobre el nivel de uso de las tarjetas bancarias. Así, en la mayoría de dichos grupos la desviación media alcanza un valor igual o superior a la unidad.

CUADRO 7.35

Con relación a la estructura del mercado español de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· La existencia en un futuro de una sola red de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta, en lugar de las tres actuales, traería consigo ventajas tanto para los titulares de tarjetas como para los comerciantes	41,2	0,0	23,5	17,6	17,6	3	1,4	16,7	0,0	16,7	16,7	50,0	4,5	1,2	25,0	12,5	31,3	31,3	0,0	3	0,9
· Las peculiaridades de la red comercial española, entre las que se encuentran el elevado número de establecimientos comerciales y la pequeña dimensión de éstos, han obstaculizado la difusión del uso de las tarjetas de pago bancarias entre la población española	17,6	41,2	5,9	23,5	11,8	2	1,1	66,7	8,3	0,0	8,3	16,7	1	1	12,5	37,5	12,5	25,0	12,5	2,5	1,1
· El elevado número de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta existente en España no responde a una demanda real de estos servicios por parte de la clientela, sino que tiene su explicación en la elevada densidad de las redes de sucursales bancarias	0,0	52,9	11,8	29,4	5,9	2	0,9	16,7	16,7	0,0	66,7	0,0	4	0,8	12,5	6,3	12,5	56,3	12,5	4	0,8
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.35 (CONTINUACIÓN)

Con relación a la estructura del mercado español de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· La concentración de los cajeros automáticos y terminales en puntos de venta principalmente en las grandes capitales de provincia impide que las tarjetas bancarias lleguen a convertirse en un instrumento generalmente aceptado entre la población, tal y como lo es el efectivo	0,0	17,6	35,3	41,2	5,9	3	0,7	41,7	41,7	8,3	8,3	0,0	2	0,7	12,5	62,5	12,5	6,3	6,3	2	0,6
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo																					

Fuente: Elaboración propia.

7.5.1.6. UTILIZACIÓN DE LA FINANCIACIÓN VÍA TARJETAS DE CRÉDITO EN ESPAÑA

Las principales conclusiones obtenidas a lo largo del presente trabajo de investigación relacionadas con la infrautilización del crédito al consumo disponible a través de tarjetas son las siguientes:

a) El titular español de tarjetas de crédito no parece estar mentalizado de que dispone de un crédito al consumo instantáneo mediante la utilización de estos instrumentos.

b) Las fórmulas utilizadas por las entidades para dar acceso a sus clientes al crédito vía tarjetas pueden llegar a ser complejas.

c) Las entidades bancarias españolas nunca han apostado firmemente por el fomento del uso de estos servicios financieros.

d) Existe una importante falta de información al cliente sobre todos los aspectos que conciernen al uso del crédito vía tarjetas.

e) La posible falta de cultura financiera de la clientela, reflejada en una falta de interés hacia los servicios con tarjetas, no parece tener tanta importancia para explicar la infrautilización del crédito vía tarjetas como la tiene otros aspectos, como son la desinformación al cliente, la complejidad del acceso a este crédito, la falta de publicidad para fomentar su uso, etc.

Las posturas u opiniones de los expertos sobre los temas abordados en este caso se resumen en los cuadros 7.36 y 7.37.

De acuerdo con los datos anteriores, en general se aceptan todas y cada una de las proposiciones planteadas, de forma que en España, según los expertos, existe un titular interesado por la utilización de esta forma de crédito, pero desinformado sobre todo lo que concierne a este servicio y no

mentalizado de su disponibilidad. Ello se debería, entre otros factores, a una falta de interés de las entidades bancarias por fomentar este tipo de negocio. No existe, sin embargo, una posición clara de los expertos ante la afirmación que se refiere a la complejidad que tiene el acceso a esta forma de financiación.

CUADRO 7.36

Centrándonos en las posibles razones que explican el reducido uso del crédito vía tarjetas en España, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					MEDIANA (Me)	DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})
	1	2	3	4	5		
· Hoy en día, la mayoría de los titulares de tarjetas de crédito conciben a este instrumento como medio para diferir el pago al mes siguiente gratuitamente, y no como una forma alternativa de disponer de un crédito al consumo	4,4	2,2	4,4	37,8	51,1	5	0,7
· La forma de acceso a este tipo de crédito es compleja para el cliente	26,7	22,2	11,1	26,7	13,3	3	1,3
· Las entidades bancarias españolas no se han preocupado suficientemente por fomentar el uso del crédito vía tarjetas entre la clientela	2,2	13,3	20,0	44,4	20,0	4	0,7
· Generalmente, el cliente se encuentra desinformado sobre todo lo que concierne al uso del crédito con tarjetas (tipos de interés aplicados, condiciones de devolución del crédito, forma de utilización de esta fuente de financiación)	2,2	11,1	6,7	24,4	55,6	5	0,8
· Las estrategias de comunicación y políticas de precios en torno al crédito con tarjetas son las correctas. Su reducido uso se debe únicamente a una actitud reacia de la demanda hacia estas formas de financiación	24,4	51,1	6,7	15,6	2,2	2	0,7
1=En general, en desacuerdo; 2=parcialmente en desacuerdo;3=ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=parcialmente de acuerdo; 5=en general, de acuerdo							

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 7.37

Centrándonos en las posibles razones que explican el reducido uso del crédito vía tarjetas en España, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5*

	Consumidores							Comercios							Bancos						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Hoy en día, la mayoría de los titulares de tarjetas de crédito conciben a este instrumento como medio para diferir el pago al mes siguiente gratuitamente, y no como una forma alternativa de disponer de un crédito al consumo	5,9	47,1	0,0	0,0	47,1	4	0,6	8,3	8,3	8,3	33,3	41,7	4	0,9	0,0	0,0	6,3	31,3	62,5	5	0,4
· La forma de acceso a este tipo de crédito es compleja para el cliente	11,8	23,5	5,9	41,2	17,6	4	1,1	0,0	41,7	16,7	16,7	25,0	3	1,1	62,5	6,3	12,5	18,8	0,0	1	0,9
· Las entidades bancarias españolas no se han preocupado suficientemente por fomentar el uso del crédito vía tarjetas entre la clientela	5,9	11,8	17,6	52,9	11,8	4	0,7	0,0	16,7	16,7	50,0	16,7	4	0,7	0,0	12,5	25,0	31,3	31,3	4	0,8
· Generalmente, el cliente se encuentra desinformado sobre todo lo que concierne al uso del crédito con tarjetas (tipos de interés aplicados, condiciones de devolución del crédito, forma de utilización de esta fuente de financiación)	0,0	0,0	5,9	5,9	88,2	5	0,2	0,0	8,3	16,7	8,3	66,7	5	0,7	6,3	25,0	0,0	56,3	12,5	4	0,8
· Las estrategias de comunicación y políticas de precios en torno al crédito con tarjetas son las correctas. Su reducido uso se debe únicamente a una actitud reacia de la demanda hacia estas formas de financiación	35,3	47,1	0,0	11,8	5,9	2	0,8	25,0	58,3	8,3	8,3	0,0	2	0,5	12,5	50,0	12,5	25,0	0,0	2	0,8
***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante																					

Fuente: Elaboración propia.

Por sectores, existe un elevado grado de concordancia a la hora de valorar las cuestiones planteadas, excepto en la que se refiere a la complejidad del acceso al crédito suministrado mediante tarjetas. En este caso, el sector bancario rechaza rotundamente esta afirmación, aunque con un reducido consenso entre los encuestados, mientras es ampliamente aceptada por consumidores y, en menor medida, por los representantes de los comercios. Es importante destacar, el reconocimiento por parte de la banca de aspectos tales como su falta de interés por fomentar la utilización del crédito vía tarjetas o la escasa información recibida por el cliente respecto a este servicio. Asimismo, se reconoce que no es, en este caso, la actitud reacia de la clientela una causa explicativa de la infrautilización de estos servicios. Por último, es preciso subrayar el elevado grado de consenso alcanzado por los integrantes de cada colectivo en sus respuestas.

CAPÍTULO 8

PERSPECTIVAS FUTURAS DEL MERCADO DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA

CAPÍTULO 8

PERSPECTIVAS FUTURAS DEL MERCADO DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA

A lo largo del presente trabajo de investigación se han ido destacando los principales aspectos que, en la actualidad, explican el limitado uso de las tarjetas de pago bancarias en nuestro país. Algunos de ellos han mostrado signos de mejora durante los últimos años, mientras que otros han permanecido insensibles ante las presiones ejercidas por los cambios procedentes del entorno y del propio mercado. En cualquier caso, con sus atributos positivos y negativos, la industria española de servicios de pago a través de tarjetas se enfrentará en un futuro próximo ante profundos cambios en su entorno y a grandes retos, muchos de ellos acompañados de la incertidumbre que significa el no contar con ningún antecedente histórico, como son la culminación de la tercera fase de la UEM o la consolidación definitiva del comercio electrónico como nueva forma de venta a distancia de bienes y servicios. En ambos procesos se espera que las tarjetas bancarias jueguen un papel protagonista, lo que significa una gran oportunidad para conseguir el arraigo definitivo de su uso en nuestro país, pero también la responsabilidad por parte de sus oferentes de suministrarlas al público en condiciones lo suficientemente atractivas como para animar su utilización.

Además, las continuas transformaciones que acontecen en la actividad bancaria y que, previsiblemente, se mantendrán en un futuro, obliga a las entidades a orientar su negocio minorista en torno a dos ejes principales: la mejora de la calidad de los servicios ofrecidos al cliente y la reestructuración de

sus canales de distribución. En ambos casos, las tarjetas bancarias juegan también un papel fundamental en su consecución.

En este capítulo se profundiza en los aspectos anteriores. Para ello, hemos creído conveniente comenzar, en un primer apartado, con una recapitulación de las principales tendencias y transformaciones que se han venido manifestando en nuestro mercado de tarjetas bancarias, principalmente, desde mediados de los noventa. En el siguiente apartado, se abarca el tema correspondiente al comercio electrónico, centrándonos en las oportunidades que ofrece al desarrollo de las tarjetas bancarias. En un tercer apartado, se realiza un análisis de las distintas repercusiones -técnicas, competitivas y sobre el efectivo en circulación- que la culminación de la UEM puede tener sobre el uso del instrumento de pago objeto de estudio. En un cuarto apartado, se hace un recorrido por las tendencias presentes y previstas en relación con el negocio minorista bancario, prestando especial atención al papel que pueden desempeñar las tarjetas de pago. En un último apartado se exponen los resultados de una consulta realizada a los expertos en la materia sobre su grado de acuerdo o desacuerdo en relación con las conclusiones más importantes obtenidas a lo largo del capítulo, en lo que se refiere a los principales factores que tienden a incrementar el protagonismo de las tarjetas bancarias en un futuro.

8.1. TENDENCIAS ACTUALES EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

Como hemos podido constatar a lo largo del presente trabajo de investigación, desde la segunda mitad de los noventa, principalmente, la industria de las tarjetas bancarias en España está inmersa en un profundo, aunque, en algunos casos, tímido proceso de transformación, que no cuenta con precedentes en su historia y que apunta hacia la mejora de las condiciones de precios, competencia, información, etc., en las que son ofrecidos estos

servicios en el mercado. A modo de recapitulación, los principales factores que han provocado tal dinamismo en el mercado y que, con toda probabilidad, marcarán su desarrollo futuro pueden resumirse en los siguientes (figura 8.1):

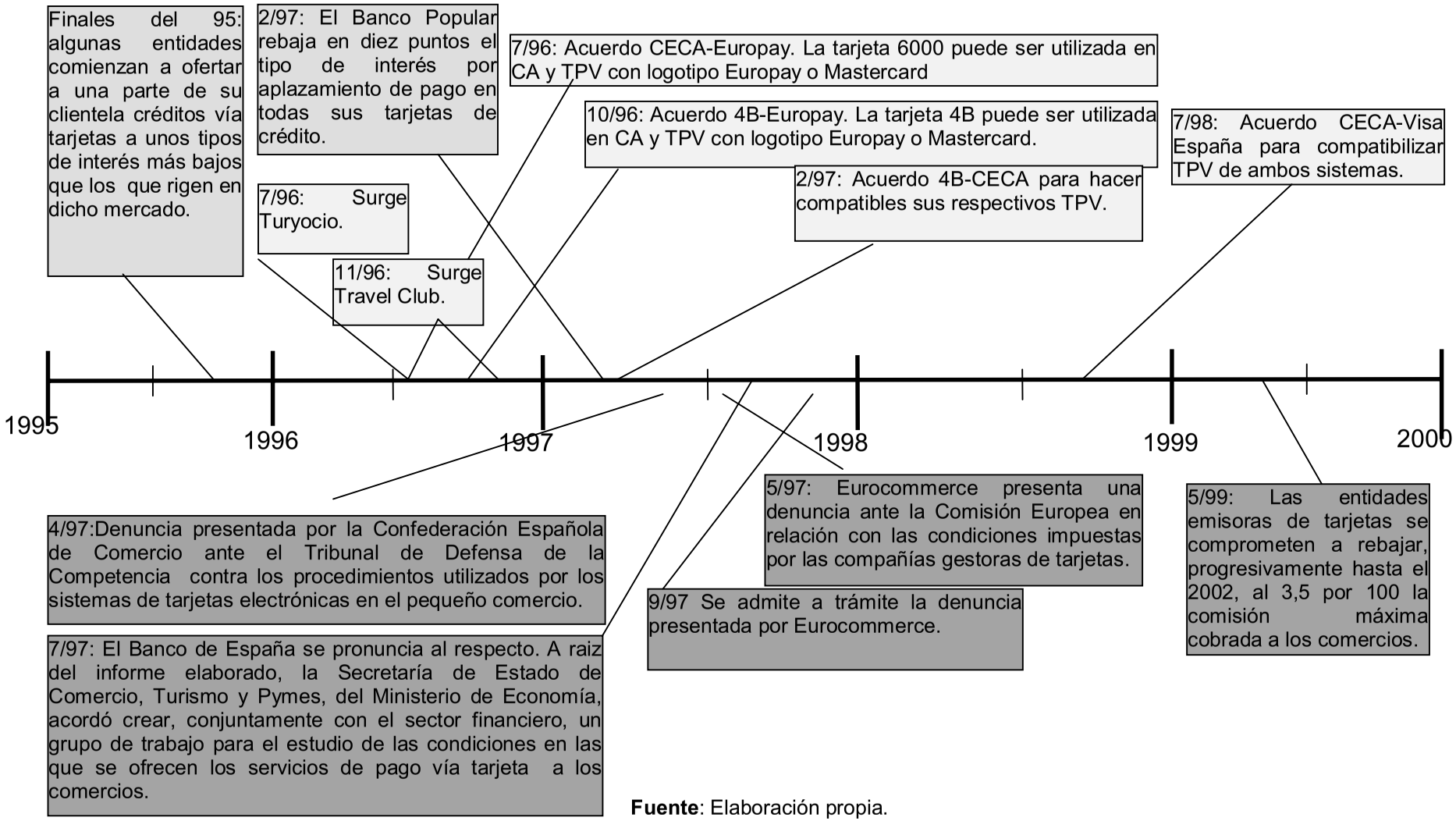
- Los acuerdos alcanzados por las marcas nacionales de tarjetas -*6000* y *4B*- con *Europay*.
- La reacción de los comerciantes ante las condiciones de oferta de los servicios de pago vía tarjetas.
- Los tímidos pasos dados por las entidades de depósito españolas en lo que se refiere a la explotación de las financiación vía tarjetas.
- Cambios en las estrategias de comunicación de las entidades emisoras.

En los siguientes párrafos profundizaremos en cada uno de los anteriores aspectos.

Hemos destacado los acuerdos alcanzados por los sistemas nacionales de tarjetas con *Europay* como uno de los acontecimientos más importantes ocurridos en el mercado durante los últimos años. ¿Cuál es la razón por la que son tan relevantes? Dichos acuerdos van a repercutir en la industria española de tarjetas bancarias, al menos, de tres formas diferentes: en primer lugar, internacionalizando aún más las tarjetas de marcas nacionales *6000* y *4B*, debido a que, tras dicho acuerdo, estas marcas podrán ser utilizadas en cualquier CA o TPV del mundo que contenga el logotipo de *Europay* o *Mastercard*. Ello significa que cuando los usuarios españoles de tarjetas viajen al exterior no estarán ya obligados a llevar consigo tarjetas de marca internacional; en segundo lugar, los acuerdos de *Europay* con ambos sistemas nacionales han permitido que éstos consigan la compatibilidad entre sus respectivas redes de TPV en el ámbito nacional, situación ésta que sólo se

FIGURA 8.1

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS PRODUCIDOS EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS DURANTE LA SEGUNDA MITAD DE LOS AÑOS NOVENTA



Fuente: Elaboración propia.

daba en otras tarjetas de marca internacional, como la *Visa Electrón*, y que, por tanto, confería a ésta una mayor aceptabilidad en el mercado y una ventaja competitiva sobre las demás tarjetas de débito; por último, se han abierto las puertas de nuestro mercado de manera efectiva a la principal marca competidora de *Visa* en Europa. Si bien esta apertura se ha centrado inicialmente en las tarjetas modalidad de débito, nuevos acuerdos pueden llevar a romper con el dominio prácticamente absoluto que la marca *Visa* ha tenido hasta nuestros días en el segmento de tarjetas de crédito[1], situación que, como ya se ha apuntado, tan sólo se presenta en otro país de nuestro entorno: Finlandia.

Además, los acuerdos alcanzados por la CECA y *4B* parecen haber incentivado la colaboración en otros terrenos. Valga como ejemplo el acuerdo firmado el 26 de febrero de 1997 mediante el cual todas las transacciones realizadas con una tarjeta de marca *Visa* que hubiese sido emitida por entidades pertenecientes a alguno de estos sistemas serían intercambiados entre ambos de manera directa, no como hasta ese momento, que estaban obligados a pasar por un nodo de comunicaciones del centro procesador de tarjetas *SERMEPA* -participado por *Visa España*- y, por tanto, a pagar una tarifa que ascendía a 17 pesetas por transacción. Ello suponía un ahorro de 255 millones de pesetas anuales para las entidades firmantes[2]. Adicionalmente, en el mismo año, ambos sistemas nacionales firmaron un acuerdo para hacer compatibles sus respectivos monederos electrónicos, hecho que significaba el primer paso de este tipo dado en el mercado español. Habría que esperar hasta julio de 1998 para que *Visa España* firmase un acuerdo similar[3].

[1] Sobre este último aspecto cabe señalar que la emisión de tarjetas de crédito bajo la marca *Europay*/*Mastercard* puede ser, según algunos expertos, una solución para fomentar el uso del crédito rotativo en nuestro país. Ello es debido al fracaso de la marca *Visa* en la promoción del uso de dicho tipo de crédito, lo que ha llevado a que la clientela conciba las tarjetas *Visa* como tarjetas de débito diferido -pago al mes siguiente- y no como un verdadero instrumento de crédito. La emisión de tarjetas de crédito bajo otra marca podría romper con dicha imagen y animar al público al uso de la financiación disponible (Brown, 1996, p. 12).

[2] Véanse la revista Ahorro de 4/97 (nº 318) y diario Expansión de 27/2/97.

[3] Véanse la revista Ahorro de 5/97 (nº 319) y de 9/98 (nº 335).

En definitiva, todo parece indicar que se están redistribuyendo las fuerzas competitivas en el mercado, de forma que se favorecerá la mayor competencia entre los distintos sistemas de tarjetas en un futuro.

Otro aspecto que, posiblemente, afectará al desarrollo del mercado de tarjetas bancarias durante los próximos años se refiere a la reducción de los descuentos sobre ventas aplicados al sector comercial. Los datos indican que durante los últimos años ha descendido el nivel medio de descuento aplicado sobre las ventas de dicho sector por parte de las entidades emisoras, tendencia que cabe esperar que se intensifique en un futuro, como consecuencia de la contundencia con la que las principales asociaciones representantes de los comerciantes han denunciado su situación ante las máximas autoridades competentes, tanto en el ámbito europeo, como a nivel nacional. Pese a que a la fecha de finalización de este trabajo ni la Comisión Europea ni el Tribunal de Defensa de la Competencia en España se han pronunciado sobre las denuncias presentadas por el sector comercial[4], la presión ejercida por este colectivo ya ha dado algunos frutos en el caso español, como ha sido el acuerdo alcanzado con los emisores de tarjetas en torno a la reducción de los niveles máximos de tipos de descuento aplicados. De cumplirse este último acuerdo, se aliviarían las fuertes tensiones generadas en las relaciones entre ambos sectores, principalmente durante los últimos años, y se alejaría, de este modo, la posibilidad de que los comerciantes puedan tomar medidas más drásticas en contra de la aceptación de estos instrumentos de pago, tal y como ya ha ocurrido en otros países. Cabe añadir que el citado acuerdo llega en un momento próximo al de la introducción del euro, proceso que puede verse favorecido en gran medida mediante el uso de las tarjetas de pago bancarias en los puntos de venta comerciales en lugar del efectivo nominado en euros.

[4] No obstante, cabe hacer referencia a que el Tribunal de Defensa de la Competencia sí ha manifestado su opinión sobre determinados aspectos relacionados con la competencia en el mercado de tarjetas en el informe que elaboró en 1999 a instancia del Congreso de los Diputados y cuyos resultados más importantes ya se han expuesto en este trabajo (véase apartado 7.4.4).

La apuesta de nuestras entidades bancarias por llevar a cabo medidas tendentes a fomentar el uso del crédito rotativo a través de tarjetas amplía las posibilidades de expansión futura del uso de estos instrumentos. Así, la reducción de los tipos de interés aplicados a dicha modalidad de crédito y la oferta a sus titulares de fórmulas más flexibles para su utilización han roto, por primera vez, con la atonía que desde sus comienzos ha caracterizado a este segmento del mercado. Es de esperar, pues, que tras estos primeros pasos asistamos en los próximos años a una intensificación de la competencia entre entidades, tanto bancarias como ajenas al sector, en la línea de negocio relacionada con la financiación al consumo vía tarjetas, lo que traerá consigo una oferta más amplia de tales servicios y unas condiciones económicas más atractivas para los usuarios de tarjetas.

Por último, cabe mencionar los efectos positivos que sobre el uso de las tarjetas están teniendo algunos cambios en las estrategias de comunicación de las entidades emisoras. Así, en lo que respecta a programas de incentivos, hay que destacar la aparición de distintos programas de fidelización, como *Turyocio* o *Travel Club*. Frente a otras medidas de incentivos, que premiaban la simple posesión de la tarjeta o su uso en el corto plazo, por ejemplo, mediante sorteos, estos programas van dirigidos a incentivar el uso de estos instrumentos para el pago de bienes y servicios y, quizás más importante, a fidelizar a sus titulares en su uso a largo plazo. Cabe destacar, también, la emisión de las denominadas tarjetas *affinity* y *co-branded* que, como ya se ha visto, de acuerdo con los responsables de algunas entidades generan mayores volúmenes de negocio que las tradicionales. Pero, quizás, el aspecto más meritorio que es atribuible, tanto a los citados programas de fidelización, como a los de tarjetas *affinity* y *co-branded*, sea el de haber conseguido que las tarjetas bancarias, que hasta ahora sólo eran un valor añadido o un producto marginal ofrecido a los clientes en el momento de abrir una cuenta bancaria, sean ofrecidas de manera independiente y se conviertan en una herramienta de vinculación de la clientela frente a la entidad emisora. El hecho de

generalizarse la emisión de tarjetas de manera independiente significa que el mercado objetivo deja de estar constituido únicamente por la clientela de cada entidad y se amplía para abarcar a la de otras entidades, lo cual sólo puede favorecer la intensificación, en un futuro, de la competencia en el mercado.

En definitiva, de lo visto en las líneas anteriores se deduce que los progresos realizados en el mercado español de tarjetas durante los últimos años permiten, por sí solos, vaticinar para el futuro una acentuación de la competencia entre las entidades emisoras de tarjetas bancarias. Con vistas de futuro, los esfuerzos que estas últimas realicen para atraer a los clientes ajenos a su entidad y el despliegue paralelo de la información necesaria para ello incrementarán la denominada "cultura financiera" de los titulares de tarjetas, haciéndolos más exigentes con las cualidades del producto adquirido. Como consecuencia de ello, las entidades se verán presionadas a mejorar las condiciones económicas con las que ofrecen estos servicios a sus clientes y a prestar una mayor atención al acatamiento de las recomendaciones comunitarias en sus contratos. Si a todo lo anterior añadimos, por un lado, la propia tendencia del mercado durante la última década, caracterizada por un crecimiento prácticamente generalizado y constante en todos los países de la UE en dotación de tarjetas, TPV, CA, etc., y en el número de transacciones per cápita realizadas con estos sistemas, y, por otro lado, el posible cumplimiento por parte de la Comisión del compromiso que ha asumido en la reciente Recomendación 97/489/CE, según el cual supervisará el cumplimiento de dicha recomendación y, de creer insuficiente su grado de aplicación, propondrá una normativa vinculante para los Estados miembros, podemos presumir que el escenario futuro reunirá, previsiblemente, las condiciones necesarias para el arraigo definitivo del uso de las tarjetas de pago bancarias entre la población española.

Si todo lo anterior acontece en la propia industria de las tarjetas bancarias, en su entorno se van a producir durante los próximos años profundas transformaciones que, de manera directa o indirecta, afectarán

positivamente al uso de estos instrumentos. Así, la culminación de la tercera fase de la UEM, la extensión del comercio electrónico o la propia evolución del negocio bancario, donde se insertan los sistemas de pago con tarjetas, son procesos irreversibles a los que dichos sistemas tendrán que amoldarse en un futuro, si quieren aprovechar la ocasión de erigirse como los instrumentos de pago por excelencia del próximo siglo. A profundizar sobre estos aspectos dedicamos el resto del capítulo.

8.2. NUEVAS APLICACIONES TECNOLÓGICAS Y OPORTUNIDADES PARA LAS TARJETAS DE PAGO BANCARIAS: EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Por diversos motivos, principalmente de seguridad, las tarjetas de pago bancarias tienden a implantarse definitivamente como los principales instrumentos de pago en *Internet* (Márquez, 1996, p. 54). De ser así, la industria de tarjetas de pago bancarias se enfrentan a un mercado que, a pesar de su juventud, espera facturar, según las previsiones más pesimistas, 80.000 millones de pesetas en España y 30.000 millones de dólares a nivel mundial en el año 2000[5], cifras que recogen un crecimiento espectacular si tenemos en cuenta que las respectivas facturaciones en 1997 fueron de 828 millones de pesetas y de 500 millones de dólares. Para entender qué razones justifican estas previsiones tan optimistas hemos creído conveniente dedicar el siguiente apartado a profundizar sobre la naturaleza y posibilidades que ofrece el comercio electrónico vía *Internet* a las empresas y a los consumidores.

[5] Las estimaciones respecto al mercado español proceden de la Subdirección General de Estudios del Sector Exterior (1998, p. 5) y las que se refieren al ámbito mundial de *Visa International* (Melle, 1998, p. 92).

8.2.1. ASPECTOS GENERALES RELACIONADOS CON EL COMERCIO ELECTRÓNICO

La diversificación de las líneas tradicionales de negocio en las entidades financieras y en las empresas de la distribución comercial ha provocado la progresiva confluencia de sus respectivos intereses, de forma que la tendencia en ambos sectores es la de suministrar al cliente una "oferta global", caracterizada por la integración de las funciones de distribución y financiación. La última manifestación de esta tendencia la constituye el desarrollo del denominado "comercio electrónico".

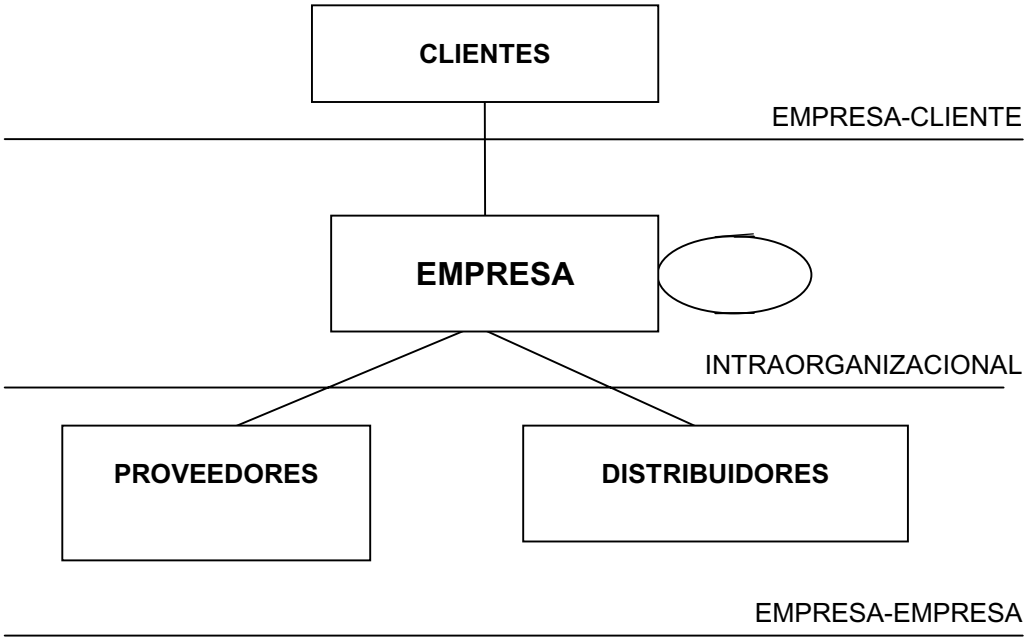
Si bien por "comercio electrónico" se entiende, en un sentido genérico, el conjunto de transacciones comerciales que tienen lugar a través de medios electrónicos -dando así cabida a aquellas que se realizan a través de fax, teléfono o televisión-, en la práctica se ha restringido para referirse a aquellas formas comerciales que permiten a los clientes realizar el acto de compra desde sus propios domicilios utilizando un ordenador personal previamente conectado a través de una red de comunicaciones con las empresas de distribución (Subdirección General de Estudios del Sector Exterior, 1998, pp. 3-4).

La dificultad a la hora de delimitar su contenido se debe a que en *Internet* convergen diversas fases del proceso de compra-venta que en otros mercados están separadas espacial y/o temporalmente, tales como la información, argumentación, la venta, operaciones de cobro y pago, atención al cliente, control de inventario, etc., dando lugar a que su área de actuación no se limite únicamente a la relación empresa-consumidor final, sino que se ha extendido a la relaciones con otras empresas, ya sean proveedores o distribuidores de sus productos e, incluso, con la propia organización (figura 8.2).

Las ventajas principales de esta nueva forma de comercio se derivan de la práctica eliminación de las barreras que separan al canal de distribución de sus potenciales clientes, esto es, rompe con los límites geográficos y temporales del mercado al que éstos pueden acceder para llevar a cabo el proceso de compra. Ello es posible gracias a la denominada *World Wide Web* (WWW) o "telaraña mundial", sistema basado en la tecnología *HiperText* (Hipertexto), que permite, a través de sus enlaces (*Link*), la conexión entre distintas partes de un documento o, incluso, con otros que pueden estar situados en cualquier lugar del mundo, a la vez que posibilita la presentación de los documentos con información "multimedia", es decir, utilizando elementos del área editorial -texto, fotografía y gráficos- y del área audiovisual -animaciones, sonido y vídeo- (RedCSEA, 1998, p. 12).

FIGURA 8.2

ÁREAS TRANSACCIONALES ASOCIADAS AL COMERCIO ELECTRÓNICO

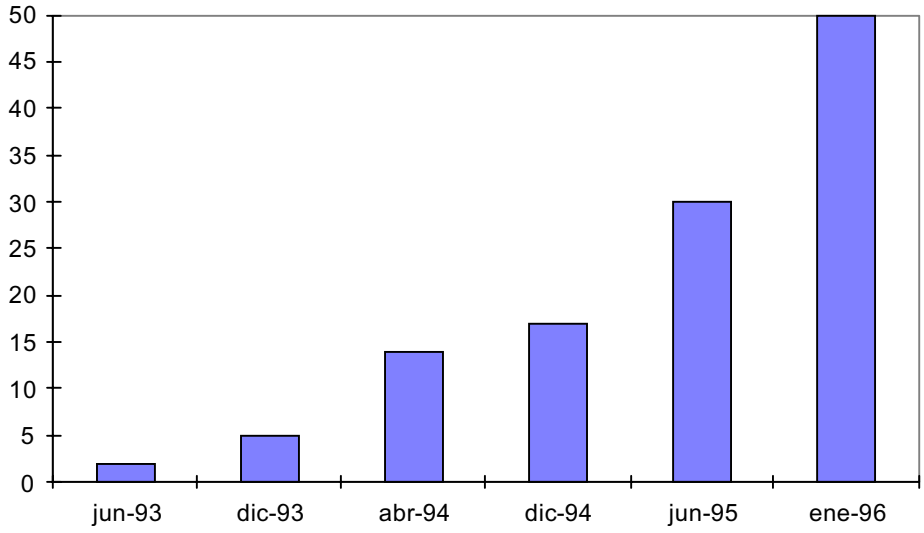


Fuente: Elaboración propia.

Tras la aparición a principios de los noventa de la *World Wide Web*, no pasaron desapercibidas para el sector comercial las enormes posibilidades que dicha red ofrecía como canal de distribución de sus productos/servicios. Muestra de ello ha sido el incremento espectacular desde entonces de páginas Web para fines comerciales en la red, de tal forma que si en 1993 no representaban ni el 5 por 100 del total de páginas disponibles a través de *Internet*, tan sólo dos años después, en 1995, suponían en torno al 50 por 100 (figura 8.3).

FIGURA 8.3

EVOLUCIÓN DE WEB COMERCIALES EN LA RED *INTERNET*, 1993-1996
(PORCENTAJES SOBRE EL TOTAL DE PÁGINAS EN LA RED)



Fuente: Ranz (1997, p. 130).

Ello fue debido a que, desde el punto de vista de la empresa, la posibilidad de que sus productos puedan ser pedidos, pagados y, en algunos casos, suministrados a través de la misma red a mercados hasta ahora inaccesibles y durante las 24 horas del día, puede permitirle la obtención de importantes economías -de escala, de alcance y de transacción[6]-, al mismo

[6] A modo de ejemplo (OCDE, 1998, pp. 1-10), un informe elaborado por la empresa estadounidense *Micron Computers* constató la mayor productividad de la empresa como consecuencia del uso del comercio electrónico. En concreto, el personal encargado de las

tiempo que, en sus relaciones con clientes finales, le posibilita responder a la creciente demanda de éstos referida a una mayor comodidad en el suministro, rapidez[7], menores precios, productos y servicios más sofisticados, etc.

Existe un consenso generalizado a la hora de prever la enorme difusión futura que estas nuevas formas de venta tendrán en los principales países desarrollados (cuadro 8.1). A ello van a contribuir, no sólo las ventajas ya citadas, sino también la apuesta de los principales organismos internacionales -Comisión Europea, OCDE, OMC, etc.- por la eliminación de las barreras -legales, de infraestructura, fiscales, etc.- que hoy obstaculizan su desarrollo[8], la colaboración entre empresas de telecomunicaciones y de televisión por cable para permitir que a través de estos últimos se puedan prestar servicios de *Internet* -lo que sin duda ampliará el perfil de los usuarios y extenderá su utilización a la mayor parte de los hogares- y los cambios sociodemográficos

ventas a través de páginas *Web* dedicaba dos minutos de media a la atención de pedidos de sus clientes vía teléfono, frente a los 20 minutos empleados con un cliente tradicional. La diferencia se debía a la precisión de los pedidos realizados por clientes que previamente habían consultado las páginas Web de la empresa. Otro ejemplo se refiere al ahorro de costes que se produce en los servicios postventa de algunas empresas. Así, de acuerdo con los resultados de un estudio realizado por *Forrester Research*, se estima que el servicio postventa suministrado a través de la red *Internet* supone únicamente el 1 por 100 de los realizados de la forma tradicional y en torno al 35 de los prestados a través de teléfono (LaTour Kadison y otros, 1998). Otro ejemplo relacionado se encuentra en los resultados obtenidos por las empresas norteamericanas *Federal Express* y *Cisco*, entre los cuales se estimaban unos sustanciales ahorros de costes de personal dedicado a la atención al cliente: *Federal Express* estimaba que éstos equivalen a 20.000 puestos de trabajo (14 por 100 de la plantilla total); la segunda, estimó en 1.000 los contratos ahorrados.

[7] De acuerdo con las estimaciones de la consultora *Boston Consulting Group*, el valor añadido del tiempo en la compra de productos de alimentación desde el domicilio del cliente (compras *on-line*) es de una hora y diez minutos -una compra en el establecimiento se estima en una hora y 50 minutos, mientras la misma compra realizada desde casa es de 40 minutos- (Melle, 1998, p. 90).

[8] Uno de los motivos que explican este interés de las grandes organizaciones internacionales por el comercio electrónico es el importante papel que puede desempeñar en el desarrollo de regiones periféricas. Así, el reducido coste de acceso a estos nuevos canales, la amplitud de los mercados a los que pueden dirigirse las empresas, las economías derivadas del uso de *Internet* para la canalización de bienes y servicios, etc., son características que ofrecen nuevas oportunidades a las regiones periféricas y que no han pasado desapercibidas para las autoridades comunitarias, tal y como demuestra la calificación del comercio electrónico por parte de la Comisión Europea como "… un factor potencialmente vital para la cohesión y la integración de Europa" (Comisión Europea, 1997, p. 11).

que están afectando a los consumidores. Todos estos aspectos apuntan hacia un crecimiento espectacular de estas nuevas formas de venta, tanto en el ámbito mundial, como en España[9].

CUADRO 8.1

ESTIMACIONES SOBRE EL VALOR DE LAS TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

A nivel mundial*		
Organizaciones	**1997**	**2000**
Visa International	500 millones dólares (77.500 millones de ptas.)	30.000 millones de dólares (4,65 billones de ptas.)
Giga Information Group	500 millones de dólares (77.500 millones de ptas.)	100.000 millones de dólares (15,5 billones de ptas.)
International Data Corporation	7.000 millones de dólares (1,08 billones de ptas.)	32.000 millones de dólares (4,96 billones de ptas.)
En España		
Organizaciones	**1997**	**2000**
Dirección General de Estudios del Sector Exterior	828 millones de pesetas	80.000 millones de pesetas
International Data Corporation	-	200.000 millones de pesetas
* Cambio del dólar: 1$ = 155 ptas.		

Fuente: A nivel mundial: diferentes instituciones, tomado de Melle (1998, p. 92). A nivel nacional: Subdirección General de Estudios del Sector Exterior (1998, p. 5). Elaboración propia.

Hasta ahora se ha hecho alusión únicamente a las ventajas y a las previsiones de crecimiento optimistas de estas nuevas formas de distribución comercial. Sin embargo, existen dos importantes inhibidores del proceso de desarrollo de estos nuevos canales, a saber, la falta de seguridad de las transacciones realizadas -acrecentada por la existencia de un vacío legal al

[9] Respecto a las estadísticas existentes sobre la importancia del comercio electrónico cabe señalar que no son públicas sino realizadas principalmente por las propias empresas proveedoras de infraestructura y servicios relacionados con estas nuevas formas de venta, esto es, por una de las partes más interesada en el éxito del comercio electrónico. Es por ello que la misma OCDE (1998, p. 2) ha puesto en cuestión la exactitud de dichos datos -entre otras cosas porque rara vez acompaña a los estudios realizados referencias sobre la metodología utilizadas o, simplemente, la delimitación del concepto utilizado de comercio electrónico- y ha advertido sobre la cautela que debe presidir su análisis. Independientemente del sesgo al alza que puedan tener dichas cifras, lo cierto es que todas coinciden en que se producirá un crecimiento espectacular de las transacciones realizadas vía *Internet* durante las próximas décadas.

respecto- y, por otro lado, la dificultad de habituar a los consumidores y a las empresas a estas nuevas formas de comercio[10]. A ambos aspectos nos referiremos en los apartados siguientes.

8.2.2. EL PAPEL DE LAS TARJETAS DE PAGO COMO MECANISMOS PARA LA LIQUIDACIÓN DE LAS TRANSACCIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico no es algo nuevo, sino que tiene sus orígenes veinte años atrás con las primeras experiencias de intercambio electrónico de datos (EDI) entre compañías (Marvin, 1998). Sin embargo, tal y como muestra el cuadro 8.2, las primeras formas de comercio electrónico entre empresas requerían la previa relación entre éstas, la utilización de un *software* costoso y complejo, redes de comunicación privadas y, en muchos casos, la estricta compatibilidad de los equipos de las empresas implicadas, limitando así el disfrute de estas tecnologías sólo a las grandes compañías y a sus principales proveedores. Por contra, *Internet* es una red abierta de comunicaciones que permite, por una parte, que las empresas puedan acceder a estas nuevas formas de comercio a costes significativamente inferiores a los que soportaría con redes privadas -una décima parte según algunas estimaciones- y, por otra, la configuración de un mercado en el que cualquier comprador o vendedor puede interactuar a largas distancias a través de la combinación de tecnologías -WWW o navegadores- que permiten el *feed-back* de información entre las partes implicadas (OCDE, 1998, p. 6).

Esta apertura a un mayor número de agentes se ha realizado a costa de sacrificar gran parte de la seguridad que suministraban los circuitos cerrados en los que las distintas partes implicadas, en la mayoría de los casos, se conocían entre sí. En el nuevo entorno abierto suministrado por *Internet* el

[10] Cabe recordar aquí, el pobre éxito obtenido en nuestro país por otras modalidades de compra a distancia, como es el caso de la venta por catálogo. Así, a pesar de su continuo

problema básico consiste en conseguir que la información que circula a través de estas vías de comunicación lo haga de forma segura, objetivo éste que se considera alcanzado cuando la transmisión se realiza cumpliendo con los siguientes principios fundamentales:

a) Autenticación, es decir, que el receptor y emisor de un mensaje puedan ser capaces de determinar inequívocamente a su interlocutor en el intercambio de información.
b) Integridad, en el sentido de que el mensaje enviado a través de las redes de comunicación no sea modificado, alterado o manipulado por terceros.
c) Confidencialidad, de forma que sólo tengan acceso al mensaje transmitido a través de la red aquellos agentes previamente autorizados.
d) No-repudio, esto es, asegurar que el emisor de un mensaje no pueda negar que él ha sido quien lo ha transmitido.

CUADRO 8.2

DIFERENCIAS ENTRE COMERCIO ELECTRÓNICO TRADICIONAL Y A TRAVÉS DE *INTERNET*

Comercio electrónico tradicional	**Comercio electrónico vía *Internet***
El mercado es un círculo	**La red es el mercado**
Sólo entre empresas	Empresa-Consumidores Empresa-Empresa Empresa-Administraciones públicas Usuarios-Usuarios
Círculos cerrados, a menudo específico de un sector	Mercado mundial abierto
Número limitado de participantes empresariales	Número ilimitado de comerciantes
Redes cerradas propias	Redes abiertas, no protegidas
Participantes conocidos dignos de confianza	Participantes conocidos o desconocidos
La seguridad forma parte de la red	Son necesarias la seguridad y autenticación

Fuente: Comisión Europea (1997a, p. 8). Elaboración propia.

crecimiento, el gasto medio en 1994 en España fue de tan sólo 2.245 pesetas *per cápita*, frente a las 35.456 en Alemania, 20.684 en Francia o 14.947 en el Reino Unido (Gómez, 1996, p. 45).

La dificultad de asegurar el cumplimiento de los anteriores requisitos, especialmente cuando los mensajes enviados se refieren a datos confidenciales sobre la tarjeta de crédito del comprador, ha constituido uno de los elementos que más han obstaculizado el desarrollo del comercio electrónico hasta nuestros días.

Lógicamente, sólo la información que circula a través de la red corre el riesgo de incumplir algunos de los anteriores principios. Por ello, éste puede evitarse mediante la utilización de algunos mecanismos tradicionales de pago, tales como el pago contrareembolso con efectivo. Sin embargo, ello impediría el disfrute de algunas de las principales ventajas del comercio electrónico, como son la mayor rapidez, comodidad y ahorro de tiempo, debido a que la liquidación de la transacción se realizaría con posterioridad al momento del pedido de los bienes y servicios, a la vez que obligaría al cliente a desplazarse hasta la oficina de correos para realizar dicho pago. Téngase en cuenta al respecto que los bienes y servicios cuya venta está obteniendo más éxito en su canalización a través de *Internet* son aquellos que pueden distribuirse y pagarse directamente a través de la red, tales como música, programas informáticos, servicios financieros, reservas de billetes de avión, etc. (AIMC, encuesta abril-mayo de 1998).

Para evitar estas desventajas se han buscado formas alternativas que permitan realizar el pago a través de la misma red y que, a su vez, cubran las mismas necesidades que los agentes afrontan en el comercio tradicional. Entre éstas se encuentran (Quesada, 1997, p. 206; Márquez, 1996, p. 54; RedCSEA, 1998, pp. 47-50, Secretaría General de Comunicaciones del Ministerio de Fomento, 1998):

- El **dinero electrónico** (basado en el pago por adelantado, *Pay Before*). Este medio de pago electrónico (*e-cash*) se extrae con anterioridad a la compra (prepago) de la cuenta bancaria de una entidad que acepta este

sistema. Una vez enviado este dinero por la entidad financiera al futuro comprador, éste queda almacenado bien en un monedero electrónico o bien como ficheros en el disco duro de un ordenador, pudiendo ser utilizado para comprar en comercios virtuales donde sean aceptados. El dinero electrónico comparte muchas de las características de las monedas y billetes tradicionales, tales como la rapidez en el pago, riesgo a perderlo en caso de ser robado o perdido, anonimato, etc. Respecto a esta última característica cabe destacar que este sistema permite utilizar el *e-cash* sin que el comprador tenga que identificarse. El vendedor sólo conoce el banco emisor del dinero electrónico[11], que respaldará su validez, manteniendo así el anonimato de las transacciones como si fuese dinero en metálico. Entre los sistemas que utilizan estas formas de pago se encuentra *Digicash* y entre las entidades bancarias que lo admiten se encuentran, entre otros, el *Deutsche Bank* (Alemania), *Merita*/*Eunet* (Finlandia) y *Bank Austria* (Austria).

• El **cheque electrónico** (pago al momento, *Pay Now*). Se trata de un instrumento utilizado, principalmente, para pagos entre empresas. En este caso los clientes mantienen cuentas en un servidor de pagos y autorizan cargos sobre ellas, de forma que, igual que en el caso de cheques tradicionales, la información circula desde el vendedor hasta el usuario, anotándose los débitos en la cuenta de éste último y los créditos en la del primero. Entre los sistemas más importantes que utilizan este mecanismo se encuentra el *NetCheque*, desarrollado por la Universidad de California.

• Pagos con **tarjetas de crédito** a través de *Internet* (pago aplazado, *Pay Later*). Uno de los métodos de pago en *Internet*, vía tarjeta de crédito, más importante es el protocolo SET (*Secure Electronic Transactions*), definido por *Visa* y *Mastercard* con la colaboración de otras grandes compañías pertenecientes a otros sectores, como son el caso de *IBM*, *Microsoft* y

[11] Para certificar su valor, el banco emisor firma digitalmente el dinero electrónico.

Netscape. La idea básica consiste en transmitir el número de la tarjeta de crédito codificada, utilizando para ello técnicas de encriptación. Otros sistemas de pago conocidos que utilizan las tarjetas de crédito como instrumento de pago son *Cybercash* y *First Virtual*[12].

De todos los anteriores, las tarjetas de crédito constituyen el mecanismo de pago preferido por las empresas y los consumidores españoles, seguido de las transferencias bancarias. Así lo pone de manifiesto el primer estudio realizado por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE) realizado en noviembre de 1998 (cuadro 8.3).

CUADRO 8.3

INSTRUMENTOS DE PAGO UTILIZADOS EN COMERCIO ELECTRÓNICO, 1998 (PORCENTAJES DE EMPRESAS QUE LOS UTILIZAN)

¿Qué sistemas de pago utiliza en sus ventas a través de *Internet*?					
Contra reembolso	Tarjetas	*Virtual Cash*	Financiación	Transferencia bancaria	NS/NC
40	61	14	8	49	13
Base: empresas que hacen comercio electrónico.					

Fuente: AECE (1998).

Sin embargo, el uso de las tarjetas de crédito para el pago en el comercio electrónico no ha sido capaz de ganarse la confianza de sus usuarios en lo que se refiere a la seguridad de las transacciones. Tal es así que puede afirmarse que esta desconfianza, quizás debida más a un componente puramente psicológico que a una carencia real de estos instrumentos, constituye hoy en día el principal motivo aludido por los consumidores para

[12] Este último no es un sistema de pago electrónico estrictamente hablando. No utiliza sistema alguno de encriptación, sino que envía la información sin codificar a través de la red. El número de tarjeta se intercambia vía teléfono con el sistema y la verificación de las identidades de los participantes se lleva a cabo combinando correo electrónico y teléfono. Aunque se trata de un medio seguro tiene como inconveniente su lentitud.

justificar su actitud reacia hacia el comercio electrónico. Así lo ponen de manifiesto los resultados de diversos estudios:

- El segundo estudio sobre compras en *Internet*, realizado por *Ernst&Young* en febrero de 1999, indicaba que el 97 por 100 de los no compradores vía comercio electrónico aludían como principal motivo para esta actitud su inquietud cuando envían datos de su tarjeta de crédito a través de la red.

- La novena encuesta realizada en 1998 por el *Graphics, Visualization&Usability Center* (GVU), cuando preguntaba a sus encuestados sobre sus razones para no comprar a través de *Internet*, señalaban como la principal la falta de confianza respecto a la seguridad al trasmitir su número de tarjeta de crédito a través de la red.

- En España, los resultados de un estudio realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), en 1998, puso de manifiesto que únicamente el 27,1 por 100 de los usuarios de *Internet* consideraban altamente seguro pagar suministrando el número de tarjeta a través de la red, porcentaje únicamente superior al que correspondía al pago proporcionando el número secreto de la tarjeta por fax.

Considerando lo dicho en párrafos anteriores, no es de extrañar que los mayores esfuerzos en investigación y desarrollo en torno a la seguridad en el comercio electrónico hayan girado en torno a los sistemas de pago electrónicos, siendo las entidades bancarias las que, debido a su experiencia en este campo, se han erigido como protagonistas principales. De hecho, gran parte de la infraestructura tecnológica utilizada para la liquidación de las transacciones efectuadas vía *Internet* es la misma que cuando se liquidan éstas por medio de diferentes modalidades de tarjetas, compartiendo ambas

formas de pago similares problemas de aplicaciones y seguridad (Quesada, 1997, pp. 204-207; ISTPB, 1998, 1.16, p. 2).

Uno de los proyectos más importantes llevados a cabo al objeto de permitir la utilización de forma segura de las tarjetas de crédito ha sido el protocolo SET (*Secure Electronic Transactions*), en el que trabajan conjuntamente las principales compañías internacionales de tarjetas de crédito, *Mastercard* y *Visa*, desde febrero de 1996. Este sistema se basa en la encriptación de la información referida a la tarjeta de crédito mediante un sistema de clave pública[13], sistema éste que, si bien garantiza los principios de "privacidad" e "integridad" de la información sobre el pago[14], exige la existencia de una tercera parte, denominada "autoridad de certificación", para cumplir con los principios de "autenticación" y "no repudio" y cuyo *rol* en el proceso de compra electrónica es el de "... constituirse en esa tercera parte confiable (*third trusted part*) en la que todos los elementos integrantes de una comunicación

[13] Este sistema se basa en un par de claves, una pública y otra privada, que se complementan entre sí, es decir, que una vez codificado un mensaje mediante una cualquiera de dichas claves únicamente se puede descodificar con la otra. La diferencia entre ambas estriba en que mientras la clave privada únicamente la conoce el titular y reside en el disco duro del ordenador, sin circular, por tanto, a través de la red, la otra se entrega de forma abierta a cualquier interlocutor de *Internet*. El funcionamiento básico es el siguiente: el emisor de un mensaje previamente lo codifica con la clave pública del destinatario que, como se ha dicho, puede ser conocida por cualquier usuario de *Internet*. Una vez encriptado el mensaje se envía a través de la red con la garantía de que únicamente quien posea la clave privada complementaria, es decir, el destinatario, podrá descodificarlo. Con este sistema se puede asegurar que el mensaje no ha sido alterado o manipulado (principio de integridad) y que únicamente lo podrá leer su destinatario (confidencialidad). Sin embargo, ¿quién garantiza la identidad de los interlocutores?, ¿quién asegura que al realizar una compra estamos ante una empresa seria y no ante un delincuente virtual? Para dar respuesta válida a esas cuestiones se han creado las denominadas *autoridades de certificación*. Estas organizaciones equivalen en el mundo real a un notario cuya función principal es la de asegurar que una determinada clave pública pertenece realmente a quien creemos que pertenece.

[14] De acuerdo con Quesada (1997, pp. 203 y 207) entre los algoritmos más famosos de clave pública se encuentra el RSA -inventado por Rivest, Shamir y Adleman. Con este algoritmo "... si se elige una clave de 200 dígitos, suponiendo que tuviésemos una red de un millón de ordenadores trabajando todos ellos de forma simultánea en la resolución del problema consistente en descifrar el mensaje, y cada uno de los ordenadores con una capacidad de proceso de un millón de operaciones por segundo, entonces se tardaría 4.000 años en descubrir la clave". Si la clave utilizada contiene 308 dígitos, como es el caso de las usadas para encriptar el número de las tarjetas de crédito en el sistema *CyberCash*, "... se necesitarían 10^{10} años con la misma red de ordenadores para descubrir la clave, es decir, la edad estimada del universo".

segura a través de redes abiertas confían y se confían recíprocamente" (Melle, 1998, p. 95).

Esta obligada presencia de una tercera parte para dar seguridad a las transacciones de comercio electrónico ha traído consigo nuevos obstáculos a su desarrollo. Ello se debe a que no hay en *Internet* un organismo público que cubra esa demanda, sino que han sido las empresas privadas las que han tomado la iniciativa en este campo y, como consecuencia de ello, el progreso del comercio electrónico, en lo que se refiere a la seguridad, depende en gran medida de la confianza que los usuarios tengan en dichas compañías supervisoras[15]. Además, su carácter privado ha facilitado la rápida proliferación de múltiples compañías que suministran este servicio en sus respectivos mercados domésticos, pero no han conseguido, hasta el momento, conciliar sus intereses con otras instaladas en países vecinos. Ello ha dado lugar a que los certificados emitidos por determinadas autoridades de certificación no suministren la confianza suficiente para que sean aceptados por los usuarios de países extranjeros. Esta desconfianza se ve acrecentada por la inexistencia de una regulación internacional sobre los derechos y deberes de los agentes implicados en una transacción transfronteriza vía comercio electrónico (figura 8.4).

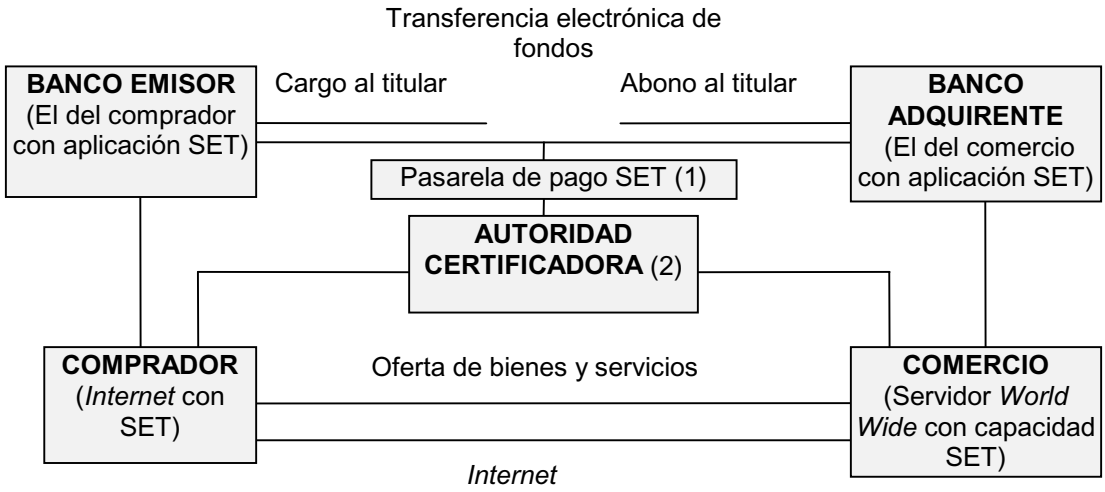
En España, la Agencia de Certificados Electrónicos tiene delegada por las entidades bancarias la función de emitir los "Certificados SET" que garantizan la identidad de los participantes y confidencialidad de las transacciones ejecutadas en el comercio electrónico. Dichos certificados pueden ser almacenados en ficheros que permiten realizar transacciones desde un sólo PC o bien, pueden ser incorporados en el *chip* de las denominadas tarjetas inteligentes. Ello añade nuevas ventajas a esta última

[15] En España este papel lo desempeña desde mayo de 1997 la Agencia de Certificación Electrónica (ACE), cuyo accionariado está formado por la práctica totalidad de las entidades financieras, representadas por las tres compañías gestoras de tarjetas de pago bancarias en España (CECA, *4B* y *SEMP*, con un 20 por 100 de participación cada una) y el Grupo Telefónica (con un 40 por 100).

categoría de tarjeta frente a las ya tradicionales basadas en banda magnética y le confiere nuevas oportunidades de avanzar en lo que se presenta como una lenta y difícil introducción en el mercado. Efectivamente, a su menor coste por transacción y mayor seguridad frente a las tarjetas tradicionales se añade la posibilidad de aprovechar su capacidad de almacenaje y procesamiento de información para la incorporación y movilización de los certificados SET, permitiendo la realización de transacciones desde distintos puntos de entradas al sistema, tales como terminales públicos, terminales portátiles o TV interactivas.

FIGURA 8.4

LA INTERACCIÓN DE AGENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO



Notas: (1) Aplicación informática que verifica certificados y cuentas bancarias (SET: *Secure Electronic Transactions*).
(2) Comprueba y certifica la identidad y los datos bancarios del comprador y del comercio.

Fuente: Melle (1998, p. 96).

8.2.3. SITUACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA

Otro obstáculo presente en el desarrollo del comercio electrónico, como ya se ha dicho, se refiere a la actitud reacia que individuos y empresas muestran en la aceptación de estas nuevas formas de venta. Si en cualquier país este debe ser un aspecto negativo a tener en cuenta, lo es más en uno

como España, en el que nunca la canalización de bienes y servicios a distancia ha obtenido el éxito alcanzado en otros países de nuestro entorno. En este sentido, la Subdirección General de Estudios del Sector Exterior (1998, p. 5) afirmaba que el volumen de ventas generado en España a través de *Internet* no alcanzará los niveles de otros países, como consecuencia de los distintos hábitos de compra del consumidor español.

A pesar de lo anterior, es una realidad el importante crecimiento que, durante los últimos años, se está produciendo en el porcentaje de población que tiene acceso a *Internet* (cuadro 8.4). Así, de acuerdo con la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), a finales de 1998 -meses de octubre y noviembre-, aproximadamente 2,5 millones de personas tenían acceso a *Internet*, lo que representaba en torno al 7,1 por 100 de la

CUADRO 8.4

EVOLUCIÓN DEL GRADO DE ACCESO Y USO DE LA RED *INTERNET* EN ESPAÑA, 1996-1998 (PORCENTAJE SOBRE POBLACIÓN DE 14 AÑOS O MÁS)

	FEB/MAR 1996	ABR/MAY 1996	OCT/NOV 1996	FEB/MAR 1997	ABR/MAY 1997
Tienen acceso a *Internet*	1,4	2,0	2,4	3,2	3,9
Han usado *Internet* durante el último mes	0,7	0,8	1,6	2,3	2,7

Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

CUADRO 8.4 (CONTINUACIÓN)

EVOLUCIÓN DEL GRADO DE ACCESO Y USO DE LA RED *INTERNET* EN ESPAÑA, 1996-1998 (PORCENTAJE SOBRE POBLACIÓN DE 14 AÑOS O MÁS)

	OCT/NOV 1997	FEB/MAR 1998	ABR/MAY 1998	OCT/NOV 1998
Tienen acceso a *Internet*	4,3	5,4	6,6	7,1
Han usado *Internet* durante el último mes	3,3	4,0	4,8	5,1

Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

población mayor de 14 años de nuestro país. En algo más de dos años, desde los meses de febrero/marzo de 1996 hasta octubre/noviembre de 1998, el incremento que se ha producido en el número de personas con acceso a *Internet* ha sido de más del 400 por 100.

Sin embargo, pese a esta espectacular evolución, del análisis comparativo del nivel de penetración de *Internet* entre la población de los distintos países de nuestro entorno se desprende que España ocupa una de las últimas posiciones en el *ranking* de países con mayor dotación per cápita de estas vías de comunicación (cuadro 8.5).

CUADRO 8.5

PENETRACIÓN DE *INTERNET* EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DESARROLLADOS (PORCENTAJE DE ADULTOS CON ACCESO A *INTERNET* SOBRE POBLACIÓN TOTAL)

Países	Porcentajes
España	2
EE.UU.	21
Japón	8
Canadá	27
Reino Unido	9
Alemania	6
Francia	5
Italia	2
Países Bajos	6
Finlandia	16
Dinamarca	15
Austria	5
Irlanda	6
Nota: Datos tomados entre diciembre de 1997 y junio de 1998.	

Fuente: *OCDE Secretariat*.

Es preciso añadir que a estos diferenciales que mantiene nuestro país en relación al resto se añaden, a nivel interno, las existentes entre las regiones que conforman nuestro Estado (cuadro 8.6). Así, de acuerdo con la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), en España en la primera mitad del año 1998 el porcentaje de población con acceso a *Internet* para el conjunto de regiones es del 7 por 100. Sin embargo, de este porcentaje

se alejan considerablemente algunas comunidades, como son Castilla-La Mancha (2 por 100), Extremadura (3 por 100) y Andalucía (4 por 100).

CUADRO 8.6

PERSONAS CON ACCESO Y USUARIOS DE LA RED *INTERNET* EN LAS DISTINTAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DE ESPAÑA, 1998 (PORCENTAJES SOBRE POBLACIÓN TOTAL)

	Población con acceso a Internet sobre población de la comunidad autónoma	**Usuarios de Internet en el último mes sobre población de la comunidad autónoma**
Andalucía	4	3
Aragón	6	4
Asturias	7	5
Baleares	5	5
Canarias	7	5
Cantabria	10	8
Castilla y León	5	5
Castilla-La Mancha	2	2
C. Catalana	12	8
C. Valenciana	7	5
Extremadura	3	3
Galicia	4	3
Madríd	5	4
Murcia	6	3
Navarra	13	10
País Vasco	7	6
La Rioja	8	7
Total 14 y más años	**7**	**5**

Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

Para explicar estas diferencias, principalmente las existentes entre países, se ha apuntado a factores de muy diversa naturaleza, entre los que se encuentran los culturales, climatológicos, demográficos -dispersión de la población-, etc. (ISTPB, 1998, 1.16, pp. 3-4), u otros que hacen referencia a las distintas disponibilidades de acceso de las respectivas poblaciones a estos nuevos canales, como consecuencia de la desigual dotación de acceso directo y de su calidad, la divergencia existente en relación a los costes de uso de dichas redes de comunicación y los distintos niveles de cualificación de la población para asumirlas (Comisión Europea, 1997a y 1997b).

Si la reducida extensión de *Internet* entre la población condiciona por sí sola las posibilidades de expansión del comercio electrónico en nuestro país, otro impedimento procede del escaso atractivo que para las empresas e individuos usuarios de *Internet* tienen estas formas de venta. Así, de acuerdo con el AIMC, en 1998 en torno al 71 por 100 de los usuarios de *Internet* no habían realizado compra alguna a través de la red. Y ello no es sólo consecuencia de la inexistencia de una demanda real, sino que también se debe a la escasez de oferta de empresas españolas en la red, tal y como indican los siguientes datos (AECE, 1998): el 71 por 100 de las empresas perciben *Internet* como un medio para hacer publicidad y no para vender. Este último objetivo se considera principal sólo por el 35 por 100 de las empresas que tienen presencia en la red.

Entre las principales razones aludidas por las empresas españolas para justificar el escaso desarrollo del comercio electrónico en nuestro país se sitúan, entre las más citadas, la falta de hábito de los consumidores y falta de cultura empresarial (cuadro 8.7).

CUADRO 8.7

PRINCIPALES BARRERAS AL DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, 1998 (EN PORCENTAJES)

Barreras	Porcentajes
Hábitos del consumidor	36
Producto inadecuado para el canal	28
Falta de cultura empresarial	19
No integrado en el presupuesto	1
Freno tecnológico	3
Conflicto con canales de venta tradicional	2
Escasa difusión	2
Velocidad de transmisión en la red	1
Desconfianza en el sistema de pago	2
Logística/Distribución	2
Ninguna	6
Otros	2

Fuente: AECE (1998).

En definitiva, el problema de la insuficiente aceptación de estas nuevas formas de venta es importante en el caso español si lo comparamos con la situación en otros países. Esta reducida aceptación se refiere tanto a los nuevos canales de comunicación (baja penetración de *Internet*) como a su uso para la compra/venta de bienes y servicios. Todo parece indicar que son razones culturales, psicológicas, etc., y no de infraestructura, las que en mayor medida están perjudicando el desarrollo del comercio electrónico en nuestro país y, por tanto, la posibilidad de extender el uso de las tarjetas de pago bancarias para la liquidación de las ventas generadas a través de estos canales.

8.2.4. RETOS PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y AVANCES EN SU CONSECUCIÓN

Como se ha expuesto en párrafos anteriores, la falta de seguridad y la reducida aceptación del comercio a través de *Internet* por parte de individuos y empresas constituyen los dos principales obstáculos para el desarrollo de estas nuevas formas de venta, pero no son los únicos. De hecho, han surgido nuevos problemas y otros, que ya existían en el comercio tradicional, se han agudizado. De acuerdo con la Secretaría General de Comunicaciones del Ministerio de Fomento (1998) las principales cuestiones pendientes de solución, además de las ya citadas, en torno a estas nuevas formas de venta son las siguientes:

- La validez legal de las transacciones y contratos “sin papel”.
- La necesidad de acuerdos internacionales que armonicen las legislaciones sobre comercio.
- El control de las transacciones internacionales, incluido el cobro de impuestos.
- La protección de derechos de propiedad intelectual.

- La protección de los consumidores en cuanto a publicidad engañosa o no deseada, fraude, contenidos ilegales y uso abusivo de datos personales.
- La dificultad de encontrar información en *Internet*, comparar ofertas y evaluar la fiabilidad del vendedor y del comprador.
- La falta de estándares consolidados y la proliferación de aplicaciones y protocolos de comercio electrónico incompatibles.
- La congestión de *Internet* y la falta de accesos de usuario de suficiente capacidad.

Frente a esta serie de problemas, las compañías privadas más sobresalientes en el campo del comercio electrónico -Microsoft, *Mastercard*, *Visa*, etc.- y los principales organismos públicos internacionales vienen trabajando intensamente durante los últimos años al objeto de dar soluciones a las anteriores cuestiones. Efectivamente, las iniciativas privadas, como el ya citado proyecto SET, han venido acompañadas de numerosas propuestas paralelas procedentes de distintos organismos internacionales, tales como la Comisión Europea, Banco de Pagos Internacionales, OCDE, etc., todas ellas con un único fin: reducir los obstáculos para el desarrollo del comercio electrónico. En el caso concreto de la Comisión Europea, cabe señalar los esfuerzos que se han venido realizando en I+D durante los últimos años. Ejemplos de ello son los más de 100 proyectos del Cuarto Programa Marco de I+D (1994-1998) relacionados con el comercio electrónico, que se incluyeron en el programa *ESPRIT* (DG III), o la inclusión del comercio electrónico como una de las acciones clave del programa temático sobre Tecnología de la Sociedad de la Información (IST) en el Quinto Programa Marco de I+D (1998-2002). Al mismo tiempo, es preciso subrayar la abundante producción normativa de la Comisión, la mayoría emitida en tan sólo dos años (1997-1998), tendente a dotar en un futuro al comercio electrónico de un marco legal que garantice la seguridad jurídica de las transacciones realizadas a través de la red (cuadro 8.8).

CUADRO 8.8

DIRECTIVAS Y OTROS DOCUMENTOS GENERALES SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Marco legal para el desarrollo del comercio electrónico Propuesta de directiva. COM (98) 586. Noviembre de 1998.
Comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores Propuesta de directiva. COM (98) 468. Octubre 1998.
Inicio, ejercicio y supervisión cautelar de las actividades de las entidades de dinero electrónico Propuesta de directiva. 1998.
Comercio electrónico y fiscalidad indirecta Comunicación COM(98) 374.
Marco Común para la firma electrónica Propuesta de directiva. COM (98) 297. Mayo 1998.
Globalización y la sociedad de la información Comunicación COM (98) 50. Febrero 1998.
Procesado de datos personales y protección de la privacidad en las telecomunicaciones Directiva 97/66/EC. Diciembre 1997.
Armonización de ciertos aspectos de los derechos de autor y derechos relacionados Propuesta de directiva COM (97) 628. Diciembre 1997.
Plan de acción para promover el uso seguro de Internet Comunicación COM (97) 582. Noviembre 1997.
Hacia un marco europeo para firma digital y cifrado Comunicación COM (97) 503. Octubre 1997.
Transacciones con medios de pago electrónico Recomendación 97/489/EC. Julio 1997.
Iniciativa europea de Comercio Electrónico Comunicación COM (97) 157. Abril 1997.
Derechos de autor y derechos relacionados en la sociedad de la información Comunicación COM (96) 586. Noviembre 1996.
Contenidos ilegales o dañinos en Internet Comunicación COM (96) 487. 1996.
Protección legal de las bases de datos Directiva 96/9/EC. Marzo 1996.
Protección de los individuos con respecto al procesado y libre movimiento de datos personales Directiva 95/46/EC. Octubre 1995.

Fuente: Secretaría General de Comunicaciones del Ministerio de Fomento (1998).

Esta apuesta del sector público catalizará aún más el proceso de introducción y extensión del uso del comercio electrónico y de los instrumentos de pago aparejados. Pero existen dos circunstancias adicionales que apuntan en igual sentido: la posibilidad de ofrecer servicios de *Internet* a través de televisión por cable y el cambio cultural entre la población (OCDE, 1998):

- Televisión por cable. Las empresas de telecomunicaciones y las empresas de televisión por cable están desarrollando equipos denominados

Set Top Boxes que permitirán la prestación de multitud de nuevos servicios para el hogar, entre ellos la telecompra, videotelefonía, telebanca y juegos interactivos. A medida que se extienda la oferta de servicios de *Internet* a través de televisores cabe esperar que el perfil tipo de los usuarios de *Internet*, hasta ahora limitado a personas jóvenes y con alta formación, se amplíe, al mismo tiempo que permitirá incrementar notablemente el número de puntos de acceso a la red. Hay que tener en cuenta que, según datos del AIMC (1998), mientras tan sólo el 21,9 por 100 de los hogares españoles disponen de ordenador, la televisión está presente en el 99,5 por 100 de aquellos.

- Cambios socioculturales entre la población. Una de las fuerzas dominantes del desarrollo del comercio electrónico será la presencia en el lado de la demanda de una nueva generación de individuos[16] altamente familiarizada con instrumentos de base electrónica -juegos electrónicos, ordenadores personales, televisores, etc.- y en la que difícilmente estarán presentes con la misma intensidad aquellos factores de índole psico-sociológico que hoy en día justifican la actitud reacia de la población frente a la aceptación de nuevas tecnologías. Valga como ejemplo de lo anterior algunos de los resultados obtenidos en un estudio realizado en 1998 por el Instituto Nacional de Consumo bajo el título “Juventud y consumo”: los bienes más apreciados por los jóvenes de entre todos los que poseen son los aparatos electrónicos, siendo éstos más valorados que el coche, la vivienda, la ropa, el deporte o la cultura. Además, en relación con los instrumentos de pago, cabe señalar que el 90 por 100 de los jóvenes entrevistados disponían de tarjetas.

En definitiva, existen razones suficientes para creer que la espectacular extensión del comercio electrónico que hoy vaticinan algunas estadísticas será una realidad. Ello, unido a los esfuerzos que se están realizando, tanto por

[16] La propia OCDE ha dado en llamarla “generación Nintendo”.

grandes compañías privadas como por los más importantes organismos internacionales, para dar respuestas a los problemas de seguridad que el uso de las tarjetas de pago trae consigo permiten, a su vez, suponer que estos instrumentos se convertirán en los mecanismos de pago por excelencia en el comercio electrónico.

8.3. IMPLICACIONES DE LA CREACIÓN DE LA UNIÓN MONETARIA

El 1 de julio de 1987 entró en vigor el Acta Única y con ella se lograba institucionalizar un Mercado Interior en cuyo seno se pretendía garantizar la libre circulación de personas, mercancías y capitales entre los Estados miembros. Un elemento esencial para el éxito de tal empresa lo constituía la existencia de un sistema de pago capaz de soportar eficazmente los flujos transfronterizos de capitales, ya fueran de pequeño o de gran importe, y de aquellos realizados *in situ* por personas físicas o empresas con residencia diferente al lugar donde se realizaran las transacciones.

Por este motivo, desde distintos foros comunitarios se han ido abarcando las distintas cuestiones surgidas en relación con los pagos transfronterizos, recibiendo éstos diferente tratamiento en función de cual fuese su naturaleza e importe. Así, en lo que se refiere a los pagos de gran cuantía, los bancos centrales de la UE comenzaron a trabajar conjuntamente a partir de enero de 1991, al amparo del *Comittee of Governors of the Central Banks of the Member State of the European Community*. Posteriormente, en junio de 1994, aparecía el Instituto Monetario Europeo[17] al objeto de desempeñar tres tareas principales relacionadas con los sistemas de pago, a saber, fortalecer la cooperación entre los bancos centrales, preparación para la tercera fase de la UEM y la vigilancia del sistema de compensación y liquidación del ECU. Uno de los frutos de la labor desempeñada por este

[17] Dicho Instituto ha centrado su atención, principalmente, en los sistemas de pago de gran cuantía, aunque también gestionan las iniciativas para mejorar la eficiencia de los sistemas de pago de pequeño valor.

organismo fue el nacimiento del acuerdo de pago *TARGET* (*Trans-european Automated Real-Time Gross Settlement Express Transfer*), esto es, el sistema de transferencia de fondos sobre el que se sustentaría la política monetaria de la UE a partir de 1999. Por lo que respecta a los pagos transfronterizos de pequeño importe, los principales esfuerzos han procedido de la Comisión Europea y han consistido, básicamente, en fortalecer la colaboración entre las entidades europeas para lograr la "interoperatividad" entre los distintos sistemas de pago nacionales, mejorar la transparencia de las condiciones de coste de los servicios de pago transfronterizos y acercar éstos a los niveles existentes para los ofrecidos con carácter nacional[18](IME, 1996, pp. 668-671). Esta labor se ha materializado en una importante y extensa producción normativa, que ha sido ya tratada en capítulos anteriores.

En definitiva, la preparación para la UEM ya ha provocado que durante la última década se avance de manera sustancial en la armonización de los distintos sistemas de pago nacionales, tanto en la modalidad de grandes pagos como en los de pequeña cuantía. Sin embargo, el mayor impulso a este proceso se dará a más tardar el 1 de marzo del año 2002[19], fecha límite para que los billetes y monedas en euros se conviertan en los únicos de curso legal para los países que hayan accedido a la tercera fase de la UEM. Las transformaciones que traerán consigo sobre los sistemas de pago serán profundas y afectarán de manera directa o indirecta a los mercados de tarjetas de pago bancarias. En este sentido, algunas de ellas serán puramente técnicas y, por lo tanto, no serán percibidas directamente por los usuarios de estos instrumentos. Sin embargo, otras, con toda probabilidad, transcenderán al

[18] Entre los distintos instrumentos de pago existentes en el mercado, la Comisión ha apostado desde un principio por las tarjetas de pago en la realización de los pagos *in situ* y las transferencias bancarias en lo que se refiere a los pagos *a distancia.*

[19] Con fecha 8 de noviembre de 1999, los ministros de Economía y Finanzas de la Unión, con el visto bueno del BCE y de la Comisión Europea, llegaron a un acuerdo por el cual se reducirá el período de convivencia entre las monedas nacionales y el euro a un máximo de dos meses, entre el 1 de enero del 2002 hasta, como fecha tope, el 1 de marzo del 2002 (Véase Noticias Euro, nº 18, de diciembre de 1999).

mercado real y tendrán el potencial de alterar el comportamiento de los usuarios -titulares y comercios- de los sistemas de tarjetas de pago bancarias.

Refiriéndonos a los aspectos técnicos, la mayor parte de los elementos que componen los sistemas de pago con tarjetas deberán de adaptarse para aceptar las transacciones en euros. Estas modificaciones pueden resumirse en las siguientes (Ballesteros, 1996, p. 25): en lo que se refiere a las tarjetas de pago, las modalidades de crédito y débito no sufrirán ninguna modificación importante que obligue a la renovación del parque actualmente en circulación, mientras que en los monederos electrónicos será necesario reprogramar los terminales de la propia red o el software de la propia tarjeta a fin de que permita la conversión en euros del importe en pesetas que tengan almacenado, una vez que estos últimos desaparezcan de la circulación en julio del 2002; respecto a los sistemas de autoservicio bancarios, los cajetines y sensores de billetes de los CA deberán de adaptarse para admitir las transacciones en la nueva moneda[20], en tanto que los segundos tendrán que ser reprogramados para aceptar los pagos en euros en lugar de en pesetas, incluyendo la actualización de los límites *off-line* en euros y la impresión de recibos en ambas monedas[21].

Para llevar a cabo las adaptaciones anteriores, desde 1996, la Asociación Española Bancaria (AEB) y la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA) han lanzado directrices generales, consensuadas con *4B*, CECA y el grupo *Visa*, comunes a todas las entidades financieras españolas, con el objetivo de instruir a éstas en la adaptación de sus respectivos sistemas de pago a la nueva moneda única. Cabe señalar al respecto que, mientras que la adaptación de los mensajes involucrados en el proceso de pago -compensación y liquidación- corresponde principalmente a las compañías gestoras de tarjetas -*4B*, *Visa* y *SERMEPA*-, en la adaptación de los terminales

[20] Se estima que el coste de dicha adaptación por CA será de unas 20.000 ptas.

[21] Véase diario Expansión de 10/10/96.

el protagonismo recaerá sobre las propias entidades (Gabeiras, 1998, p. 140)[22]. De acuerdo con la Federación Bancaria Europea, los costes relacionados con la adaptación de los sistemas de pago con tarjetas son unos de los mayores a los que tendrán que hacer frente las entidades para acoger a la nueva moneda (cuadro 8.9).

Todas las transformaciones aparejadas a la culminación de la tercera fase de la UEM expuestas en líneas anteriores se refieren a aspectos técnicos y, como tales, probablemente no serán percibidas por los usuarios de estos sistemas y, consecuentemente, tendrán escasos efectos sobre el nivel de utilización de estos instrumentos. Sin embargo, la UEM sí ocasionará ciertas transformaciones en el entorno que facilitará, en gran medida, el que se produzca un aumento de las transacciones liquidadas a través de tarjetas de pago bancarias.

CUADRO 8.9

DISTRIBUCIÓN DE COSTES DE LA IMPLANTACIÓN DE LA MONEDA ÚNICA PARA LAS ENTIDADES DE CRÉDITO EUROPEAS (PORCENTAJE SOBRE EL COSTE TOTAL)

	Billetes y monedas	Cajeros automát.	Tarjetas crédito	Servicios y sistemas de pago	Divisas y gestión de tesorería	Créditos	Depósitos	Otros	Coste Total
Tecnología	4	3	7	15	6	5	4	10	54
Formación	1	1	1	2	1	1	1	2	10
Marketing	1	1	1	6	1	2	2	1	15
Otros	6	1	0	4	2	2	3	3	21
COSTE TOTAL	**12**	**6**	**9**	**27**	**10**	**10**	**10**	**16**	**100**

Fuente: Federación Bancaria Europea, tomado de Ontiveros y Valero (1997, p. 155).

La confusión que traerán consigo los cambios entre monedas nacionales y euros durante el período de convivencia de ambas, agravada por la incorporación de los céntimos en dicho cambio, probablemente animará el

[22] Los CA no dispensarán dos monedas a la vez, sino que habrá CA que dispensen euros y otros que hagan lo propio con pesetas. Respecto a los TPV determinarán la moneda de la transacción para las transacciones de banda magnética, mientras que en el caso de monederos electrónico será la propia tarjeta y no el terminal quién determine la moneda (BBV, p. 101).

uso de otros instrumentos de pago alternativos capaces de evitar este inconveniente a sus usuarios, como es el caso de las tarjetas de pago bancarias. De hecho, aunque ambas monedas coexisten actualmente sólo como unidades de cuenta, los usuarios de tarjetas de las marcas internacionales *Europay* y *Visa* pueden, desde el 1 de enero de 1999, utilizarlas para pagar en euros sin coste alguno de cambio entre ésta y las respectivas monedas nacionales. La efectividad de este instrumento para facilitar el cambio de monedas ya se está poniendo de manifiesto en el mercado español, según las principales compañías internacionales. Así, de acuerdo con *Europay*, en los dos primeros meses de 1999 se ha producido un importante crecimiento en el número de transacciones liquidadas con euros a través de tarjetas en nuestro país[23]. De manera similar, la compañía *Visa España* ha anunciado que en el mes de enero de 1999 el número de transacciones liquidadas en euros a través de tarjetas de esta marca en el extranjero se elevaba a 16.821 y el importe ascendía a 459.112,58 euros[24].

Sin embargo, hay un tipo de tarjeta cuyo uso se va a ver especialmente favorecido con la llegada de la moneda única: el monedero electrónico. Este interés se debe a que la capacidad de cálculo del *chip* que lleva incorporado facilitaría la conversión entre monedas nacionales y euros durante el período de convivencia de ambas, para la realización de pagos de muy pequeña cuantía. Más tarde, tras constituirse el euro como única moneda de curso legal, algo que ocurrirá a más tardar el 1 de marzo del 2002, la utilización de monederos electrónicos previamente grabados en esta moneda, esto es, utilizándola como unidad de cuenta, reduciría la cantidad física necesaria de efectivo bajo esa denominación y, con ello, los costes de transición entre ambas monedas (Ontiveros y Valero, 1997, pp. 153-154). Este importante papel que pueden desempeñar las tarjetas con *chip*, antes y después de la

[23] Véanse revistas Ahorro de 3/98 (nº 329) y de 4/99 (nº 342), la revista Bancaria nº 13, de 1998, y los diarios Expansión de 5/3/97 y 23/6/97.

[24] Información obtenida de la página Web de *Visa España*, cuya dirección es http://www.visa.es.

introducción del euro, ha sido reconocido por los principales organismos internacionales relacionados con el estudio de los sistemas de pago, tales como el Instituto Monetario Europeo (1994, pp. 10-11) y el Banco de Pagos Internacionales (1996, p. 3).

No obstante, cabe advertir que el disfrute pleno de las ventajas que pueden traer consigo el uso de las tarjetas bancarias para el pago de bienes y servicios durante la fase de introducción de los euros viene condicionado por la actitud que frente a su aceptación adopten los comerciantes. No olvidemos las últimas confrontaciones que han tenido lugar entre los sectores financiero y de la distribución comercial y las denuncias presentadas por éste último ante las máximas autoridades comunitarias. De hecho, en la reclamación presentada por *Eurocommerce* ante la Comisión Europea se invita a ésta última a buscar soluciones rápidas ante las denuncias presentadas, por dos razones relacionadas con la introducción de la moneda única (*Eurocommerce*, 1997, pp. 20-21), razones que bien pueden ser consideradas como advertencias a la Comisión. Éstas son:

"1) Los comerciantes pueden realizar un esfuerzo para educar a los consumidores sobre el euro si se les quitan las cargas tan elevadas de los sistemas de pago por tarjeta".

"2) La tarjeta de pago como una alternativa en la producción de billetes y monedas de euros sólo puede estimularse si se reducen los costes de la utilización de la tarjeta".

A este respecto, en caso de cumplirse el acuerdo que se ha alcanzado recientemente entre ambos sectores en España, mediante el cual se reducirán progresivamente los tipos máximos de intercambio cobrados a los comercios, se podría asegurar, al menos durante la fase crítica de introducción de la nueva moneda, que no habrá una actitud reacia de estos últimos ante la aceptación de las tarjetas bancarias en sus establecimientos.

En otro orden de cosas, ya se ha apuntado en capítulos anteriores que la escasa presencia de la banca extranjera en nuestros mercados, especialmente en el segmento de banca al por menor, podría haber perjudicado la competencia en la industria de los servicios de pago. Esta situación cobraba mayor importancia sin tenemos en cuenta las barreras geográficas que los sistemas internacionales de tarjetas han permitido que impusiesen las entidades adheridas en su papel de emisoras y adquirentes en sus respectivos mercados domésticos, con el fin de protegerlas de la posible entrada de competencia extranjera. Tal y como señala Gabeiras (1998, p. 142), estas normas internas no son sostenibles a medio plazo, debido a que pierden su sentido en un mercado donde la actividad financiera se ha desregulado de tal forma que hasta los bancos centrales han perdido totalmente su soberanía emisora. Tal desmantelamiento de barreras supondrá la consiguiente entrada de entidades foráneas y con ella la intensificación de la competencia en nuestro mercado, lo que llevará a la reducción de los diferenciales de precios que, con relación a los diversos servicios suministrados con tarjetas, nos separan hoy de los países de nuestro entorno.

Otro posible efecto positivo de la UEM sobre el uso de las tarjetas bancarias se refiere a la afloración de parte del denominado "dinero negro" destinado a financiar la economía sumergida y que representa un sustitutivo preferente de cualquier otro instrumento de pago "cara a cara". Así, el 1 de marzo del 2002, como fecha límite, el euro será la única moneda de curso legal y dejarán de serlo los billetes y monedas nacionales de los países que participen en la tercera fase de la UEM, entre los que se encuentran aquellos que han venido financiando la economía sumergida[25]. En ningún caso cabe esperar que desaparezca este dinero oculto, por cuanto éste será utilizado

[25] Véanse los diarios ABC de 14/1/98, Expansión de 29/4/98, Expansión de 25/7/98, Expansión de 14/7/98 y la revista Actualidad Económica de 13/12/97.

mientras exista economía sumergida, pero sí tendrá, al menos, efectos negativos sobre la cantidad en circulación[26].

Por último, es también necesario referirse al incremento de las transacciones transfronterizas que, previsiblemente, se derivarán de la eliminación de los tipos de cambio entre monedas de los Estados miembros de la UE, especialmente debido a la eliminación de la incertidumbre y de los costes de transacción originados por el cambio de unas monedas por otras.

8.4. CAMBIOS Y TENDENCIAS EN LA ACTIVIDAD BANCARIA MINORISTA

Desde finales de los años setenta, el sector bancario está inmerso en un profundo proceso de transformación que, lejos de tocar a su fin, muestra signos de que se intensificará en un futuro. En este sentido, variables tales como la competencia derivada de la liberalización y globalización de los mercados, el desarrollo tecnológico o los cambios socioculturales, que ya han tenido ocasión de demostrar su enorme poder para transformar el sector durante la década anterior, seguirán afectando a las empresas bancarias como consecuencia, respectivamente, de la futura culminación de la UEM, la extensión de la aplicación de la tecnología *chip* y de *Internet* a la actividad bancaria y las nuevas tendencias en los hábitos de consumo de la población.

En lo que se refiere a la culminación de la UEM, existe consenso entre los distintos autores en señalar que no se producirán significativas presiones competitivas en la banca al por menor a corto plazo, debido a que las barreras de entrada que supone la extensa red de oficinas bancarias y el amplio conocimiento del mercado seguirán representando una importante ventaja competitiva para nuestras entidades (Amusátegui, 1995, p. 45; Ontiveros y

[26] Piénsese en el "dinero negro" atesorado tras la venta ocasional de inmuebles, terrenos, vehículos, etc., por parte de particulares y del que éstos disponen regularmente por pequeñas cuantías a fin de no llamar la atención del fisco. Al no existir una actividad oculta permanente, una vez aflorado es poco probable que pueda ser restituido de nuevo su importe, con lo cual cabría esperar una reducción del dinero negro en circulación.

Valero, 1997, p. 147; Bengoechea y Pizarro, 1997, p. 59). Sin embargo, a medio y largo plazo, es previsible que la entrada del euro configure un escenario de inflación y tipos de interés bajos y estables que tendrá efectos significativos sobre la banca al por menor. Entre ellos se encuentran la mayor capacidad competitiva de la banca extranjera -que verá cómo la financiación vía mercado interbancario se hace menos gravosa-, el incremento de la competencia en España por el lado del activo -ya que la baja rentabilidad del mercado interbancario obligará a la búsqueda de nuevas aplicaciones para los fondos prestables- y una reducción de márgenes -consecuencia de la caída de tipos y de una mayor competencia (Bengoechea y Pizarro, 1997).

Cabe señalar que la reducción de márgenes financieros en la actividad bancaria obligaría a las entidades, bien a dar un mayor protagonismo en su cuenta de resultados a otras fuentes de ingresos, tales como las comisiones por servicios de pago, o bien a reducir sus gastos de explotación. En relación a la necesidad de reducir los gastos operativos de las entidades, cada vez se hace más evidente que la aplicación de las nuevas tecnologías a la actividad bancaria se convertirá en un factor crítico para ser competitivo en el sector bancario (Liso y otros, 1996, p. 324). Por su parte, el incremento de ingresos vía comisiones se verá dificultado por el aumento de la competencia (Bengoechea y Pizarro, 1997, p. 63). En relación con ello, cabe señalar que, tal y como se está desarrollando el mercado de tarjetas de pago -instrumentos que generaron en 1997, entre otros ingresos, aproximadamente una cuarta parte de las comisiones netas totales de bancos y cajas de ahorros- el incremento de los precios por los servicios tradicionalmente ofertados a través de estos instrumentos está dejando de ser una opción, como consecuencia de la presión ejercida por los comerciantes para la bajada de tipos de descuento, el importante diferencial que ya existe entre los tipos de interés vía tarjetas y los que rigen el mercado y la posible competencia que proceda de las entidades emisoras extranjeras.

Las anteriores circunstancias restan, pues, margen de maniobra a las entidades en la fijación de precios y sugieren que el incremento de ingresos por servicios de pago con tarjetas provendrá, posiblemente, de incentivar el aumento de la demanda de los servicios tradicionales, especialmente en segmentos de negocios prácticamente inexplotados hasta ahora, como es el caso de la financiación vía tarjetas, o bien añadiendo al catálogo comercial de las entidades bancarias nuevos servicios suministrados por medio de tarjetas que sean susceptibles de facturación. En relación con esto último, caben señalar dos innovaciones que ofrecen nuevas oportunidades de negocio, a la vez que responden a la necesidad de disminución de costes por parte de las entidades: los *chips* incrustados en tarjetas e *Internet*. El primero de ellos es capaz de eliminar las barreras que hasta ahora habían impedido a la banca entrar a competir por los 10 billones de pesetas que, según estimaciones de *Price Waterhouse*, representan los pagos de muy pequeño importe en nuestro país. Ello equivale a más del triple de todo el volumen de compras realizado con tarjetas bancarias durante el año 1997. Al mismo tiempo, la enorme seguridad de las transacciones realizadas a través de la tecnología *chip*, a pesar de su funcionamiento *off-line*, permite reducir los costes de identificar a las partes involucradas en transacciones económicas. En lo que se refiere al desarrollo de *Internet*, las expectativas de crecimiento del comercio electrónico y la elección de los usuarios de la tarjeta bancaria como método de pago preferente supone, para el sector bancario, nuevas e importantes oportunidades de negocio en un futuro, a la vez que proporciona un nuevo canal de distribución de servicios bancarios que es ideal para cubrir las nuevas necesidades de la clientela bancaria.

Sobre este último aspecto cabe destacar algunas de las conclusiones de un estudio publicado por el Instituto Nacional de Consumo (1996) al objeto de analizar, entre otros aspectos, la perspectiva de evolución del consumidor español en los próximos años. En él se pone de manifiesto que "... la importancia del tiempo disponible y de calidad de vida condicionará de modo

fundamental el inicio del siglo XXI". Centrándonos en el sector bancario, esta tendencia implica que la clientela bancaria aumentará la demanda de servicios que le permita la optimización de su tiempo libre y a los que pueda acceder con mayor comodidad, a ser posible desde el mismo hogar, exigencias que pasan por intensificar las aplicaciones de las tecnologías de la información en la oferta de productos bancarios.

Siguiendo a Amusátegui (1995, pp. 46-48) las repercusiones previsibles de los anteriores factores sobre la actividad bancaria minorista pueden resumirse en dos:

1) La futura competencia en este segmento de mercado se centrará en la calidad del servicio ofrecido. Ello implicará la satisfacción de las necesidades específicas de los distintos clientes mediante la oferta de diseños de productos, precios, canales de distribución y campañas publicitarias específicos para cada segmento de la clientela, lo que exigirá el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información a fin de adquirir un mayor conocimiento sobre el perfil sociodemográfico y el comportamiento de cada uno de los clientes.

2) Se producirá una profunda transformación de los canales de distribución, que consistirá, por un lado, en una reestructuración de la red bancaria mediante su racionalización -en el sentido de reducir el número de oficinas y aumentar su tamaño- y, por otro, en la potenciación de canales alternativos de distribución de servicios bancarios, tales como CA, banca a través de *Internet* o banca telefónica[27].

[27] Estos previsibles cambios no son más que la continuación de los que se han venido produciendo durante la última década en el sector. De este modo, los resultados de un estudio Delphi realizado por el INEM en 1994, tras presentar una relación de 42 posibles acontecimientos futuros sobre la situación del sector en el año 1996 a un conjunto de expertos, ya destacaba que entre los sucesos más importantes se encontraban, por un lado, que la preocupación por la disminución del margen de intermediación llevaría a racionalizar los gastos de explotación y, por otro, que el concepto de calidad del servicio se constituye como un elemento diferenciador de las entidades (INEM, 1994, p. 781).

En los siguientes párrafos profundizamos sobre ambos aspectos[28].

8.4.1. MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS BANCARIOS OFRECIDOS AL CLIENTE

Todo apunta a que el objetivo central sobre el que girará el conjunto de estrategias en el negocio bancario minorista durante los próximos años es la satisfacción del cliente, a fin de atraer a otros nuevos y fidelizar los que ya están. Esta opinión es compartida, según un estudio de *Ernst&Young* publicado en 1997 "Sobre tecnología en banca y entidades financieras", por el 86 por 100 de los expertos internacionales en temas financieros.

Siguiendo el mismo estudio, en esta satisfacción del cliente juega un papel fundamental las nuevas tecnologías, como demuestra el hecho de que en torno al 26 por 100 de todo el gasto en aquellas durante 1997 -la mayor de las partidas- iba dirigido a mejorar los procesos de gestión y el servicio al cliente y tenía como objetivo último, de acuerdo con el 61 por 100 de los expertos encuestados, no la reducción de costes, sino el incremento de ingresos.

La aportación de las nuevas tecnologías a la satisfacción del cliente no se reduce únicamente al acercamiento de la oferta a éstos, mediante la creación de nuevos canales de distribución o a la extensión del número de los ya existentes. Quizás más importante, pero, sin embargo, menos explotada, es su capacidad de suministrar información detallada acerca del cliente sobre aspectos que permitan, no sólo detectar qué segmentos de mercado son más rentables, sino también de identificar sus preferencias a fin de guiar las

[28] La principal fuente de información estadística utilizada para la elaboración del siguiente epígrafe la constituye los informes que periódicamente, desde el año 1992, viene publicando la consultora *Ernst&Young* "Sobre tecnología en banca y entidades financieras". Estas encuestas son dirigidas a directores de tecnología y de empresas de servicios financieros de todo el mundo y tiene como objeto conocer las nuevas tendencias y cambios que se están produciendo en el sistema financiero.

estrategias a seguir para explotar todo su potencial económico. Efectivamente, la información sobre la actitud y comportamiento del consumidor ante la compra de bienes y servicios -tales como lugar, productos y servicios adquiridos, frecuencia, gasto realizado, horario, etc.- o la que se refiere estrictamente a su relación con la entidad -como puede ser el canal con el que se relaciona la mayoría de las veces- pueden suministrar a las entidades unas importantes bases de datos sobre sus clientes, lo que les permitiría mejorar su gestión financiera y comercial (Liso y otros, 1996, p. 340), redundando, a su vez, en unos servicios de mayor calidad.

De acuerdo con lo anterior, las "huellas" de las transacciones realizadas por los titulares de tarjetas a través, principalmente, de los sistemas de autoservicio bancarios contienen gran parte de la información anterior, por lo que se podrían convertir en un futuro en uno de los factores claves para la competitividad de las entidades bancarias. Sin embargo, la creación y uso de estas bases de datos se enfrentan a importantes problemas tanto de tipo organizativo o técnico -por ejemplo, costes elevados y complejidad en su creación, actualización y análisis- como de naturaleza ética -confidencialidad de los individuos- que puede frenar su desarrollo (IBM, 1992, pp. 48-49). No obstante, de acuerdo con *Ernst&Young* (1997, p. 26), los avances en las tecnologías de almacenamiento y recuperación de datos a gran escala (*Datawarehouse*) han conseguido facilitar el análisis y la reducción de costes "a niveles antes impensables".

8.4.2. REESTRUCTURACIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Es comúnmente aceptado que el escenario futuro de la actividad bancaria minorista pasa por la reestructuración de los canales de distribución, en el sentido de disminuir el número de oficinas, aumentar su tamaño y promocionar nuevos canales de distribución alternativos (Amusátegui, 1995, pp 46-48; Liso, 1996, p. 335; Pizarro, 1999, p. 26). Ello es debido a que estas

estrategias están en consonancia con las necesidades de las entidades de compensar la reducción de márgenes financieros y de dar respuestas a las nuevas exigencias de sus clientes, a la vez que son coherentes con un previsible escenario de bajos tipos de interés en el que el mantenimiento de una amplia red de sucursales, al objeto de captar pasivo barato, deja de tener sentido (Bengoechea y Pizarro, 1997, p. 63).

Se ha de señalar en relación con lo anterior que la distribución de servicios financieros a través de canales más cercanos al cliente -banca telefónica, CA, TPV, etc.-, supone, especialmente para las entidades bancarias españolas, debido a la tradicional competencia basada en la extensión de sucursales, la posibilidad de reducir la resistencia de aquellos a abandonar su entidad tradicional, por motivos tales como la cercanía de la sucursal al domicilio. De hecho, éste ha sido uno de los principales obstáculos con el que se han enfrentado nuestras entidades cuando han puesto en funcionamiento otros tipos de estrategias basadas en el precio de sus productos o en la diferenciación de la oferta para atraer a nuevos clientes (Márquez, 1996, p. 47). No podemos olvidar al respecto que la cercanía del punto de venta al cliente sigue siendo, aún hoy en día, el principal motivo que le induce a éste a elegir la entidad principal con la que opera (cuadro 8.10).

Pese a lo anterior, son diversos y fundamentales para la actividad bancaria los motivos que justifican la apuesta de las entidades del sector por el desarrollo de canales de distribución alternativos a la tradicional sucursal. Esta tendencia es corroborada por los resultados de los informes periódicos emitidos por *Ernst&Young*. De acuerdo con esta consultora (*Ernst&Young*, 1997, p. 27), en 1996, el 79 por 100 de las instituciones encuestadas a nivel internacional poseían algún plan para reestructurar su red de sucursales y un 35 por 100 tenía previsto reducirla. Ello supone, tal y como se observa en el cuadro 8.11, que en un futuro próximo se producirá una pérdida de peso relativo de la sucursal bancaria en favor de los demás canales de distribución alternativos. En esta transformación, los sistemas de autoservicio accionados

vía tarjetas verán incrementado el importante protagonismo que ya poseen actualmente, de forma que, si en 1997 se estimaba que el 63 por 100 de las transacciones financieras se realizaban con CA y TPV, para el 2001 este porcentaje ascenderá al 70 por 100.

CUADRO 8.10

PRINCIPALES MOTIVOS DE LOS USUARIOS ESPAÑOLES PARA LA ELECCIÓN DE LA ENTIDAD BANCARIA PRINCIPAL CON LA QUE OPERA, 1996 (EN PORCENTAJES)

Categorías	Porcentaje
Cercanía, comodidad	27,9
Servicios vinculados a la cuenta	19,8
Prestaciones, funcionamiento	13,6
Tradición familiar, decidió un familiar	13,6
Consejo de/relación con empleado	11,7
Trato, ayuda	11,7
Status, carácter de la entidad	4,9
Agrado en general	4,8
Primera o única en la zona	3,6
Confianza, seguridad	2,7
Mala experiencia con otra entidad	1,4
Azar	1,4
Publicidad	0,9
Otros	4,4
NS/NC	0,8
Nota: Número de casos=1.078; número de respuestas=1.355.	

Fuente: Pérez-Díaz y otros (1998, p. 269).

CUADRO 8.11

DISTRIBUCIÓN DE LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS MINORISTAS POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN: SITUACIÓN ACTUAL Y PREVISIONES (EN PORCENTAJES)

	1997	2001
CA	27	29
Redes informáticas privadas	2	5
TPV	35	41
Sucursal	33	21
Centros de servicios telefónico	2	4

Fuente: *Ernst&Young* (1999, p. 43).

Las transformaciones previstas por las entidades no se basan únicamente en variaciones cuantitativas respecto al número de puntos de venta correspondientes a cada uno de sus canales de distribución. Por el

contrario, las transformaciones también se refieren a la ampliación de la gama de servicios ofertados por canales distintos a la sucursal bancaria. Así, en el caso concreto de los CA, el 34 por 100 de las entidades tienen previsto ampliar sus redes de CA y la mayoría de ellas prevén aumentar su funcionalidad con innovaciones tales como el trato personal a través de videoconferencias (cuadro 8.12).

CUADRO 8.12

ESTRATEGIAS DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS A NIVEL MUNDIAL RESPECTO A LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS PARA EL PERÍODO 1997-1999

Tipo de Estrategia	Porcentajes de entidades
Cajeros más fáciles de usar	66
Acceso a varios productos bancarios	66
Cajeros con tarjeta inteligente	63
Cajeros fuera de las oficinas	56
Vender otros productos bancarios	50
Transacciones más sofisticadas	49
Enlace de video con personal del banco	30
Vender productos no bancarios	27

Fuente: *Ernst&Young* (1999).

Esta ampliación de la funcionalidad de los CA es ya una realidad en algunas de las principales entidades bancarias españolas, como el Banco de Santander, dando muestra nuestras entidades, una vez más, de su afán por situarse a la vanguardia de las últimas innovaciones introducidas en los sistemas de pago con tarjetas. Así, la firma española *Hart Monetic* ha creado unos nuevos CA que combinan la informática con la videoconferencia y que permiten realizar muchas transacciones que hasta ahora sólo se podían hacer en ventanilla. Entre ellas se encuentran el depósito de cheques en cuentas propias o de terceros, el pago de recibos con cargos inmediatos en cuenta con devolución de cambio, el recuento de billetes de hasta 12 valores distintos a razón de 7 por segundo y el canje de monedas por euros. Todo ello se realiza mediante el apoyo, en caso de dificultad para el usuario, de un empleado que, mediante videoconferencia, permite ayudar a distancia al cliente. Algunos

bancos y cajas de ahorros ya están implantando estos dispositivos en el territorio español[29].

8.5. PERSPECTIVAS FUTURAS DEL MERCADO DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS EN ESPAÑA: UN ESTUDIO EMPÍRICO

En los párrafos anteriores se han identificado y analizado distintos factores que tienden a incrementar el protagonismo de las tarjetas bancarias en nuestro sistema financiero durante los próximos años. Procedemos a continuación a exponer los resultados de una consulta realizada a los expertos sobre las principales conclusiones obtenidas de tal análisis, a fin de conocer el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de ellas. Las cuestiones aquí tratadas forman parte de la misma encuesta cuyos resultados ya han sido analizados parcialmente en el epígrafe 7.5, por lo que les son aplicables los mismos comentarios que allí se hicieron sobre el detalle de su elaboración.

En este sentido, tal y como se aprecia en el cuadro 8.13, los expertos valoran como "bastante importante" todas y cada una de las posibles utilizaciones futuras de las tarjetas bancarias. Cabe destacar, además, el elevado grado de consenso existente respecto a las valoraciones atribuidas a cada cuestión, tal y como se deduce de la considerable concentración de las respuestas en torno al valor promedio y al reducido valor de la desviación media.

Los resultados anteriores no varían, prácticamente, al considerar el análisis por sectores (cuadro 8.14). Así, en líneas generales, el mayor uso de estos instrumentos en un futuro se deberá, tanto al fomento de la utilización de los servicios que tradicionalmente se han venido ofertando (crédito al consumo, reintegros de efectivo, etc.), como a la apertura de nuevas líneas de negocio,

[29] Véanse al respecto el diario el País de 1/11/98 y la revista Actualidad Económica de 21 al 27 de septiembre de 1998.

tales como su aplicación al comercio electrónico o, mediante las tarjetas *chip*, al segmento de pagos de muy pequeña cuantía.

CUADRO 8.13

Respecto a las tendencias futuras, ¿cuáles de los siguientes usos de las tarjetas bancarias tendrá mayor importancia en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					MEDIANA (Me)	DESVIACIÓN MEDIA (DM_{Me})
	1	2	3	4	5		
· Sustitución del uso del efectivo por el de las "tarjetas monedero" en las compras de muy pequeño importe	2,2	8,9	24,4	48,9	15,6	4	0,6
· Uso de las tarjetas bancarias como medio de pago en el comercio electrónico	0,0	2,2	11,1	46,7	40,0	4	0,6
· Utilización del crédito al consumo a través de tarjetas	2,2	2,2	31,1	48,9	15,6	4	0,6
· Mayor demanda de los servicios que tradicionalmente se han venido ofreciendo a través de tarjetas bancarias (reintegros de efectivo, compra en comercios, etc.)	0,0	2,2	4,4	48,9	44,4	4	0,5

***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante

Fuente: Elaboración propia.

A fin de profundizar en las anteriores cuestiones generales, se consultó a los expertos sobre el grado de transcendencia que otorgaban a aspectos puntuales que en mayor o menor medida podrían influir sobre el uso de las tarjetas en un futuro. Los resultados obtenidos para el conjunto de personas encuestadas se recogen en el cuadro 8.15.

Los resultados contenidos en el cuadro 8.15 reflejan, una vez más, la gran importancia que el conjunto de expertos atribuye a los aspectos culturales como principales inhibidores del uso de las tarjetas de pago bancarias en nuestro país. De este modo, el evento que es calificado como el más importante de entre los relacionados se refiere a los cambios de actitud del público ante el uso de los citados instrumentos, como consecuencia de la aparición de nuevas generaciones más acostumbradas al uso de una

CUADRO 8.14

Respecto a las tendencias futuras, ¿cuáles de los siguientes usos de las tarjetas bancarias tendrá mayor importancia en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Sustitución del uso del efectivo por el de las "tarjetas monedero" en las compras de muy pequeño importe	5,9	11,8	29,4	47,1	5,9	4	0,8	0,0	16,7	16,7	50,0	16,7	4	0,7	0,0	0,0	25,0	50,0	25,0	4	0,5
· Uso de las tarjetas bancarias como medio de pago en el comercio electrónico	0,0	0,0	5,9	52,9	41,2	4	0,5	0,0	8,3	16,7	33,3	41,7	4	0,8	0,0	0,0	12,5	50,0	37,5	4	0,5
· Utilización del crédito al consumo a través de tarjetas	0,0	5,9	35,3	58,8	0,0	4	0,5	8,3	0,0	41,7	33,3	16,7	3,5	0,8	0,0	0,0	18,8	50,0	31,3	4	0,5
· Mayor demanda de los servicios que tradicionalmente se han venido ofreciendo a través de tarjetas bancarias (reintegros de efectivo, compra en comercios, etc.)	0,0	0,0	0,0	47,1	52,9	5	0,5	0,0	8,3	8,3	25,0	58,3	5	0,7	0,0	0,0	6,3	68,8	25,0	4	0,3
***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante																					

Fuente: Elaboración propia.

diversidad de instrumentos electrónicos en su vida cotidiana. No cabe duda, para los citados expertos, de que este cambio de hábitos de los consumidores será de extrema importancia para fomentar el uso de las tarjetas bancarias. A ello contribuirán, también de manera importante, diversas transformaciones que se producirán en el mercado, como son la apuesta de las entidades bancarias por la distribución de servicios financieros "a distancia", la eliminación de los precios prohibitivos que hasta ahora han impedido la difusión del uso del crédito vía tarjetas entre sus titulares y el mayor uso de la tecnología *chip* para aliviar los inconvenientes surgidos una vez que comience el proceso de introducción de las nuevas monedas nominadas en euros.

En todas estas valoraciones anteriores hay que destacar el alto grado de consenso alcanzado por el conjunto de expertos.

No se observan discrepancias importantes al considerar las valoraciones dadas por los distintos sectores a las cuestiones planteadas (cuadro 8.16). Sin embargo, caben destacar algunos aspectos. Así, hay que subrayar la importante acogida que ha tenido entre los consumidores la reducción de tipos de interés en los créditos vía tarjetas, tal y como sugiere la otorgación de la máxima valoración de la escala a esta cuestión. Algo similar ocurre en el sector comercio con la valoración del papel de las tarjetas *chip* en el proceso de introducción del euro. Es importante observar cómo este sector, que será uno de los que en mayor medida soporte los inconvenientes de la introducción de la nueva moneda, otorga la máxima valoración al papel de las tarjetas con *chip* durante este proceso. Es preciso también hacer mención a la alta valoración que los sectores que conforman la demanda en el mercado (consumidores y comerciantes) conceden a la posible emisión de una directiva por parte de la Comisión Europea al objeto de regular los mercados de tarjetas de los Estados miembros. Esta valoración contrasta con la dada por el sector bancario. Por último, señalar la reducida importancia que los tres sectores confieren a los

programas de fidelización, tales como, por ejemplo, *Travel Club*, a la hora de fomentar el uso de estos instrumentos.

CUADRO 8.15

¿En qué grado cree Vd. que influirá cada uno de los siguientes acontecimientos en el fomento del uso de las tarjetas bancarias en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Porcentajes de respuesta según puntuación					**Mediana (me)**	***Desviación media*** **(dm_{me})**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**		
· Reducción de tipos de interés por aplazamiento del pago con tarjetas llevada a cabo por algunas de las principales entidades bancarias	0,0	0,0	8,9	53,3	37,8	4	0,5
· Fomento en un futuro de los canales de distribución "a distancia" (cajeros automáticos, terminales en puntos de venta, banca por *Internet*, etc.) por parte de las entidades bancarias	0,0	2,2	6,7	55,6	35,6	4	0,5
· Aumento del uso de las tarjetas con *chip* tras la introducción de los euros, debido a los inconvenientes que traerá consigo su convivencia con las monedas nacionales	2,2	6,7	22,2	31,1	37,8	4	0,8
· Aumento de la competencia en el mercado tras los acuerdos de *Europay*/*Mastercard* con la CECA y el sistema *4B*	4,4	6,7	42,2	40,0	6,7	3	0,7
· Fomento del uso de las tarjetas a través de programas de fidelización, tales como *Turyocio* o *Travel Club*	0,0	24,4	48,9	22,2	4,4	3	0,6
· Aumento de la competencia de entidades extranjeras tras la culminación de la Unión Económica y Monetaria	2,2	11,1	35,6	33,3	17,8	4	0,8
· Reducción de los tipos de descuento aplicados a los comerciantes, según los recientes acuerdos alcanzados por éstos con las entidades emisoras de tarjetas	4,4	6,7	26,7	22,2	40,0	4	0,9
· Posible emisión de una directiva por parte de la Comisión Europea a fin de regular el mercado de tarjetas en cada uno de los países	2,2	15,6	24,4	28,9	28,9	4	0,9
· Las nuevas generaciones, más acostumbradas a los aparatos electrónicos, no tendrán una actitud tan reacia ante los instrumentos de pago electrónicos, como las tarjetas	0,0	2,2	4,4	37,8	55,6	5	0,5
***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante							

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 8.16

¿En qué grado cree Vd. que influirá cada uno de los siguientes acontecimientos en el fomento del uso de las tarjetas bancarias en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Reducción de tipos de interés por aplazamiento del pago con tarjetas llevada a cabo por algunas de las principales entidades bancarias	0,0	0,0	5,9	35,3	58,8	5	0,5	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	4,5	0,5	0,0	0,0	18,8	75,0	6,3	4	0,3
· Fomento en un futuro de los canales de distribución "a distancia" (cajeros automáticos, terminales en puntos de venta, banca por Internet, etc.) por parte de las entidades bancarias	0,0	5,9	5,9	58,8	29,4	4	0,5	0,0	0,0	16,7	50,0	33,3	4	0,5	0,0	0,0	0,0	56,3	43,8	4	0,4
· Aumento del uso de las tarjetas con chip tras la introducción de los euros, debido a los inconvenientes que traerá consigo su convivencia con las monedas nacionales	5,9	17,6	29,4	17,6	29,4	3	1,1	0,0	0,0	25,0	16,7	58,3	5	0,7	0,0	0,0	12,5	56,3	31,3	4	0,4
· Aumento de la competencia en el mercado tras los acuerdos de Europay/Mastercard con la CECA y el sistema 4B	11,8	5,9	35,3	35,3	11,8	3	0,9	0,0	0,0	41,7	58,3	0,0	4	0,4	0,0	12,5	50,0	31,3	6,3	3	0,6

***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 8.16 (CONTINUACIÓN)

¿En qué grado cree Vd. que influirá cada uno de los siguientes acontecimientos en el fomento del uso de las tarjetas bancarias en un futuro? Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5*

	Consumidores							**Comercios**							**Bancos**						
	Porcentajes de respuesta según puntuación					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}	**Porcentajes de respuesta según puntuación**					Me	DM_{Me}
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
· Fomento del uso de las tarjetas a través de programas de fidelización, tales como Turyocio o Travel Club	0,0	23,5	47,1	23,5	5,9	3	0,6	0,0	8,3	66,7	25,0	0,0	3	0,3	0,0	37,5	37,5	18,8	6,3	3	0,7
· Aumento de la competencia de entidades extranjeras tras la culminación de la Unión Económica y Monetaria	5,9	11,8	17,6	41,2	23,5	4	0,8	0,0	0,0	50,0	41,7	8,3	3,5	0,6	0,0	18,8	43,8	18,8	18,8	3	0,8
· Reducción de los tipos de descuento aplicados a los comerciantes, según los recientes acuerdos alcanzados por éstos con las entidades emisoras de tarjetas	11,8	5,9	23,5	23,5	35,3	4	1,1	0,0	0,0	0,0	16,7	83,3	5	0,2	0,0	12,5	50,0	25,0	12,5	3	0,6
· Posible emisión de una directiva por parte de la Comisión Europea a fin de regular el mercado de tarjetas en cada uno de los países	5,9	5,9	23,5	29,4	35,3	4	0,9	0,0	8,3	25,0	33,3	33,3	4	0,8	0,0	31,3	25,0	25,0	18,8	3	0,9
· Las nuevas generaciones, más acostumbradas a los aparatos electrónicos, no tendrán una actitud tan reacia ante los instrumentos de pago electrónicos, como las tarjetas	0,0	5,9	0,0	35,3	58,8	5	0,5	0,0	0,0	8,3	41,7	50,0	4,5	0,6	0,0	0,0	6,3	37,5	56,3	5	0,5

***1**=nada importante;**2**=muy poco importante;**3**=poco importante;**4**=bastante importante;**5**=muy importante

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

Destinamos este primer apartado a realizar una breve síntesis de nuestra investigación y a destacar las conclusiones más relevantes. Aunque la mayoría de ellas ya han sido puestas de manifiesto a lo largo de los capítulos precedentes, creemos conveniente presentarlas en su conjunto de una manera agrupada y sistemática. Para una mayor claridad, vamos a estructurarlas en tres bloques:

1.- El primer bloque lo destinamos a abordar aspectos generales relacionados con las tarjetas de pago bancarias, entre los que se incluyen el papel que desempeñan estos instrumentos en el sistema financiero, las repercusiones económicas que tiene su utilización y el grado de importancia que su uso ha alcanzado en nuestro sistema de pago minorista, en relación con el de otros países desarrollados.

2.- A continuación, nos centramos en el mercado español de tarjetas bancarias, prestando especial atención a aquellas características de la demanda y de la oferta que pueden explicar el reducido uso de estos instrumentos de pago en nuestro país.

3.- Por último, se hace alusión a las perspectivas futuras del mercado español de tarjetas de pago bancarias.

1.- Aspectos generales

El desarrollo de los sistemas electrónicos de pago con tarjeta forma parte de un proceso más amplio, iniciado en los años setenta, basado en la aplicación de las tecnologías de la información a la práctica totalidad de las actividades desarrolladas en el negocio bancario y que surgió como respuesta a las necesidades aparecidas en dicho sector ante los drásticos cambios experimentados en su entorno.

Así, el estrechamiento de márgenes financieros, fruto de la intensificación de la competencia en el mercado, obligó a las empresas bancarias a actuar sobre otros componentes de sus cuentas de resultados, bien desarrollando nuevas fuentes de ingresos, bien realizando esfuerzos encaminados a reducir los gastos de explotación. Al mismo tiempo, esa mayor competencia daba lugar a un suministro de información suficiente a la clientela bancaria para incrementar su nivel de cultura financiera y para despertar su atención sobre aspectos tales como el precio o la calidad de los servicios prestados, hechos que produjeron en la demanda importantes cambios cualitativos a los que la oferta debería hacer frente. A todas las cuestiones anteriores dio respuesta, en el negocio bancario minorista, el desarrollo de los sistemas electrónicos de pago con tarjeta.

El papel desempeñado por las tarjetas de pago bancarias en el proceso anteriormente descrito fue doble. Por un lado, estos instrumentos, cuyos orígenes se remontan a los años cincuenta, fueron capaces de impulsar la introducción y desarrollo de los sistemas electrónicos de pago, debido a que los primeros sistemas de tarjetas de crédito, que basaban su operativa en el uso del papel, ya habían aflorado y dado respuesta a muchos de los problemas legales, operacionales y de *marketing* a los que han tenido que hacer frente más tarde los sistemas de transferencias electrónicas de fondos. Una vez que aparecieron éstos, la función que desempeñaron fue la de ser los principales

activadores de dichos sistemas y, junto al NIP, medios de identificación de las partes implicadas en una operación de pago. La amplia difusión de las tarjetas bancarias entre la población con anterioridad a la aparición de los primeros sistemas electrónicos y la flexibilidad que poseían a la hora de incorporar nuevas funciones las convertirían en instrumentos ideales para servir como "llave" de acceso a tales sistemas.

El posterior uso intensivo de las tarjetas de pago y de los sistemas electrónicos que las sustentan, principalmente CA y TPV, ha tenido importantes implicaciones sobre el sistema financiero, las cuales se extienden desde las que se enmarcan dentro del ámbito puramente macroeconómico hasta aquellas que afectan a los distintos agentes individuales que lo componen (individuos, empresas bancarias, etc.).

Refiriéndonos al primer caso, la posibilidad de extender en una economía formas alternativas de pago diferentes de las de débito, como son los pagos diferidos o prepagos con tarjetas de crédito y monederos electrónicos, respectivamente, unido a la mayor facilidad de acceso a los depósitos bancarios a través de sistemas de pago electrónicos, ha generado un *trade-off* entre el dinero bancario y el emitido por los bancos centrales que ha afectado a la demanda y a la oferta monetaria en los mercados financieros.

Desde un punto de vista microeconómico, la cercanía al cliente de los nuevos canales de distribución de servicios financieros (CA y TPV) y la ruptura de los límites geográficos y temporales para su suministro han provocado modificaciones profundas en los hábitos financieros de la clientela, rupturas de las barreras de entrada tradicionales en el sector e, incluso, cambios sustanciales en la propia naturaleza de la actividad bancaria. A su vez, ha repercutido en la estructura de costes e ingresos correspondientes a este negocio, generando, entre otros, economías de escala en el suministro de servicios financieros a través de sistemas de autoservicios bancarios y permitiendo la aparición de nuevas partidas de ingresos en las cuentas de

resultados de las entidades, fruto del cobro de los servicios de pago prestados a los titulares (cuotas anuales, intereses por crédito o comisiones) y a los comerciantes (tasas de descuento).

De todo lo anterior se desprende que el nivel de arraigo alcanzado por las tarjetas bancarias como instrumentos de pago entre la población de cada país ha podido condicionar, en gran medida, el grado de éxito obtenido por su sistema bancario a la hora de adaptarse a los cambios producidos en su entorno, al mismo tiempo que puede determinar su capacidad para superar grandes retos futuros, como son el desplazamiento del efectivo en los pagos de muy pequeña cuantía mediante el uso de las tarjetas monederos, el suministro de servicios de pago seguros para la liquidación de transacciones realizadas a través de comercio electrónico o el facilitar el proceso de transición entre las monedas nacionales y el euro.

Al objeto de abordar la situación de las tarjetas bancarias en nuestro país, en lo que se refiere a su nivel de utilización y extensión entre la población, un paso previo ha consistido en analizar las características que definen su entorno más inmediato, esto es, del sistema de pago minorista, profundizando sobre las posibles repercusiones que tales peculiaridades han podido tener sobre el grado de utilización de aquellos instrumentos.

En este sentido, la industria española de servicios de pago goza de una serie de particularidades que la distingue claramente de la del resto de países de nuestro entorno. Quizás la más importante se refiere a la elevada utilización del efectivo en España y, por contra, el escaso protagonismo alcanzado en nuestros mercados por los dos instrumentos que han contado históricamente con más arraigo entre la población del resto de los países desarrollados: los cheques y las transferencias bancarias.

* El elevado uso del efectivo, intensificado en nuestro país por la necesidad de financiar un nivel de economía sumergida muy superior a la existente en otros países de nuestro entorno, ha afectado cuantitativa y cualitativamente a la configuración del patrón de uso del resto de instrumentos de pago minoristas ofrecidos por el sector privado. Cuantitativamente, en la medida en que la relación de sustitución que mantiene con el resto de instrumentos de pago ha reducido el nivel general de utilización de estos últimos y, por tanto, de las tarjetas bancarias. Cualitativamente, porque los instrumentos de pago más afectados son aquellos que cubren necesidades similares a las cubiertas por el efectivo, es decir, los instrumentos habitualmente utilizados para liquidar transacciones "cara a cara" de pequeño importe, como son las tarjetas de pago y los cheques.

* Por su parte, el reducido uso de los cheques y de las transferencias en España ha podido influir de dos formas contrarias sobre el uso de las tarjetas bancarias: por un lado, ha debido obstaculizar el arraigo entre la población española del uso de instrumentos de pago ofertados por el sistema bancario, favoreciendo así el uso del efectivo en detrimento del resto de métodos de pago; por otro lado, ha permitido la permanencia de un segmento de negocio, el de los servicios de pago al por menor, prácticamente inexplotado por la banca, así como de unas necesidades insatisfechas de la clientela bancaria, lo que ha podido estimular la extensión del uso de las tarjetas bancarias en nuestro país. Todo parece indicar que ha sido el segundo de estos efectos el que ha predominado sobre el primero.

* Cabe señalar también que no ha sido importante la competencia que ha provenido de otros productos sustitutivos más cercanos a las tarjetas bancarias, como son las tarjetas de pago comerciales y las *T&E*. En el primer caso, pese a que la cuota de mercado que corresponde a las tarjetas emitidas por comercios supone más del 20 por 100 del total, el importante dominio que ejerce la banca sobre este segmento de mercado ha restado importancia a la

competencia intersectorial, difuminando, de este modo, los posibles efectos dinamizadores que esta competencia hubiese traído sobre la oferta española de tarjetas. Respecto a la modalidad *T&E*, su escasa presencia en el mercado español, con una cuota cercana al 1 por 100 del total de tarjetas en circulación, las ha situado en inferioridad de condiciones para rivalizar con las tarjetas bancarias en la prestación de servicios de pago.

* Otra característica de nuestro sistema de pago minorista, que contrasta de manera importante con las expuestas en líneas anteriores, es la presencia de uno de los niveles de oferta de servicios de pago al por menor más amplios de entre los existentes en el resto de países desarrollados. Así, cualquiera de las variables que se considere (número de sucursales, de cuentas a la vista, de CA o de TPV), con relación al número de habitantes, sitúa al sistema de pago minorista español entre los que cuentan con mayor dotación de puntos de acceso a nivel mundial. Ello, sin embargo, no se ha visto reflejado en un uso intensivo de los instrumentos de pago ofertados por el sistema bancario, sino que, por el contrario, España presenta, después de Italia, el nivel más reducido de utilización en el ámbito de la UE.

De lo anterior se deduce que la tarjeta bancaria es un instrumento que, históricamente, no ha tenido que hacer frente a una excesiva competencia procedente de otros mecanismos de pago tradicionales distintos del efectivo, utilizados para la liquidación de transacciones “cara a cara”, como ha sido el caso del cheque. Sus emisores tampoco se han visto obligados a soportar, por los motivos señalados, una importante rivalidad intersectorial en la oferta de tarjetas. Además, España cuenta con uno de los sistemas de pago mejor dotados del mundo, en lo que se refiere a número de puntos de venta de servicios bancarios por habitante. Sin embargo, todas estas características contrastan fuertemente con la reducida aceptación que ha tenido entre el público español el uso de las tarjetas de pago bancarias, en comparación con la de la mayoría de países desarrollados. En concreto, en términos per cápita, en

España durante 1997 únicamente se realizaron 9 operaciones de pago con tarjetas, frente a un promedio comunitario de 23. Dicha cifra tan sólo era superior a la que presentaban otros tres países de la Unión, a saber, Alemania, Italia y Austria.

Partiendo de la idea de que los factores explicativos de esta situación no pueden reducirse exclusivamente a aquellos que tienen un carácter cultural, se ha profundizado en el estudio de las características que definen la oferta y la demanda en el mercado español de tarjetas bancarias a fin de detectar otras causas adicionales. Las principales conclusiones obtenidas de este ejercicio se resumen en las siguientes líneas.

2.- Características de la demanda y de la oferta en el mercado español de tarjetas bancarias

Al profundizar en el estudio del mercado español de tarjetas de pago bancarias, un primer aspecto que cabe destacar, relacionado con la demanda, es que la infrautilización de dichos instrumentos no sólo se refiere a sus funciones como instrumento de pago, sino que también se extiende a otras operaciones, como son los reintegros de efectivo o la utilización de la financiación vía tarjetas.

Efectivamente, en 1997, el número de reintegros de efectivo per cápita en España era de 15 operaciones, frente a un promedio comunitario de 21. Con relación al uso de la financiación vía tarjetas de crédito, cabe señalar que en 1997 los titulares españoles aplazaron pagos por un importe de 466.193 millones de pesetas, cuantía que sólo representaba el 19,5 por 100 de los fondos totales puestos a disposición de aquellos por bancos y cajas de ahorros, bien para su uso en la modalidad de débito diferido o para su aplazamiento por medio de la utilización del crédito rotativo. Si dicho porcentaje es reducido, lo es más el que se refiere exclusivamente a la utilización del

crédito rotativo que tienen disponible sus titulares, estimándose que sólo entre el 15 y el 18 por 100 de las compras realizadas con tarjetas de crédito son financiadas por los clientes mediante la utilización de dicha modalidad de crédito al consumo.

Como consecuencia de lo anterior, no es de extrañar la escasa importancia que la financiación vía tarjetas tiene sobre el activo crediticio de las entidades de depósito españolas. Así, en 1997 representaba sólo el 27,17 por 100 del importe total de deudores a la vista de bancos y cajas de ahorros. También es reducida la aportación de los intereses de los créditos suministrados mediante tarjetas sobre las cuentas de resultados de las entidades de depósito, llegando a suponer tan sólo el 0,48 por 100 de los productos financieros de bancos y cajas de ahorros en dicho año.

Los escasos ingresos obtenidos de la actividad crediticia vía tarjetas han presionado a las entidades emisoras a su obtención a través de otras fuentes alternativas, como son el cobro de comisiones a comercios y a los titulares de estos instrumentos. De hecho, los ingresos por intereses representaban, en 1997, menos del 18 por 100 de los ingresos totales derivados del negocio de tarjetas. Los ingresos por comisiones, por su parte, proceden principalmente (un 67 por 100) de la prestación de servicios financieros que no están relacionados con el pago de bienes y servicios, a saber, de las cuotas anuales por emisión de tarjetas y de comisiones por prestación de otros servicios, como son los reintegros de efectivo en CA por parte de personas que no son clientes de la red en la que se integra el terminal.

En definitiva, la infrautilización en nuestro país de todos los servicios disponibles a través de tarjetas ha tenido también su lógico reflejo en una reducida importancia del crédito vía tarjetas sobre el activo crediticio de las entidades de depósito españolas y de los ingresos generados por el negocio de tarjetas sobre las cuentas de resultados de dichas entidades.

Al tratar de dar una explicación a la situación anterior, nos hemos encontrado con múltiples aspectos relacionados con la demanda y con la oferta de tarjetas bancarias que han podido afectar negativamente a la utilización de estos instrumentos. Las principales conclusiones obtenidas de tal análisis han sido contrastadas con la opinión de expertos en la materia, que fueron consultados a través de un trabajo de campo incluido en nuestra investigación. Cabe destacar que los resultados obtenidos han permitido reafirmar la mayoría de dichas conclusiones. Éstas, que se exponen a continuación, han sido divididas para mayor claridad en tres grandes bloques:

A) Las relacionadas con aspectos estructurales del mercado, tales como la dotación de terminales, la distribución espacial de los mismos, la concentración de su propiedad, la competencia en el mercado, etc.

B) Aquellas que tienen que ver con las condiciones en las que se ofrecen los servicios de pago con tarjetas en el mercado español.

C) Las que se refieren exclusivamente a las características de la demanda en el mercado.

A) Tal y como se ha afirmado en líneas anteriores, España cuenta con uno de los mercados de tarjetas más desarrollados del mundo en términos cuantitativos. En concreto, el número de CA per cápita instalado en el mercado español no era superado en 1997 por el de ningún otro perteneciente a la UE y, fuera del ámbito comunitario, sólo Japón superaba dicha ratio. Si nos referimos a la dotación per cápita de TPV, ésta no fue rebasada en dicho año por la de ningún otro país del mundo. Algo parecido podría decirse de la cantidad de tarjetas que accionan dichos sistemas de autoservicios: el número per cápita de tarjetas de crédito y débito únicamente es superado en el ámbito comunitario por cinco países.

Pero, junto a los anteriores, existen otros atributos de carácter cualitativo que engrandecen aún más nuestro mercado de tarjetas. En este sentido, la apuesta de las entidades bancarias españolas por dar preferencia a la operativa *on-line* para la tramitación de las transacciones realizadas a través de las redes de CA y de TPV ha permitido situar a nuestros sistemas de tarjetas entre los más seguros del mundo. Además, al contrario de lo que ocurre en otros países comunitarios, nuestro mercado no esta "cartelizado". Por el contrario, cada entidad bancaria compite por la captación de nuevos clientes, ya sean comerciantes o consumidores, y son tres los sistemas que gestionan la oferta de estos servicios en régimen de libre competencia. La oferta en España cuenta, además, con una de las menores concentraciones de la propiedad de CA en relación con la que está presente en otros países. Un escaso nivel de concentración se presenta también en lo que se refiere a la ubicación geográfica de los CA, de forma que todo apunta a que el reparto de estos aparatos entre la población es bastante equitativo. Otro aspecto que es necesario resaltar es la completa "interoperatividad" técnica alcanzada entre los distintos sistemas de tarjetas españoles, algo que tampoco es tan común en el resto de países. Si nos referimos a los servicios ofrecidos mediante estos sistemas, hay que señalar que es uno de los pocos mercados europeos en los que la mayoría de las tarjetas de modalidad de crédito ofrecen a sus titulares la opción a disponer de un crédito rotativo o *revolving*, dando lugar, por tanto, a una oferta de servicios más amplia que la de otros países.

Así pues, podemos concluir indicando que los sistemas de tarjetas bancarias poseen en nuestro país una serie de características que los sitúan entre los más desarrollados del mundo, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Los anteriores son atributos que, sin duda, han debido facilitar la extensión del uso de las tarjetas de pago bancarias en España. Sin embargo, cabe señalar que el elevado nivel de dotación de cada uno de los elementos que conforman los sistemas de pago con tarjetas, principalmente CA, TPV y

tarjetas, así como las demás características señaladas en líneas anteriores, pueden ser malos indicadores del grado de desarrollo real alcanzado por nuestro mercado de tarjetas bancarias, en el sentido de que todo apunta a que la extensión de dichos sistemas en nuestro país se ha realizado sin una orientación hacia el mercado, no reflejando en modo alguno el nivel de demanda real de los servicios que ofrecen.

* En relación con lo anterior, para el conjunto de países considerados en el presente estudio no se observa una clara correlación entre el nivel de dotación de CA y el número de transacciones realizadas a través de ellos[1], pero sí entre la primera de dichas variables y el número de oficinas bancarias existentes en cada uno de dichos países. Ello indica que la oferta de servicios financieros a través de CA, independientemente de contar con una demanda efectiva de éstos, ha gozado de argumentos, basados en la supuesta reducción de costes y de productividad de las sucursales bancarias, que han animado a las entidades financieras a su instalación. Trasladando lo anterior al caso español, la existencia de una de las redes de sucursales bancarias más densas del mundo sirve para justificar la presencia, a su vez, de una red de CA que goza de similares características en cuanto a su extensión.

* En lo que respecta a las redes de TPV, sí se observa en la mayoría de los países considerados una correlación positiva entre el nivel de dotación per cápita de TPV y el número de transacciones de pago realizadas a través de ellos, aunque con dos excepciones: EE.UU y España. En el caso español, esta desconexión entre demanda y oferta puede explicarse por la distribución masiva y de forma gratuita, algo inédito a nivel mundial, de estos terminales entre una red de establecimientos comerciales que también se sitúa entre las más densas del mundo. Ello parece haber favorecido la

[1] Esta falta de sintonía entre la oferta y la demanda de tales servicios se hace más patente en dos países: España y Japón (véase figura 7.4).

difusión de estos sistemas en nuestro país sin una orientación hacia el mercado, debido a que la gratuidad de su colocación ha permitido a los comerciantes españoles disponer de ellos sin tener que considerar si el número de operaciones realizadas por sus clientes justificaba o no los costes de su instalación y mantenimiento. Apoyan esta hipótesis algunos datos que sugieren que el 40 por 100 del parque de TPV en España estaba inactivo[2] en 1997.

Respecto a otra de las cualidades de nuestras redes de CA, como es la compatibilidad entre todos sus terminales, cabe hacer referencia a que las condiciones económicas impuestas a los clientes por su uso le han restado transcendencia en la práctica, de forma que éstos realizan un uso preferente de los CA de su red y evita utilizar los de las demás. Sobre este aspecto se volverá más adelante.

En lo que se refiere al uso de los TPV, cabe señalar que las peculiaridades de nuestra red comercial, entre las que se encuentran el elevado número de establecimientos comerciales y la pequeña dimensión de éstos, han podido obstaculizar la difusión del uso de las tarjetas de pago bancarias en nuestro país. Así, pese a que, como se ha apuntado, contamos con la mayor dotación per cápita de estos terminales a nivel mundial, algunas estadísticas señalan que no se ha llegado a cubrir ni el 50 por 100 de los establecimientos comerciales españoles, lo que indica que la diseminación de los puntos de ventas comerciales ha podido obstaculizar, más que beneficiar, el acercamiento de estas formas de pago a la población. Además de lo anterior, la reducida dimensión de los establecimientos comerciales guarda, según los estudios manejados, una relación positiva con un uso intensivo del efectivo y una negativa con el resto de instrumentos de pago, especialmente de cheques y tarjetas. No obstante, cabe señalar que nuestro estudio de campo ha puesto de manifiesto que las conclusiones anteriores, obtenidas a

[2] Entendiendo por tales aquellos que han realizado menos de una transacción al mes.

partir del análisis de la bibliografía existente, discrepan de la visión que en el mercado se posee al respecto.

Con relación a la competencia, ya se ha hecho referencia a que España posee un mercado no "cartelizado", en el que existen tres sistemas que gestionan el negocio de tarjetas para sus entidades adheridas y en el que estas últimas compiten libremente en el mercado por la captación de nuevos clientes (consumidores o comerciantes). Además, goza de uno de los menores niveles de concentración de la propiedad de CA con relación a los del resto de países comunitarios. Todas estas características contrastan, sin embargo, con algunas conclusiones obtenidas de nuestro análisis que apuntan a que, tradicionalmente, ha habido una insuficiente rivalidad entre las empresas que operan en la industria.

* Habría que comenzar señalando que las entidades emisoras de tarjetas bancarias españolas no han tenido que soportar intensamente la competencia internacional ni la intersectorial en la comercialización de estos productos, como ha ocurrido en otros países. Al contrario, el segmento minorista de la actividad bancaria en España se ha visto protegido de la competencia extranjera, como consecuencia de la importante barrera que ha supuesto la presencia en nuestro país de una de las redes de sucursales bancarias más densas del ámbito mundial. Por otro lado, las entidades bancarias han sabido ejercer un importante dominio sobre el negocio de las tarjetas de pago comerciales, bien directamente, bien a través de empresas financieras subsidiarias.

* En lo que respecta al propio mercado de tarjetas bancarias, también existen signos que apuntan en el mismo sentido, especialmente en el segmento de tarjetas de crédito. Históricamente, este segmento se ha caracterizado por el dominio absoluto de una sola marca (*Visa*) -algo que en el ámbito comunitario sólo ocurre en Finlandia-, por una estricta rigidez en

los tipos de interés aplicados sobre el crédito suministrado vía tarjetas -que, hasta hace pocos años, han permanecido al margen de la bajada general de tipos acontecida en nuestro sistema financiero- y por una escasa diferenciación en precios y en los servicios ofrecidos a través de estos instrumentos por las distintas entidades emisoras. Cabe subrayar, además, algo que también es extensible a las tarjetas de débito, como es el que las estrategias de comunicación seguidas por las empresas que, supuestamente, han rivalizado en el mercado han ido dirigidas, principalmente, a informar a sus propios clientes y no a intentar captar los de las demás. Las campañas orientadas al mercado en su conjunto han sido llevadas a cabo, en la mayoría de los casos, por las grandes gestoras de tarjetas, a fin de promocionar el uso de una determinada marca.

B) El análisis de las condiciones económicas, contractuales y las relacionadas con la cantidad y calidad de la información suministrada a los titulares de tarjetas bancarias ha permitido poner de manifiesto algunos aspectos adicionales que explican la infrautilización de estos instrumentos en nuestro país.

* Comenzando con las condiciones económicas en la que se ofrecen los servicios vía tarjetas, ya se ha hecho mención a que las elevadas comisiones cobradas por el uso de CA de redes distintas a la que pertenece la entidad reduce, en la práctica, los puntos de venta a los que normalmente acceden los titulares de tarjetas. De hecho, la información procedente de las distintas redes de CA que actúan en España señala que sus clientes realizan un elevado porcentaje de transacciones (más del 90 por 100) en CA de la misma red y evita utilizar los de las demás. Todo apunta, pues, a que dichas condiciones económicas han difuminado en la práctica los beneficios que para el cliente suponen los acuerdos de "interoperatividad" alcanzados entre las redes españolas. Respecto a los precios de otros servicios, como son los tipos de interés aplicados al crédito *revolving* suministrado vía tarjetas, se han

caracterizado, como ya se ha apuntado, por la rigidez de su evolución, quedando al margen de la reducción de tipos de interés acontecido en el mercado nacional, y por mantener unos niveles muy por encima de los que en promedio rigen en otros mercados extranjeros. El elevado precio de esta fuente de financiación supone una de las principales razones explicativas de su reducido uso en nuestro país, a pesar de su amplia disponibilidad entre los usuarios de tarjetas de crédito.

Otra clase de precio asociado al uso de las tarjetas bancarias que ha podido influir negativamente en el uso de estos instrumentos en España ha sido la tasa de descuento aplicada sobre las ventas de los comerciantes. Las importantes diferencias existentes entre las cuantías de las tasas medias de descuento señaladas por los diferentes estudios manejados no permiten conocer con claridad cuál es la que realmente se aplica en nuestro mercado. Sin embargo, son varios los que indican que la mayoría de los comercios de nuestro país soportan unas tasas de descuento superiores al 3 por 100, lo que supone el sacrificio por parte de los comerciantes, especialmente de los pequeños, de más del 10 por 100 del margen comercial en las ventas generadas a través de tarjetas. Además, cabe apuntar que la discriminación de tipos de descuento aplicados en España, en función de la rama de actividad, principalmente, es una de las más elevadas de los países que conforman la UE, con unas tarifas que giraban en 1997 entre el 0,1 por 100 y el 6 por 100 de las ventas. Las peculiaridades propias de nuestra red comercial, entre las que se encuentra la pequeña dimensión de sus establecimientos, le resta poder de negociación ante las entidades bancarias, lo que provoca que gran parte de los comercios se sitúen en la mitad superior de dicho intervalo. De hecho, según algunas estimaciones, en torno al 45,7 por 100 de los comercios soportan tasas de descuento por encima del 3 por 100.

Independientemente de las razones aludidas por las entidades emisoras para justificar los niveles de dichas tarifas, el hecho es que el descontento del sector comercial español se ha dejado sentir con contundencia durante los

últimos años mediante una serie de denuncias presentadas ante el Tribunal de Defensa de la Competencia y, junto al resto de los sectores comerciales de los países comunitarios representados por *Eurocommerce*, ante la Comisión Europea. A ello se han sumado, en nuestro país, múltiples iniciativas independientes llevadas a cabo por determinadas organizaciones de comerciantes. Es preciso recordar aquí la importante influencia que los comerciantes tienen sobre el instrumento de pago elegido finalmente por los consumidores para liquidar sus compras. Teniendo en cuenta todo lo anterior, los comerciantes han podido desanimar, directa o indirectamente, el uso de las tarjetas bancarias en sus establecimientos.

* Junto a los costes relacionados con el uso de las tarjetas, el contenido de las directrices generales incluidas en las recomendaciones de la Comisión Europea conforma las condiciones esenciales en las que son ofrecidos los servicios de pago con tarjetas a sus titulares. En dichas directrices se abarcan aspectos tan básicos como son la delimitación de las responsabilidades del titular por uso fraudulento de la tarjeta en caso de pérdida, robo o falsificación, la carga de la prueba en caso de malfunción de los terminales o los contenidos mínimos que deben de tener los contratos establecidos entre entidades emisoras y sus clientes.

A este respecto, cabe señalar que los estudios llevados a cabo por el BEUC en los años 1990 y 1992 destacaban el reducido grado de implementación en los contratos establecidos en nuestro país entre emisores y titulares de tarjetas de los preceptos fundamentales contenidos en la Recomendación “Relativa a los sistemas de pago y en particular a las relaciones entre titulares y emisores de tarjetas” (88/590/CE). Por su parte, el análisis de las memorias del Servicio de Reclamaciones del Banco de España permite comprobar que, transcurrida una década desde la publicación de la citada Recomendación, aún persiste el incumplimiento de los citados preceptos por parte de algunas de las principales entidades bancarias españolas,

dándose algunos casos aislados aún más graves, como son los que se refieren a la inexistencia de contratos que formalicen las relaciones entre entidades bancarias y titulares.

La circunstancia anterior ha quedado reflejada en un incremento continuo de las denuncias presentadas por los titulares de tarjetas ante el citado Servicio durante el período 1988-1997. Aproximadamente, una tercera parte de ellas se refería a la no aplicación de los límites de responsabilidad ante el uso fraudulento de las tarjetas en caso de robo, pérdida o falsificación. No es de extrañar, pues, el que algunos estudios recientes hayan puesto de manifiesto que entre los inconvenientes más señalados por los usuarios españoles de tarjetas referentes al uso de estos instrumentos se encuentre la falta de seguridad ante la pérdida o robo de la tarjeta. Todo apunta a que esta situación ha derivado en la creación de cierta desconfianza del público en lo que se refiere al uso de las tarjetas de pago bancarias, lo que ha afectado negativamente a la utilización de este instrumento.

En relación con lo anterior, cabe recordar que uno de los motivos que animan a la sustitución del efectivo por otros instrumentos de pago es el riesgo que lleva aparejado su uso para la liquidación de transacciones -por robo, pérdida o atraco-, riesgo que se acrecienta a medida que lo hace el importe manejado. La no aplicación por parte de las entidades emisoras de los límites de responsabilidad establecidos en la Recomendación 88/590/CE, no sólo eliminaría dicha ventaja cuando se utilizan tarjetas en lugar de efectivo, sino que implicaría que el titular podría asumir un mayor riesgo manejando las primeras, por cuanto su uso fraudulento puede ocasionar la pérdida de todos los fondos depositados en una cuenta a la vista.

∗ Junto a las condiciones económicas y contractuales en las que son ofrecidas las tarjetas a sus titulares, existen otras, no menos importantes,

referidas a la cantidad y calidad de información suministrada por las entidades emisoras en relación con este producto.

En este sentido, un primer aspecto a destacar se refiere a que, como ya se ha apuntado en líneas anteriores, en España las tarjetas bancarias han sido entregadas tradicionalmente a sus titulares como simples complementos de las cuentas corrientes o de otros servicios financieros tradicionales y no como productos independientes. Ello supone que su comercialización ha centrado su atención en la propia clientela de las entidades bancarias y no en un mercado más amplio en el que ejercer la competencia entre ellas para la captación de nuevos usuarios. Ello, sin duda, ha debido afectar negativamente al nivel global de información suministrado a los clientes sobre las condiciones y características de las distintas tarjetas ofertadas en el mercado por entidades diferentes a la suya, mermando así la capacidad de aquellos de comparar y elegir la mejor opción posible. Pero, además, los titulares parecen tener un conocimiento confuso, no sólo de las características de las tarjetas ofertadas por otras entidades distintas a la suya, sino también de la suya propia. Así, se advierte un vago conocimiento sobre aspectos tales como la gama de servicios que tienen disponibles a través de tarjetas y de los precios de aquellos que se facturan, las principales ventajas e inconvenientes de utilizar estos instrumentos, las condiciones contractuales, las distintas modalidades existentes en el mercado (crédito, débito y monederos) o las características de otros servicios complementarios ligados a la tarjeta, como son los seguros de viajes y accidentes.

Esta forma de distribución de las tarjetas ha perjudicado, pues, el nivel de conocimiento general de las características de estos instrumentos por parte de la clientela bancaria, dificultando así los intentos de las entidades emisoras de fomentar y ampliar su uso. En concreto, el titular español de tarjetas es un usuario desinformado sobre los servicios ofrecidos, sobre las condiciones económicas de éstos y en lo referente a las demás condiciones contractuales

relacionadas con el uso de las tarjetas bancarias, sobre todo de las emitidas por entidades distintas a la suya.

Cabría preguntarse, además, por las acciones llevadas a cabo por las entidades bancarias españolas para la consecución de otro de los objetivos fundamentales de toda estrategia de comunicación, como es el de inducir a sus clientes a la prueba del producto.

Cabe señalar al respecto que tradicionalmente se han utilizado en España campañas de promoción que han ido dirigidas generalmente a la propia clientela de las entidades y que han animado más la simple posesión de este producto que a su uso. Nos referimos a la tradicional oferta de servicios complementarios, como los seguros de viaje y accidentes, que premiaban al titular por la simple posesión de la tarjeta. Otras técnicas de promoción que sí iban dirigidas a fomentar el uso de estos instrumentos, basadas en regalos, sorteos, etc., sólo lograban su objetivo a corto plazo, pero no conseguían fidelizar a los titulares en el uso de estos instrumentos a largo plazo. No ha sido hasta mediados de 1996 cuando han surgido acciones promocionales más sofisticadas, que buscan la fidelización del cliente a largo plazo, consistentes en la oferta de obsequios y viajes a cambio de los puntos acumulados por las compras realizadas en las empresas asociadas con el correspondiente programa de tarjeta.

La modalidad de tarjeta cuyo uso se ha visto en mayor medida perjudicado por todos los aspectos señalados anteriormente ha sido la de crédito. Efectivamente, los elevados tipos de interés aplicados sobre la financiación vía tarjetas, tanto en relación con los que han regido en otros mercados de tarjetas comunitarios, como con los tipos medios vigentes en nuestro sistema financiero en su conjunto, se consideran las principales causas explicativas de la infrautilización de estos servicios en nuestro país. Además, es un servicio en el que las entidades bancarias españolas han venido prestando muy poca atención para fomentar su uso. De hecho, no han

logrado posicionar correctamente a las tarjetas de crédito en el mercado, de forma que, actualmente, la mayoría de titulares de tarjetas de crédito las conciben como instrumentos para diferir el pago al mes siguiente gratuitamente y no como una manera alternativa de disponer de un crédito al consumo. A esta falta de consciencia por parte de los titulares de la disponibilidad de este servicio, se une el importante desconocimiento de aquellos sobre todos los aspectos relacionados con su uso, como pueden ser los tipos de interés que se aplican, las condiciones de devolución del crédito o, simplemente, la forma de acceder a esta fuente de financiación. Cabe destacar, en relación con este último aspecto, que el estudio empírico que hemos realizado ha puesto de manifiesto que los representantes de los consumidores consideran compleja para el cliente la forma de acceder a esta modalidad de crédito, algo que debería ser tenido en cuenta por las entidades emisoras de estos productos.

C) Un hecho que es ampliamente admitido en la bibliografía manejada y que también ha sido puesto de manifiesto en el estudio empírico que se incluye en nuestro trabajo de investigación es la importante influencia negativa que el aspecto cultural ha tenido sobre el nivel de utilización de las tarjetas como método de pago en nuestro país. A este respecto, no parece ser una simple coincidencia el que los menores niveles de utilización de dichos instrumentos estén presentes en países del área mediterránea, como son Italia, Grecia y España. Por el contrario, la canalización impersonal de estos servicios de pago a través de sistemas de autoservicio es contraria al carácter colectivo y de aversión al riesgo de la población de la cultura mediterránea. Ello supone la preferencia de estos individuos por el trato personal y por las situaciones que se encuentran exentas de incertidumbre, lo que origina una actitud reacia de aquellos ante cualquier novedad o innovación, como, por ejemplo, los acontecidos en los sistemas de pago durante las últimas décadas.

Lo anterior ha podido contribuir, por el contrario, a una preferencia del público español hacia instrumentos de pago más tradicionales, que implican,

generalmente, el trato personal entre las partes de una transacción y que eluden muchos de los riesgos asociados al uso de los sistemas electrónicos de pago, como es el caso del efectivo. A su vez, explicaría la escasa implicación o interés de los titulares de tarjetas españoles por conocer todos los aspectos relacionados con este producto, hecho que, unido a las deficientes estrategias de comunicación de las entidades emisoras, justificaría la situación de desinformación general vigente en el mercado español de tarjetas bancarias.

Además de los anteriores, existen otros aspectos culturales que pueden relacionarse con el bajo uso de las tarjetas en nuestro país. Nos referimos a los peculiares hábitos de compra de las familias españolas, basados en una participación mayoritaria de la mujer en el acto de compra. Efectivamente, algunos estudios señalan que en el 70 por 100 de los hogares españoles, aproximadamente, es la mujer la encargada siempre o habitualmente de realizar la compra en el hogar, porcentaje éste que parece situarse muy por encima del correspondiente al resto de países de nuestro entorno. Hay que tener en cuenta al respecto que el sexo femenino presenta, según los resultados de estudios realizados en el ámbito nacional e internacional, unos niveles de posesión de tarjetas, de frecuencia de utilización y de gasto medio por transacción inferiores a los correspondientes al sexo masculino. Todo indica, pues, que esta característica cultural española, consistente en una elevada participación de las amas de casa en la compra familiar, puede haber incidido negativamente en el nivel de utilización de las tarjetas como instrumentos de pago en el punto de venta.

Para finalizar este apartado, hemos de apuntar que el estudio realizado nos ha permitido conocer mejor las causas explicativas de la infrautilización que hoy presentan los sistemas electrónicos de pago con tarjetas. Se ha podido comprobar, tal y como pretendíamos al inicio de nuestra investigación, que junto al aspecto cultural existe una gran variedad de factores objetivos relacionados con la demanda y la oferta de estos productos en nuestros

mercados que explican su reducida utilización y que, en la mayoría de los casos, no son tenidas en cuenta en la bibliografía consultada o, si lo son, se les atribuye una importancia marginal que, a nuestro entender, en nada refleja la realidad de estos productos. No obstante, las tendencias del mercado y de su entorno sugieren que muchos de dichos factores negativos perderán relevancia o desaparecerán en un futuro, al mismo tiempo que surgen nuevas aplicaciones de estos productos que prometen incrementar su importancia en el nuevo siglo. A estas últimas cuestiones dedicamos el último bloque en el que hemos dividido este capítulo de conclusiones.

3.- Perspectivas futuras del mercado español de tarjetas bancarias

Desde mediados de los noventa, la industria española de tarjetas bancarias está inmersa en un profundo proceso de transformación que no cuenta con precedentes en su historia y que apunta hacia la mejora de muchos de los aspectos que, tradicionalmente, han venido obstaculizando su desarrollo.

Así, los acuerdos alcanzados por la CECA y el sistema *4B* con la compañía internacional *Europay* en la segunda mitad del año 1997 ha permitido una mayor apertura de la operativa de las tarjetas nacionales, la "interoperatividad" entre los TPV de ambos sistemas nacionales y ha abierto las puertas de nuestro mercado a la principal marca de tarjetas competidora de *Visa* en Europa, esto es, *Europay*. Otros avances producidos durante los últimos años se refieren a las reducciones de tipos de interés en los créditos suministrados a través de tarjetas llevadas a cabo por algunas de las principales entidades emisoras de nuestro país. Ello puede permitir el desarrollo en un futuro de un nicho de mercado que se ha mantenido prácticamente inexplotado en España, como es el de la financiación al consumo vía tarjetas. Por su parte, el acuerdo alcanzado entre el sector de la distribución comercial y el bancario para rebajar los tipos de intercambio y con

ellos, supuestamente, los tipos de descuento puede ser el comienzo del fin de las tensiones mantenidas durante años entre ambos sectores, que en nada ha favorecido el uso de las tarjetas bancarias para el pago de bienes y servicios en los comercios. Por último, es preciso señalar algunos cambios producidos en las estrategias de comunicación seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, como son la aparición en 1996 de importantes programas de fidelización, que premian más el uso de las tarjetas que su simple posesión, y la emisión de las tarjetas *affinity* y de tarjetas *co-branded*.

Todos los cambios señalados apuntan hacia una mejora de las condiciones de la oferta y hacia una intensificación de la competencia en el mercado de tarjetas en un futuro. Si a ello unimos la propia tendencia de la industria durante las últimas décadas, caracterizada por un crecimiento generalizado y prácticamente constante, tanto de la dotación de cada uno de los elementos que conforman los sistemas de tarjetas (principalmente, CA, TPV y tarjetas), como del uso de estos instrumentos, y la posible emisión en un futuro próximo por parte de la Comisión Europea de una normativa vinculante que regule definitivamente los mercados de tarjetas de los países que conforman la UE, podemos presumir que la industria española de tarjetas bancarias reunirá las condiciones necesarias para conseguir el arraigo definitivo del uso de estos instrumentos entre la población.

Pero los anteriores no son los únicos cambios que afectarán al uso de las tarjetas bancarias en nuestro país. Existen otros que se producirán en el entorno de la industria y que, de manera directa o indirecta, pueden influir positivamente en el nivel de utilización de estos instrumentos en el mercado español. Así, la extensión del uso del comercio electrónico, la sustitución de las monedas nacionales por el euro y las tendencias que se observan en el mismo negocio bancario, que tiende hacia la intensificación de los suministros de servicios financieros “a distancia”, son procesos que han comenzado a funcionar de manera irreversible y en los que las tarjetas bancarias pueden desempeñar un papel protagonista.

- De este modo, por diversas causas, principalmente las relacionadas con la seguridad y la comodidad, las tarjetas de pago bancarias previsiblemente serán los principales instrumentos utilizados para el pago de las transacciones realizadas en el comercio electrónico, forma de venta ésta que, según todas las estimaciones existentes, promete crecer de manera espectacular durante los próximos años. La rápida expansión que está experimentando el uso de esta forma de negocio, la apuesta de los principales organismos internacionales y compañías privadas por la eliminación de los obstáculos más importantes que hoy frenan su desarrollo (cuestiones legales, tributarias, de seguridad, de infraestructura, de formación de la población, etc.) y el cambio generacional, que traerá consigo consumidores menos reacios a la hora de aceptar el uso de las nuevas tecnologías, son, en líneas generales, los principales motivos que justifican las previsiones tan optimistas en lo que se refiere al crecimiento de estas nuevas formas de comercio.

- En lo que respecta a la culminación de la UEM, son múltiples los aspectos que pueden tener repercusiones sobre los mercados de tarjetas. Entre los que afectarán directamente al uso de estos instrumentos se encuentran la posible intensificación de la competencia extranjera en la oferta de servicios financieros vía tarjetas, el incremento de las transacciones transfronterizas entre Estados miembros o la confusión que traerá consigo el período de transición entre las distintas monedas nacionales y el euro. Respecto a este último, cabe destacar el importante papel que pueden desempeñar las tarjetas dotadas de *chip*, debido a que su capacidad de cálculo les permite la conversión entre ambas monedas, reduciendo así la confusión en este proceso, al mismo tiempo que reduciría los costes de transición entre ellas, como consecuencia del uso del euro como unidad de cuenta sin soporte físico.

- Por último, cabe hacer referencia a algunas transformaciones que se están produciendo en el sector bancario y que tienden a intensificar el uso de las tarjetas bancarias en un futuro. Nos referimos a los cambios cualitativos en la

demanda, basados en una mayor valoración del tiempo y de la calidad de vida, y a las previsibles repercusiones que la culminación de la UEM tendrá sobre el negocio bancario, entre las que se encuentra la reducción de los márgenes en el sector, como consecuencia de la reducción de tipos y de la mayor competencia. Las repercusiones esperadas de estas transformaciones sobre la actividad bancaria minorista pueden resumirse en dos:

* Por un lado, la mayor competencia en este segmento de mercado estará enfocada hacia la mejora de la calidad de los servicios ofertados, lo que requiere la satisfacción de las necesidades específicas de los distintos clientes. En este sentido, la aportación de los sistemas de tarjetas a la satisfacción de la clientela bancaria no se reduce sólo al acercamiento de la oferta a ésta mediante canales de distribución "a distancia", sino que también hay que tener en cuenta su capacidad para suministrar información detallada sobre el perfil, la actitud y el comportamiento de los clientes, permitiendo, con ello, identificar cuáles son las preferencias de los distintos segmentos de mercado para, de este modo, poderles ofertar precios, diseños de productos, canales de distribución y campañas publicitarias individualizados para cada uno de ellos.

* Por otro lado, cabe esperar que se produzca una profunda transformación de los canales de distribución, basada en una reestructuración de la red bancaria. En concreto, todo apunta a que se producirá una reducción del número de oficinas, un aumento del tamaño de éstas y una potenciación de los canales alternativos de distribución de servicios bancarios, como son los CA, banca a través de *Internet* o banca telefónica, canales éstos que, en la mayoría de los casos, serán accionados mediante tarjetas.

Sin haber pretendido cerrar el tema del mercado español de tarjetas bancarias, hemos de apuntar que el estudio realizado nos ha permitido

conocer mejor su funcionamiento, evolución reciente y situación actual, así como las condiciones en las que se ofrecen los servicios de pago con tarjetas en nuestro país. Ello nos ha posibilitado abordar el objetivo genérico que nos planteamos al comienzo de nuestro trabajo, a saber, conocer las posibles causas que explican la infrautilización de dichos instrumentos en España, en relación con la mayoría de los países desarrollados. Creemos que nuestro esfuerzo puede contribuir a mejorar el conocimiento de dicha industria, a la vez que a incentivar a otros estudiosos a continuar con nuevas líneas de investigación relacionadas, algunas de las cuales proponemos más adelante.

LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Faltaríamos al rigor que exige todo trabajo de investigación si lo concluyéramos sin hacer mención a sus limitaciones. El trabajo que presentamos no está exento de ellas, sino que contiene algunas que han sido originadas, en la mayoría de los casos, por la escasez de información existente en torno al tema investigado. Conscientes de este hecho, enumeramos a continuación aquellas que hemos considerado más relevantes.

En primer lugar, los estudios de mercado a los que hemos podido acceder para la elaboración del presente trabajo (IBM, 1992 y CECA, 1993) están referidos a principios de los noventa, por lo que las conclusiones que de ellos se derivan han podido sufrir variaciones con el transcurso del tiempo. Esta limitación se ha solventado en gran medida por el estudio de campo que incluimos en nuestro trabajo. De esta forma, las opiniones de los expertos consultados respecto a las citadas conclusiones han permitido reafirmarlas y, con ello, constatar que están plenamente vigentes. En cualquier caso, hubiese sido deseable haber contado con estudios similares a los citados que, dirigidos directamente a los usuarios de las tarjetas bancarias, nos permitiesen conocer cuál es la actitud actual de éstos frente al uso de estos instrumentos y qué cambios se han producido respecto a los resultados obtenidos en los estudios

anteriores. Ello no ha sido posible debido a la inexistencia de trabajos de este tipo que hayan sido publicados recientemente.

Otra limitación, similar a la anterior, se refiere a la ausencia con posterioridad a 1992 de estudios destinados a comprobar el grado de implementación por parte de las entidades bancarias nacionales de la UE de los preceptos de la Recomendación 88/590/CE. Ello nos ha impedido, por un lado, conocer cómo se ha avanzado en este sentido en cada uno de los Estados miembros y, por otro, comparar la situación actual en nuestro país con la existente en los demás. Únicamente se ha podido comprobar, a través de la información contenida en las memorias publicadas por el Servicio de Reclamaciones del Banco de España, que muchos de los aspectos negativos señalados al respecto en los citados estudios se siguen dando en la actualidad.

Por último, cabe señalar que la no inclusión de las cooperativas de crédito en el estudio, por los motivos señalados en el capítulo introductorio, no nos ha permitido realizar un análisis completo del conjunto de entidades de depósito. Sería deseable profundizar en un futuro en la actividad llevada a cabo por este grupo de entidades en la oferta de tarjetas bancarias. No obstante, cabe advertir que la reducida cuota de mercado que dicho grupo de entidades posee en la oferta de tales instrumentos sugiere que su inclusión no hubiese variado sustancialmente las conclusiones obtenidas en este trabajo.

NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Finalmente, no queremos concluir este trabajo sin proponer otras líneas de investigación, que podrían ser abordadas en un futuro, al objeto de profundizar más en ciertos aspectos relacionados con los mercados de tarjetas bancarias.

- Hemos constatado la escasez de estudios publicados sobre la demanda de tarjetas en nuestro país. Éstos, además, se han centrado principalmente en las diferencias sociodemográficas existentes entre usuarios y no usuarios de tarjetas y en el perfil de uso de estos instrumentos. Sin embargo, para el caso español, no hemos encontrado ninguno que haya profundizado en los motivos finales que llevan a un individuo a utilizarlos. Sería interesante para las entidades financieras conocer estos motivos pues, al contrario de lo que ocurre con las variables sociodemográficas, son susceptibles de ser modificados al objeto de influir en el comportamiento de los no usuarios.

- Por otro lado, ante el aumento esperado del uso de las tarjetas de pago bancarias para la compra de bienes y servicios, convendría investigar cuáles serán sus posibles implicaciones macroeconómicas. Entre ellas destacamos dos:

  * En el presente trabajo ya se han puesto de manifiesto los importantes niveles que pueden llegar a alcanzar los descuentos aplicados sobre las ventas de los comerciantes que han sido liquidadas con tarjetas. En este sentido, cabría estudiar su posible efecto inflacionista. Entendemos que ante la esperada reducción de los tipos de descuento, acordada recientemente entre comerciantes y entidades bancarias españoles, puede ser oportuno analizar cómo se comportan los precios de los comercios que admiten tarjetas antes y después de tal reducción.

  * También habría que tener en cuenta las posibles implicaciones que el incremento en el uso de las tarjetas bancarias puede tener sobre la instrumentación de la política monetaria y sobre el papel a desempeñar por parte de los bancos centrales. En concreto, en el ámbito de la Unión Europea, interesaría conocer qué repercusiones podría traer consigo un incremento importante del uso de la

financiación vía tarjetas bancarias, segmento de mercado hasta ahora muy poco desarrollado, o un desplazamiento considerable del efectivo a favor del dinero electrónico almacenado en las tarjetas *chip*.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

AKHAND, H. y MILBOURNE, R. (1986): "Credits card and aggregate money demand", *Journal of Macroeconomics*, vol. 8, nº 4, pp. 471-478**.**

ALEJANO, A. y PEÑALOSA, J.M. (1998): "Implicaciones del desarrollo del dinero electrónico para la actuación de los bancos centrales", Banco de España, *Boletín Económico*, marzo, pp. 55-65.

ÁLVAREZ CANAL, P. (1998)*: Evolución de la banca extranjera en el período 1992-1996*, Banco de España, Documento de Trabajo, nº 9.802.

ALLEN, C. (1995): "Is there a smart card in your future", *The Banker Magazine*, junio-febrero, pp. 39-40.

AMUSÁTEGUI, J.M. **(1995):** "La banca del futuro", en BUENO CAMPOS, E. y RODRÍGUEZ ANTÓN (Coord.): *La Banca del Futuro. Un Desafío para el 2000*, Ed. Pirámide, Madrid, pp. 33-44.

ANDREU, J.M. y ARASA, C. (1995) "Economía sumergida, efectivo en circulación y billetes de 10.000 pesetas: continúa su progresión al alza", *Boletín Económico de ICE*, nº 2.471, pp. 37-41.

ANDREU, J.M. (1990): *Teoría económica superior II. Macroeconomía U.D.III*. UNED, Madrid.

ANGELINA, F.J. (1996): "El impacto social del cambio tecnológico: el punto de vista de los consumidores", ponencia presentada en el *II Encuentro de las nuevas tecnologías en el sector financiero,* Coopers & Lybrand, Sevilla, pp. 253-261.

ANTÓN, V. y BUSTOS, A. (1995): *Simulación del impacto inflacionista a nivel sectorial derivado de la sustitución de cotizaciones sociales por impuestos especiales*, Dirección General de Planificación del Ministerio de Economía y Hacienda, Documento de Trabajo, SGPS-95.011.

ARTHUR ANDERSEN & CO. (1986)*: The decade for change. Banking in Europe - the next ten years*-, Lafferty Publications Ltd., London, tomado de QUINTÁS, J.R. (1990): "El sistema financiero ante el cambio tecnológico", *Cuadernos de Economía*, nº 53, pp. 399-430.

ASNEF (1987): "Las entidades de financiación y el dinero de plástico", *ASNEF* nº 122, 4º trimestre, pp. 88-98.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO ELECTRÓNICO -AECE- (1998): *Estudio sobre comercio electrónico entre empresas y consumidor, en Internet y en España. Avance de las primeras conclusiones*, AECE, http://www.aece.org/info/documento/estudio.htm.

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN -AIMC-(1998): *Encuesta Abril-Mayo de 1998*, AIMC, http://www.arroba.es/aimc.

ASOCIACIONES DEL SECTOR CREDITICIO EUROPEO (ECSA) (1990): *Código de Buena Conducta Europea con respecto a los sistemas de*

pago mediante tarjeta, ECSA, Bruselas, 14 de noviembre de 1990.

AUSBANC (1995): "Comerciantes discriminados", *AUSBANC,* nº 64, octubre, pp. 50-52.

AUSBANC (1997): "El chip de la discordia", *AUSBANC,* nº 81, marzo, pp. 26-28.

AUSBANC (1999a): *Las tarjetas bancarias en Europa***,** AUSBANC, febrero, Madrid.

AUSBANC (1999b): *Libro blanco de los medios de pago electrónicos en España*, AUSBANC, febrero, Madrid.

AUSUBEL, L.M. (1991): "The failure of competition in the credit card market", *American Economic Review*, vol. 81, nº 1, pp. 50-81.

AVERY, R.B., ELLIEHAUSEN, G.E., KENNICKELL, A.B. y SPINDT, P.A. (1986): "The use of cash and transaction accounts by american families", Federal Reserve Bulletin 72, nº 2, pp. 179-196, tomado de BOESCHOTEN, W.C. (1992): *Currency use and payment patterns*, The Netherlandsche Bank, Econometric Research and Special Studies Deparment, Ed. Kluwer Academic Publishers, London.

BAKER, D. (1989): "Antitrust challenges to electronic banking networks", Federal Reserve Bank of St. Louis, *Review*, vol. 77, nº 6, noviembre-diciembre, 1995, pp. 5-17.

BALLESTEROS, S. (1996a): "Los operadores financieros. Retos tecnológicos y de negocio", ponencia presentada en el *II Encuentro de la nuevas tecnologías en el sector financiero*, Coopers & Lybrand, Sevilla, pp. 109-132.

BALLESTEROS, S. (1996b): "Los medios de pago allanarán el camino hacia el euro", *Diario Expansión*, 26 de diciembre, p. 25.

BALLINA, F.J., RODRIGUEZ-DEL BOSQUE, I.A. y RUIZ, A.V. (1993): "Una aproximación al estudio del dinero electrónico mediante análisis multivariable", *ESIC MARKET*, octubre-diciembre 1993, pp. 23-44.

BANCA ESPAÑOLA (1989): "Interacciones actuales entre las nuevas tecnologías de la información y el sector bancario", *Banca Española*, nº 223, pp. 60-66.

BANCA Y FINANZA (1997): "Entrevista con Daniel Shutzen, Vicepresidente y Director de Tecnología Avanzada del Citibank", *Banca y Finanza*, nº 23, pp. 46-47.

BANCO DE BILBAO -BBV- (1985): *Manual guía de servicios*, Banco de Bilbao, abril, Bilbao.

BANCO BILBAO VIZCAYA -BBV- (S.F.): *El euro un futuro común. La Unión Económica y Monetaria*, Unidad de Coordinación del Euro BBV, 2ª edición.

BANCO CENTRAL EUROPEO (1999): *Payment systems in the European Union. Addendum incorporating 1997 figures*, BCE, february 1999, Frankfurt.

BANCO DE ESPAÑA (1997): *Estudio de la política de fijación de comisiones y otras cargas a comerciantes por la aceptación como medio de pago en sus ventas de tarjetas de crédito y débito*, respuesta del Banco de España a la solicitud de estudio sobre el pago con tarjetas presentada por la Comisión sobre Medidas del Entorno y Simplificación Administrativa, 15 de abril de 1997, Madrid.

BANCO DE ESPAÑA: *Memorias del Servicio de Reclamaciones del Banco de España*, diferentes números, Banco de España.

BANCO DE ESPAÑA: *Boletín Estadístico*, diferentes números, Banco de España.

BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES*: Statistics on payment systems in the group of ten countries*, diferentes años, Committee on Payment and Settlement Systems of the Central Banks of the Group of Ten Countries, Basle.

BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES (BPI) (1980): *Payment system in eleven developed countries*, Group of Computer Experts of the Central Banks of the Group of Ten Countries and Switzerland, Basle.

BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES (BPI) (1984): *Financial innovation and monetary policy*, Monetary and Economic Department, BPI, Basle.

BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES (BPI) (1996a): *Implications for central banks of the development of electronic money*, BPI, Basle.

BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES (BPI) (1996b): *Possible seignorage implications of the development of electronic money*, BPI, Basle.

BANCO DE PAGOS INTERNACIONALES (BPI) (1996c): *Security of electronic money*, BPI, Basle.

BARRO, R.J. y GRILLI, V. (1997): *Macroeconomía. Teoría y Política*, Mc Graw-Hill/Interamericana de España, S.A., Madrid, adaptado de la primera edición en inglés de *European Macroeconomics*, MacMillan Press, Ltd.

BARUTEL, M. (1997): *Las tarjetas de pago y crédito*, Ed. Boch, Barcelona.

BAUMOL, W. (1952): "The transactions demand for cash: an inventory theoretic approach", *Quarterly Journal of Economics*, november, pp. 545-556.

BENGOECHEA, J. y PIZARRO, J. (1997): "¿Es el futuro nuestro aliado? Impactos estratégicos en banca al por menor", *Cuadernos de Información Económica*, nº 118, pp. 59-69.

BERGER, A. (1985): *The economics of electronic funds transfers,* Board of Governors of the Federal Reserve System, Working Paper, october, tomado de HUMPHREY, D.B. (1994): "Delivering deposit services: CA versus branches", Federal Reserve Bank of Richmond, *Economic Quarterly*, V. 80, spring, pp. 59-81.

BERGER, A. y HUMPHREY, D. (1988): *Market failure and resource use: economic incentives to use different payment instrument,* Federal Reserve Board, Washington, D.C., Finance and Economic Discussion

Series, nº 34.

BERNAL, E. (1997): "El monedero electrónico", *Actualidad Financiera*, Nueva Época, Año II, nº 6, pp. 35-52.

BERRY, L., DONELLY, J. y THOMPSON T. (1989): *Marketing de servicios financieros*, Ed. Díaz de Santos, Madrid, cap. 1, tomado de BUENO CAMPOS, E. (1995): "Los cambios en el entorno competitivo de la banca: Estrategias para los Noventa", en BUENO CAMPOS, E., y RODRÍGUEZ ANTÓN (coord.) (1995): *La banca del futuro. Un desafío para el 2000*, Ed. Pirámide, Madrid, pp. 51-75.

BIRCH, D.W.G. (1996): "Real electronic commerce. Smart cards on the superhighway*",* conference *"The future of money"*, *Palm Springs*, january.

BLOMMESTEIN, H. y SUMMERS, B. (1994): "Banking and the payment system", en SUMMERS, B. (1994): *The payment system. Design, management and supervision*, International Monetary Fund, Washington, pp. 15-28.

BOESCHOTEN, W.C. y HEBBINK, G.E. (1996): *Electronic money, currency demand and seignorage loss in the G10 countries*, The Nerderlandsche Bank, DNB-Staff Reports.

BOESCHOTEN, W.C. (1992): *Currency use and payment patterns*, The Netherlandsche Bank, Econometric Research and Special Studies Deparment, Ed. Kluwer Academic Publishers, London.

BORIO, C.E.V. y VAN DEN BERGH, P. (1993): *The nature and management of payment system risks: an international perspective*, BIS, Economic Papers, febrero, nº 36.

BORIO, C.E.V., RUSSO, D. y VAN DEN BERGH, P. (1992): *Payment system arrangements and related policy issues a cross-country comparison*, Société Universitaire Européenne de Recherches Financiéres (SUERF), Papers on Monetary Policy and Financial Systems, nº 13. Tilburg, The Netherlands.

BOUZA, R.M. (1995): "A banker´s guide to consumer plastic", *The Banker Magazine*, january/february 1995, p. 7.

BROWN, S. (1996): "Preparing for the smart revolution", *Card International*, junio 1996, nº 148, pp. 11-15.

BROWNE, F.X., FAGAN, G. y HENRY, J. (1997): *Money demand in EU countries: a survey*, European Monetary Institute, Staff Paper nº 7.

BUENO CAMPOS, E. (1995): "Los cambios en el entorno competitivo de la banca: estrategias para los noventa", en BUENO CAMPOS, E. y RODRÍGUEZ ANTÓN (Coord.) (1995): *La banca del futuro. Un desafío para el 2000*, Ed. Pirámide, Madrid, pp. 51-75.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1988): *New electronics means of payment. Arguments in favour of consumer protection with regard to the contractual aspects*, BEUC, ECLG/90/88, adopted on 24 october 1988, Bruselas.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1989): *EEC - Study on credit cards*, BEUC, BEUC/8/89, Bruselas.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1990):

A survey of the implementation of the EC-recommendation concerning payment systems, Consumentenbond/BEUC, Molengraaff Institute for Private Law, University of Utrech, The Netherlands.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1991): *Holiday money*, BEUC, BEUC/UFC/154/91, Bruselas.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1992a): *Holiday money*, BEUC, BEUC/UFC/168/92, Bruselas.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1992b): *Payment cards in the EEC*, BEUC, BEUC/114/92, Bruselas.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1994): *Study in the area of payment systems into the transparency of conditions for remote cross-border payment services and the performance of cross-border trasnfers*, BEUC, Report for the Commission of the European Communities (DG XV), London.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1988): *Transfer of money within the E.E.C.*, BEUC, BEUC/76/88, Bruselas.

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1992c): *Cost transparency in cross-border financial transfer*, BEUC, BEUC/CA/221/92, agosto, Bruselas.

BURGOS, J., RUIZ, H. y TAGUAS, D. (1992): *Una nueva evaluación del impacto económico de la modificación de los tipos de imposición indirecta*, Dirección General de Planificación del Ministerio de Economía y Hacienda, mayo, Documento de Trabajo, SGPE-D-92.003.

CALEM (1992): "The strange behavior of the credit card market", Federal Reserve Bank of Philadelphia, *Business Review*, enero-febrero, pp. 3-14.

CARBÓ VALVERDE, S. y COELLO ARANDA, J. (1997): "Euro y competencia en el sector bancario español", *Perspectivas del Sistema Financiero*, nº 60, pp. 41-58.

CARBONEL, J.C. (1994): *La protección del consumidor titular de las tarjetas de pago en la Comunidad Europea*, Ed. Beramar, Colección Estudios Internacionales, Madrid.

CARENYS, J. (1989): "Tarjetas de crédito", en *Enciclopedia Práctica de la Banca*, Ed. Planeta, S.A., Tomo V, Barcelona, pp. 374-400.

CASILDA BÉJAR, R. (1992): *Sistema financiero español. Banca y cajas de ahorro ante un entorno competitivo*, Ed. Alianza Editorial, Madrid.

CASTELLÓ, E. (1991): "La oferta de nuevos productos por las cajas de ahorros", *Papeles de Economía Española*, nº 47, pp. 121-133.

CASTRO, A.E. (1995): *El comportamiento financiero de las familias*, Consejo Económico y Social (CES), Colección Estudios, Madrid.

CHITYALA, S. (1998): "Smart cards. In search of the promised land", Lafferty Publications, *The Card International Global Review*, pp. 18-21.

COLLS, M. (1990): *El dinero de plástico. Todo sobre las tarjetas de crédito*, Ed. Decálogo, Barcelona.

COMISIÓN EUROPEA (1985): Libro Blanco de la Comisión al Consejo Europeo para la realización del Mercado Interior, 27 junio 1985, COM (85) 310 final.

COMISIÓN EUROPEA (1986): Comunicación de la Comisión de la CEE al Consejo "Una nueva baza para Europa: las tarjetas de pago electrónicas", 12 de enero de 1987, COM (86) 754 final.

COMISIÓN EUROPEA (1987): Recomendación de la Comisión de 8 de diciembre de 1987, "sobre un Código europeo de buena conducta en materia de pago electrónico (Relaciones entre organismos financieros, comerciantes-prestadores de servicios y consumidores)", (87/598/CEE), DOCE, nº L 365, 24.12.87.

COMISIÓN EUROPEA (1988): Recomendación de la Comisión de 17 de noviembre de 1988, "relativa a los sistemas de pago y en particular a las relaciones entre titulares y emisores de tarjetas", (88/590/CEE), DOCE, nº L 317, 24.11.88.

COMISIÓN EUROPEA (1990a): "Proyecto de libro verde para el desarrollo de los sistemas de pago", (XV/130/90), junio 1990.

COMISIÓN EUROPEA (1990b): Documento de Discusión presentado por la Comisión "Efectuar pagos en el mercado interior", COM (90) 447 final, 24 de octubre de 1990.

COMISIÓN EUROPEA (1992): Documento de Trabajo de la Comisión "Simplificación de los pagos transfronterizos: eliminación de barrreras" SEC (92) 621 final, 25 de marzo de 1992.

COMISIÓN EUROPEA (1993a): Comunicación del Sr. Vanni d´Archirafi y de la Sra. Scrivener a la Comisión "Transparencia y eficacia de los pagos transfronterizos", SEC (93) 1968.

COMISIÓN EUROPEA (1993b): Report for the Commission of the European Communities (DG XV) "Remote cross border payment services: transparency in conditions offered and performance of transfer executed", Retail Banking Research Ltd., july 1993.

COMISIÓN EUROPEA (1994): Comunicación al Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea, Instituto Monetario Europeo y Comité Económico y Social "Transferencias de fondos en la Unión Europea: transparencia, eficacia y estabilidad", COM (94) 436 final de 18 de Noviembre de 1994.

COMISIÓN EUROPEA (1996): Libro Verde de la Comisión "Servicios financieros: cómo satisfacer las expectativas de los consumidores", mayo de 1996, COM (96) 209 final.

COMISIÓN EUROPEA (1997a): Comunicación de la Comisión "Servicios financieros: reforzar la confianza del consumidor", junio de 1997, COM (97) 309 final.

COMISIÓN EUROPEA (1997b): Recomendación "relativa a las transacciones mediante instrumentos electrónicos de pago, en particular, las relaciones entre emisores y titulares de tales instrumentos", 30 de julio de 1997, (97/489/CE).

COMISIÓN EUROPEA (1998): Comunicación de la Comisión, de 7 de abril de 1998, sobre trabajo no declarado, COM (1998), 219 final.

COMITÉ CONSULTIVO DE CONSUMIDORES DE LA COMISIÓN EUROPEA - CCC- (1988): CCC opinion of 17 may 1988.

COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL (1994): Dictamen sobre la "comunicación y

el proyecto de propuesta de directiva sobre la transparencia y eficacia de los pagos transfronterizos a distancia", (94/C388/08).

COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL (1995): Dictamen sobre las "transferencias de fondos en la Unión Europea: transparencia, eficacia y estabilidad" (95/C236/01).

COMMITTE OF GOVERNORS OF THE CENTRAL BANKS OF THE MEMBER STATES OF THE EUROPEAN ECONOMIC (1992): *Payment system in EC member states*, prepared by an ad hoc working group on EC payment system, septiembre, Banque de France.

COMMITTE OF GOVERNORS OF THE CENTRAL BANKS OF THE MEMBER STATES OF THE EUROPEAN ECONOMIC (1992): *Issues of common concern to EC central banks in the field of payment system*, prepared by an ad hoc working group on EC payment system, Banque de France.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS -CECA- (1981): *Los servicios de las instituciones financieras. Especial referencia a los nuevos medios de pago de las cajas de ahorros*, Servicio de Investigación Comercial de la Subdirección General (Área Técnica) de la CECA, Temas de Investigación Comercial IX, septiembre, 1981, Madrid.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS -CECA- (1993): *Estudio de mercado y calidad de la tarjeta 6000*, estudio interno de la Confederación Española de Cajas de Ahorro, Organo Rector del Sistema 6000, octubre 1993.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS -CECA- (1997): *III jornadas Sistema 6000*, CECA, octubre 1997, Zaragoza.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS -CECA- (1999a): *IV jornadas Sistema 6000*, CECA, abril 1999, Bilbao.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS –CECA-: *Estadística del Sistema 6000*, Secretaría del Órgano Rector del Sistema 6000 de la CECA, varios años.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS -CECA-: *Memorias de la Asociación Nacional de Cajas de Ahorros*, CECA, varios años.

COOPERS & LYBRAND (1996): *II Encuentro de las nuevas tecnologías en el sector financiero*, Coopers & Lybrand, Sevilla.

CUERVO GARCÍA, A., RODRIGUEZ SAIZ, L. y PAREJO GAMIR, J.A. (1992*):* *Manual del sistema financiero español*, Ed. Ariel, Barcelona.

CHIRINKO, R.S. y FARR, D.D. (1996): *Financial innovation, money demand, and disaggretation: some time series evidence*, Federal Reserve bank of Kansas City, Reseach Working Paper, RWP 96-06.

CHORAFAS, D. (1988): *Electronic Funds Transfer*, Ed. Butterworths, London.

DE ANDRÉS ALONSO, P., GUTIÉRREZ CILLÁN, J. y DE LA FUENTE SABATÉ, J.M. (1997): "El papel dinamizador de la banca extranjera en España. Un análisis empírico del comportamiento y los resultados en el periodo 1987-1994", *Actualidad Financiera*, junio, año II, nº 6, pp. 3-17.

DE LA VIUDA, A. (1997): "El papel de los operadores financieros ante la implantación de la tarjeta inteligente*:* objetivos estratégicos, proyectos en marcha", ponencia presentada en el *Encuentro Anual Retos Tecnológicos del Sector Financiero, El monedero electrónico: nuevas oportunidades de negocio*, Córdoba 6 y 7 de noviembre de 1997.

DICCIONARIO EMPRESARIAL STANFORD (1990): Área editorial S.A., Expansión, Madrid.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1992): *Medios de pago en el comercio minorista*, Colección Estudios, Madrid.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1995): *Estudio sobre la venta por correo y nuevos sistemas de venta*, Colección Estudios, Madrid.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1997): *Actualización de la estructura del comercio minorista*, Secretaría de Estado Comercio, Turismo y Pyme, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1997): *La distribución comercial en España*, Secretaría de Estado Comercio, Turismo y Pyme, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1998a): *Las tarjetas en el comercio*, Secretaría de Estado Comercio, Turismo y Pyme, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1998b): *Comisiones y cargas por la aceptación de tarjetas como medios de pago*, Secretaría de Estado Comercio, Turismo y Pyme, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

DOMBRECHT, M. (1989): *Determinants of the demand for banknotes*, National Bank of Belgium, Working Papers, april, tomado de BOESCHOTEN, W.C. (1992): *Currency use and payment patterns*, The Netherlandsche Bank, Econometric Research and Special Studies Deparment, Ed. Kluwer Academic Publishers, London.

DONPA, LTD. (1996): *AVANT electronic purse in Finland*, Donpa Ltd, Smart Card & Electronic Purse Technologies.

DORNBUSCH, R y FISCHER, S. (1988): *Macroeconomía*, traducido de la cuarta versión en ingles "Macroeconomics", Ed. McGraw Hill, Madrid, (versión manejada).

DUCA, J.V. y WHITESELL, W. (1995): "Credits cards and money demand: a cross-sectional study", *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 27, nº 2, may, pp. 605-623.

EFMA (1989): Tomado de BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DE CONSOMMATEURS -BEUC- (1991): "*Holiday money*", BEUC/UFC/154/91, Bruselas.

EGEA KRAUEL, C. (1991): "Estrategias competitivas del sector de cajas de ahorros", *Papeles de Economía Española*, nº 47, pp. 2-24.

ERIK, P. y FLATRAAKER, D. (1995): "Cost in the payments system", *Economic Bulletin*, february, pp. 207-216.

ERNST&YOUNG (1994): *Choosing the right path to virtual banking*, The 1994 Ernst&Young and American Banker special report on technology in banking, Thought Leadrship Series, London.

ERNST&YOUNG (1995): *Managin the virtual bank 1995*, Ernst&Young, Special Report on Technology in Banking, London.

ERNST&YOUNG (1997): *Controlar las redes de valor*, Ernst&Young, Informe Especial sobre Tecnología en Banca y Servicios Financieros, Madrid.

ERNST&YOUNG (1998): *E-Commerce & connecting to the customer*, Ernst&Young, Special Report Technology in Banking and Financial Service, London.

ERNST&YOUNG LLP (1999): *The second annual Ernst&Young internet shopping study*, Ernst&Young, London.

ERQUICIA ALVAREZ (1995): *Perfil de usos de tarjetas bancarias*, Tesis Doctoral, Universidad de Deusto, marzo, San Sebastián.

ESCOBEDO, Mª. I. y MAULEÓN, I. (1991): *Demanda de dinero y economía sumergida*, Instituto de Estudios Fiscales, mayo, Papeles de Trabajo, P.T. 6/91.

ESSINGER, J. (1992): *Electronic payment system. Winning new customer*, Ed. Chapman & Hall, London.

ESTEBAN ÁLVAREZ, Mª D., GARCÍA CASAREJOS, N. y URQUIZU SAMPER, P. (1995): "Las redes de CA como elemento diferenciador de las entidades financieras españolas", ponencia presentada en el *Congreso de Economista* (1995) celebrado en Tenerife.

EUROCOMMERCE (1997): Denuncia presentada por Eurocommerce ante la Dirección General para la Competencia de la Comisión Europea el 22 de mayo de 1997.

EUROMONITOR (1995): "Retail trade international", 4ª edición, tomado de CRUZ ROCHE, I. y OUBIÑA BARBOLLA, J. (1997): "La distribución en Europa: diferentes modelos", en DIEZ DE CASTRO (Coord): "*Distribución comercial*", 4ª edición, Ed. Mc.Graw Hill, 1997, pp. 139-150.

FAINÉ, I. y TORNABELL, R. (1992): *Una nueva forma de hacer banca*, Ed. Ariel, Barcelona.

FANCHER, C.H. (1996): "Smart Cards. As potential applications grow, computers in the wallet are making unobtrusive inroad", *Scientific American*, agosto, pp 40-45.

FANJUL, O. y MARAVALL, F. (1985): *La eficiencia del sistema bancario español*, Ed. Alianza Editorial, Madrid.

FEDERAL RESERVE SYSTEM (1983): "Credit Cards in the U.S. Economy: their impacts on cost, prices and retail sales", Board of Governors of the Federal Reserve System, july, tomado de FRAZER, P. (1985*): Plastic and electronic money. New payment systems and their implications*, Woodhead-Faulkner, Cambridge.

FERNÁNDEZ JURADO, Mª. Y. (1995a): "Dinero de plástico. Tarjetas de crédito y servicios comerciales", *Distribución y Consumo*, agosto/septiembre, pp. 26-40.

FERNÁNDEZ JURADO, Mª. Y. (1995b): *Los efectos de los nuevos medios de pago sobre los agentes económicos privados: especial referencia al dinero de plástico*, Tesis Doctoral, Universidad Pontificia de Comillas, Madrid.

FERRERA, E. (1971): *Medios de pago del turismo,* Ed. Tecniban, Madrid.

FOLKERTS-LANDAU, D., GARBER, P. y LANE, T. (1993): "Reforming payment flows in formerly centrally-planned economies", en OCDE (1993): *Transformation of the banking system: portfolio restructuring, privatisation and the payment system*, publicaciones de la serie CCEET.

FRAZER, P. (1985): *Plastic and electronic money. New payment system and their implications*, Ed. Woodhead-Faulkner, Cambridge.

FRAZER, P., HIRSCH, P y ROOT, J. (1978): "Survey of retail prices: a survey to compare preces charged by retailers which accept credit cards with prices charged by retailers which do not", *Inter-Bank Research Organisation*, tomado de FRAZER, P. (1985): *Plastic and electronic money. New payment system and their implications*, Ed. Woodhead-Faulkner, Cambridge.

FREEMAN, C. (1988): "Difusión: la propagación de las nuevas tecnologías en las empresas, los sectores y las naciones", en HEERTJE, A.: *Innovación, tecnología y finanzas*, Banco Europeo de Inversiones. Oxford: Basil Blackwell, tomado de QUINTAS, J.R. (1990): "El sistema financiero ante el cambio tecnológico", *Cuadernos de Economía*, nº 53, pp. 399-430.

FREY, L. y WECH, H. (1983): *What produces a hidden economy? An international cross section analysis*, Universidad de Zurich, Institute for Emprical Research in Economics, nº 48 (extraído de *Southern Economic Journal*, 49, enero, 1983), tomado de RUESGA, S.M. (1988): *Al otro lado de la economía. Cómo funciona la economía sumergida en España*, Ed. Pirámide, Madrid.

FUENTES. Y. (1995): "Evolución reciente del crédito bancario: efectos sobre la financiación de las familias y de las empresas", Banco de España, *Boletín Económico*, noviembre, pp. 37-49.

FUNDESCO (1988): *Las nuevas tecnologías de la información y el futuro del sistema financiero español,* Fundesco, Informe Resumen, Madrid.

GABEIRAS, J. (1998): "El impacto de la implantación de la moneda única europea sobre el sistema español de medios de pago", *Revista Economista*, Colegio de Economistas de Madrid, nº 78, junio, pp. 136-143.

GALBRAIT, J. y SALINGER, N. (1997): *Introducción a la economía*, traducido de la versión en francés *Tout Savoir -Ou Presque- Sur l´Économie*, Ed. Du Seuil, París, Ed. Folio, S.A. Barcelona (versión manejada).

GARRIGUES, J. (1951): "Los títulos valores", *Revista de Derecho Mercantil*, nº 36, pp. 305-306, tomado de PEREZ-SERRABONA, J.L. y FERNÁNDEZ, J.M. (1993): *La tarjeta de crédito. Derecho comunitario europeo, doctrina y formulario,* Ed. Comares, Granada.

GARRIGUES, J. (1955): *Tratado de derecho mercantil*, tomo II, Madrid, tomado de MUÑOZ MARTÍN, N. (1996): "La irrevocabilidad del cheque", en IGLESIAS PRADA, J.L. (COORD.): *Estudios jurídicos en homenaje al profesor Aurelio Menéndez*, tomo I, Ed. Cívitas, Madrid.

GAVIRA, M.A. y MARTÍNEZ, I. (1998): "Todo con tarjetas", *Cinco Días*, julio 1998, tomado de Dirección General de Comercio Interior (1998a, pp. 74-76).

GETE-ALONSO, Mª. C. (1990): *El pago mediante tarjetas de crédito*, Ed. La Ley, Madrid.

GIL, G. (1992): "Algunas reflexiones sobre el sistema de pago", *Papeles de Economía Española (Suplemento sobre el Sistema Financiero),* nº 37, pp. 74-86.

GOIRIGOLZARRI, J.I. (1996): "La distribución en banca al por menor. Una previsión de futuro", *Boletín de Estudios Económicos,* vol. L1, nº 157, abril, pp. 15-30.

GOLDFELD, S.M. (1973): "The demand of money revisited", *Brookings Papers on Economic Activity*, nº 3, pp. 577-638, tomado de CHIRINKO, R.S. y FARR, D.D. (1996): *Financial innovation, money demand, and disaggretation: some time series evidence*, Federal Reserve Bank of Kansas City, Research Working Paper RWP 96-06.

GOLDFELD, S.M. y SICHEL, D.E. (1990): "The demand for money", Handbook of Monetary Economics, Ed. B.M. Friedman y F.H. Hahn, pp. 299-353, Amsterdam: Elsevier, tomado de CHIRINKO, R.S. y FARR, D.D. (1996): *Financial innovation, money demand and disaggretation: some time series evidence*, Federal Reserve Bank of Kansas City, Research Working Paper RWP 96-06.

GÓMEZ, Mª (1994): "La protección del titular de una tarjeta de crédito en el Reino Unido", en *Estudios de derecho bancario y bursátil (Homenaje a Evelio Verdera y Tuells),* tomo II, Ed. La Ley, Madrid, pp. 1.169-1.196.

GONZÁLEZ, F., BALLINA, F.J. y GONZÁLEZ, S. (1998): "Las diferencias en el pago con tarjetas según compras y compradores", ponencia presentada al *XII Congreso Nacional y VIII Congreso Hispano-Francés de AEDEM*, celebrado en junio de 1998.

GRAPHICS, VISUALIZATION & USABILITY CENTER -GVU- (1998): *GVU´s ninth WWW user survey graphs*, http://www.gvu.gatech.edu/gvu.

GROENEVELD, J.M. y VISSER, A. (1997): "Seigniorage, electronic money and financial independence of central banks", Banca Nazionale del Lavoro, *Quarterly Review*, vol. 50, nº 200, pp. 69-88.

HALL, R. y TAYLOR, J. (1986): *Macroeconomics. Theory, performance and policy*, Ed. W.W. Norton & company, Inc., versión utilizada en español *Macroeconomía*, 1986, Ed. Antoni Bosch, editor. Barcelona.

HAMMOND, J.D. (1982): "*Credit card credit and demand for bank deposits"*, *Southern Economic Journal*, nº 48 (4), pp. 1.031-1.035, tomado de CHIRINKO, R.S. y FARR, D.D. (1996): *Financial innovation, money demand and disaggretation: some time series evidence*, Federal Reserve bank of Kansas City, Reseach Working Paper, RWP 96-06.

HARROP, P. (1991): *Prepayment cards. The electronic purse becomes big business*, Financial Times Management Report, London.

HEFFERNAN, S.A. (1992): "A computation of interest equivalences for nonprices characteristic of bank products*", Journal of Money, Credit an Banking*, vol. 24, nº 2, may, pp. 163-172.

HENDERSON, P.B. (1986): "Modern money", en SOLOMON, E.H (1986)*: Electronic funds transfer and payments: the public policy issues,* Kluwer-Nijhoff Publishing, Boston/Dordrecht/ Lancaster, pp. 17-37, tomado de BOESCHOTEN, W.C. (1992): *Currency use and payment patterns*, The Netherlandsche Bank, Econometric Research and Special Studies Deparment, Ed. Kluwer Academic Publishers, London.

HITACHI RESEARCH INSTITUTE (1993): *Payment system. Strategic choices for the future*, F.I.A. Financial Publishing Co., Tokyo.

HOFSTEDE, G. (1991): *Cultures and organizations. Software of the mind*, Ed. McGraw-Hill Book Company, Cambridge.

HORII, A. y SUMMERS, B. (1994): "Large-value transfer systems", en SUMMERS (1994): *The payment system. Design, management and supervision*, International Monetary Fund, Washington, pp. 73-88.

HUMPHREY, D. (1995): *Payment systems. Principles, practice and improvements*, World Bank, Technical Paper nº 260, Washington, D.C.

HUMPHREY, D., KIM, M. y VALE, BENT (1998): "Realización de beneficios derivados de los pagos electrónicos: costes, fijación de precios y elección de la forma de pago", *Cuadernos de Información Económica*, nº 138, septiembre 1998, pp. 70-73.

HUMPHREY, D., KIM, M. y VALE, BENT (1999): *Realizing de gains from electronic payments: costs, pricing, and payment choice*, Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas, Documento de Trabajo nº 149/1999.

HUMPHREY, D. y PULLEY, L. (1997): *The check´s in the mail: why the U.S. lags in adoption of cost-saving electronic payments*, Florida State University, Working Paper, tomado de HUMPHREY, D., KIM, M. y VALE, BENT (1998): "Realización de beneficios derivados de los pagos electrónicos: costes, fijación de precios y elección de la forma de pago", *Cuadernos de Información Económica*, nº 138, septiembre, pp. 70-73.

HUMPHREY, D., PULLEY, L. y VESALA, J. (1996): "Cash, paper, and electronic payment: a cross-country analysis", *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 28, nº 4, part. 2, pp. 914-939.

HUMPHREY, D.B. (1994): "Delivering deposit services: CA versus branches", Federal Reserve Bank of Richmond, *Economic Quarterly*, vol. 80 spring, pp. 59-81.

IBM (1992): *Banca electrónica. Tendencias e impacto social*, Estudio prospectivo, Libro blanco, Madrid.

INSTITUO DE ESTUDIOS DE PROSPECTIVA -IEP- (1990): *Tecnología y empleo en el sector financiero español*, informes del IEP, Madrid.

INSTITUT EUROPEEN INTERREGIONAL DE LA CONSOMMATION (1990): *Le Credit permanent dans sept pays de la C.E.E*, Institut Europeen

Interregional de la Consommation, Lille (Francia).

INSTITUTO MONETARIO EUROPEO (1997): *Payment systems in the European Unión. Addendum incorporating 1995 figures*, Instituto Monetario Europeo, Frankfurt.

INSTITUTO MONETARIO EUROPEO (IME) (1994): *Prepaid cards*, Working Group on EU Payment Systems, Report to the Council of the European Monetary Institute by the Working Group on EU Payment Systems.

**INSTITUTO MONETARIO EUROPEO (IME) (1996*): Payment systems in the European Unión*, Instituto Monetario Europeo, Frankfurt.

INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO (1996): *Los consumidores españoles, presente y futuro*, Instituto Nacional de Consumo, tomado de *Estudios sobre Consumo* (1996): "Los consumidores: presente y futuro", nº 36, pp. 113-115.

INSTITUTO NACIONAL DE CONSUMO (1998): *Juventud y consumo*, Instituto Nacional de Consumo, http://www.consumo-inc.es.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: *Anuario Estadístico*, diferentes años, Instituto Nacional de Estadística.

INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO -INEM- (1994): *Estudios de necesidades de formación profesional. Estudio sectorial de seguros y finanzas*, Subdirección General de Gestión de Formación Ocupacional, Area de Formación Ocupacional, Dirección de Programas de Estudios Sectoriales, tomo 1.

INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRACTICA BANCARIAS (1992): *Diccionario enciclopédico profesional de finanzas y banca,* Tomos I, II y III, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias, Madrid.

INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRÁCTICAS BANCARIAS (1998): *La empresa ante la implantación del euro, la internacionalización de la economía española y las nuevas tecnologías*, 2º Foro Profesional de Finanzas y Tesorería, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias, Madrid.

INSTITUTO SUPERIOR DE TECNICAS Y PRACTICAS BANCARIAS (ISTPB) (1993): *Medios de pago empresariales y bancarios. Normas, técnicas y gestión*, Enciclopedia Bancaria y Financiera, Tomo I y II, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias, Madrid.

INTERNATIONAL SAVINGS BANKS INSTITUTE (1973): *Credits cards and the Eurocheque System*, Final Report of the Credit Card Comittee, Geneva.

JOLY, L. y otros (1985): *Smart cards. From France to the world*, Lafferty publication, London.

KINSEY, J. (1981): "Determinants of credit card accounts: an application of Tobit analysis", *Journal of Consumer Research*, vol. 8, september, pp. 37-51.

KOKKOLA, T. (1990): *The demand for currency, means of payment and technological development*, Bank of Finland, Discussion Papers 10/90 (june), tomado de BOESCHOTEN, W.C. (1992): *Currency use and payment patterns*, The Netherlandsche Bank, Econometric Research and Special Studies Deparment, Ed. Kluwer Academic Publishers,

London.

LAFFERTY PUBLICATIONS (1988): *Retailers&Payments. The European perspective*, Ed. Lafferty Publications Ltd., London.

LAFFERTY PUBLICATIONS (1997): *The cards research service for Europe*, vol. I, Northern Europe, Ed. Lafferty Publications, Dublín.

LAFUENTE FÉLEZ, A. (1980): "Una medición de la economía oculta en España", *Boletín de Estudios Económicos*, nº 111, diciembre, Universidad Comercial de Deusto, tomado de RUESGA, S.M. (1988): *Al otro lado de la economía. Cómo funciona la economía sumergida en España*, Ed. Pirámide, Madrid.

LAKE, K., MEHTA, A. Y HAMMARSKJOLD, A. (1998): "Cashing in on your ATM network", *The McKinsey Quarterly*, 1998, nº 1, pp. 173-178.

LANDETA, J. (1999): *El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*, Ed. Ariel, Barcelona.

LASHERAS, M.A. y MONES M.A. (1988): *Traslación a precios de la variación de carga fiscal: el caso de la implantación del IVA*, Instituto de Estudios Fiscales, Documento de Trabajo, nº 1.

LATOUR KADISON, M., BLANE E. y PUTNAM, M. (1998): "Middlemen on the net", *Forrester Research*, vol.1, nº 7, january, en OCDE (1998): *The economic and social impacts of electronic commerce: preliminary findings and research agenda*, http://WWW.OECD.org/subject/e_commerce.

LEROY, R. y PULSINELLI, R. (1992): *Moneda y banca*, 2ª edición, Ed. McGraw Hill Interamericana, S.A, Santafé de Bogotá (Colombia).

LINDSEY, I. (1994): *Credit cards. The authoritative guide to credit and payment cards*, Ed. Rushmere Wynne, England.

LIPIS, H.; MARSCHALL, T. y LINKER, J. (1985): *Electronic Banking*, Ed. John Wiley & Sons, Inc. Atlanta.

LIPSEY, R. (1989): "An Introduction to Positive Economics", seventh edition, Ed. George Weidenfeld and Nicolson, Ltd, London, versión manejada en español *Introducción a la Economía Positiva*, 1992, adaptación a la economía española a cargo de Tugores, J., Ed. Ediciones Vicens Vives, S.A.

LIPSEY, R. y HARBURY, C. (1988): *Principios de economía*, traducido de la versión en inglés *First principles of economics*, Ed. George Weidenfeld and Nicolson, Ltd, London, Ed. Ediciones Vicens Vives S.A., 1994, Barcelona (versión manejada).

LISO, J., BALAGUER, T. y SOLER, M. (1996): *El sector bancario europeo: panorama y tendencias*, La Caixa, Colección Estudios e Informes, nº 6, Barcelona.

LUQUE MARTÍNEZ, T. (1998): *Comercio minorista y comportamiento del consumidor granadino*, Cámara de comercio, Industria y Navegación de Granada, Granada.

MAJADA, A. (1969): *Cheques y talones de cuenta corrriente en sus aspectos bancarios, mercantil y penal*, Ed. Boch, 3ª edición, Barcelona, tomado de MARTÍNEZ ARAMBERRI, A. (1978): *La función de los modernos medios de pago. Aproximación socioeconómica a la realidad guipuzcuana*, Caja Provincial de Guipuzcua, Guipuzcua.

MAJADA, A. (1983): *Cheques y talones de cuenta corriente. Normas bancarias, mercantiles, civiles y penales*, Ed. Boch, Barcelona.

MANDELL, L. (1972): "Credit card use en United States", University of Michigan, Press, tomado de CHIRINKO, R.S. y FARR, D.D. (1996): *Financial innovation, money demand, and disaggretation: some time series evidence*, Federal Reserve Bank of Kansas City, Reseach Working Paper, RWP 96-06.

MANDELL, L. (1990): *The credit card industry: a history*, Ed. Twayne Publishers, Boston.

MANRIQUE, M. (1996): "Determinantes de la demanda de efectivo en España*",* Banco de España*, Boletín Económico*, abril 1996, pp. 57-65.

MARCUS, E. (1960): "The impact of credit cards on demand deposit utilization", *Southern Economic Journal*, nº 26, april, pp. 314-316, tomado de DUCA, J.V. Y WHITESELL, W. (1995): "Credits cards and money demand: a cross-sectional study", *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 27, nº 2, may, pp. 605-623.

MARSHALL, J.J. y HESLOP, L. (1988): "Technology acceptance in Canadian retail banking: a study of consumer motivations and use of ATMs", *International Journal of Bank Marketing*, vol. 6, nº 4, pp. 31-41.

MARTÍN ARMARIO, E. (1993): *Marketing*, Ed. Ariel Economía, Madrid.

MARTÍN RODRIGUEZ, M. y SAEZ FERNANDEZ, F.J. (1997): "Desregulación e intensificación de la competencia: el impacto del mercado único sobre la competitividad del sistema bancario español", *Perspectivas del Sistema Financiero*, nº 59, pp. 3-20.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, A. y CISNEROS SANJUÁN, C. (1992): "La difusión de los cajeros automáticos en las cajas de ahorro españolas", *Boletín Económico ICE*, nº 2.340, pp. 3.011-3.018.

MARVIN, A. (1998): "E-Commerce: economic and social impact", en Congreso Fundesco 98 *Comercio electrónico y dinero electrónico*, celebrado en Barcelona del 27 al 29 de abril 1998, p. 26.

MATHEWS, H.L. y SLOCUM, J.W. (1969): "Social class and comercial bank credit card usage", *Journal of Marketing*, vol. 33, january, pp. 71-78, tomado de RODRIGUEZ, M.A. y FRÍAS, D.M. (1997): "Segmentación del mercado de las tarjetas de crédito", *Actualidad Financiera*, agosto 1997, pp. 47-62.

MATUTES, C. y PADILLA, A.J. (1993): *Shared CA network and banking competition*, Fundación BBV, Estudios Bancarios.

MAUDOS, J. (1994): "La banca", en JUÁREZ, M. (1994): *V informe sociológico sobre la situación social en España*, Fundación para el Fomento de Estudios Sociales y Sociología Aplicada, Madrid, pp. 2.206-2.214.

MAUDOS, J. (1995): *Technical change, cost and scale economies in the spanish saving bank: the automatic teller machine,* Institute of European Finance, University of Wales, Research Papers in Banking and Finance, RP 95/13.

MAUDOS, J. y PASTOR, J.M. (1995): *Prestación de servicios bancarios en las cajas de ahorros españolas: CA versus oficinas*, Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Documento de Trabajo, WP-EC 95-14.

MAULEÓN, I. y SARDÁ, J. (1997): "Estimación cuantitativa de la economía sumergida en España", *Ekonomiaz,* nº 39, pp. 125-135.

MC.ANDREWS, J.J. (1991): "The evolution of shared ATM nerworks", *Business Review*, may/june, pp. 3-16.

MC.ANDREWS, J.J. (1996): *Retail pricing of CA network services*, Federal Reserve Bank of Philadelphia, Working Paper*,* nº. 96-12.

MEDEL CÁMARA, B. (1993): "Situación actual y perspectivas de las cajas de ahorros", Papeles de Economía Española, nº 54, pp. 140-153.

MELO, F. y GALÍ, J. (1985): *Impacto de la aplicación del IVA en la empresa*, La Caixa, Documento de Trabajo, nº 6.

MELLE, M. (1997): "La actividad financiera de las grandes superficies. Caracterización de sus modelos de comportamiento*", Perspectivas del Sistema Financiero*, nº 57, FIES, pp. 11-43.

MELLE, M. (1998): "El comercio electrónico: características y oportunidades de negocio para las entidades de depósito*", Cuadernos de Información Económica*, nº 131, pp. 89-100.

MERIGÓ, G.E. y GABEIRAS, V. J.M. (1993): "Transcendencia financiera de los medios de pago con tarjetas", *Papeles de Economía Española,* nº 54, pp. 212-219.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (1988): "Análisis de las condiciones de vida y trabajo en España", Secretaría de Estado de Economía y Hacienda, Madrid, tomado de RUESGA, S.M. (1988): *Al otro lado de la economía. Cómo funciona la economía sumergida en España*, Ed. Pirámide, Madrid, p. 90.

MOLTÓ, M.A. (1981): "Incidencia de la economía oculta en la política económica", en Simposio Internacional sobre Economía Oculta; Presidencia del Gobierno, diciembre, Madrid, tomado de RUESGA, S.M. (1988): *Al otro lado de la economía. Cómo funciona la economía sumergida en España*, Ed. Pirámide, Madrid.

MONDEX MAGAZINE (1996): "Cashing in on connections, money is on the line", *TPD Publishing Ltd,* spring 1996, London.

MONDEX NEWSLETTER: nº 3, november 1995 y nº 4, verano 1996.

MOORE, L. (1991): *Money in the third millenium. Electronic money flow*, Kluwer-Nijdhoff Publishing, Boston, tomado de HARROP P. (1991): *Prepayment Cards. The Electronic Purse Becomes Big Business*, Financial Times Management Report, p. 7.

MOT, E.S., CRAMER, E.M. y GULLIK, VAN DER (1989): *The choice of a means of payment; the payment pattern of Dutch household in 1987*, Foundation for Economic Research of the University of Amsterdam, Amsterdam, tomado de BOESCHOTEN, W.C. (1992): *Currency use and payment patterns*, The Netherlandsche Bank, Econometric Research and Special Studies Deparment, Ed. Kluwer Academic Publishers, London.

MOT, E.S. y CRAMER, J.S. (1992): "Mode of payment in household expenditures", *The Economist*, 140, nº. 4, 1992, pp. 488-500.

MUÑOZ MARTÍN, N. (1996): "La irrevocabilidad del cheque", en IGLESIAS PRADA, J.L. (coord.): *Estudios Jurídicos en Homenaje al Profesor Aurelio Menendez*, tomo I, Ed. Cívitas, Madrid, pp. 1.293-1.318.

NIXDORF COMPUTER (1988): *Presente y futuro de los servicios bancarios de las entidades financieras. La distribución comercial y los servicios bancarios*, Nixdorf Computer.

NÚÑEZ, S. (1994): *Perspectivas de los sistemas de pagos: una reflexion critica*, Banco de España, Documento de Trabajo, nº 9.429.

O´NEILL, J. (1996): *Emerging electronic methods for making retail payment,* The Congress of the United States, Congressional Budget Office, june 1996.

OCDE (1989): *Plastic Card and the Consumer,* Ed. OCDE, París.

OCDE (1990): "Revenue statistics of OECD member countries, *1965-1989"*, OCDE, París, tomado de ESCOBEDO, Mª ISABEL y MAULEÓN, I. (1991): *Demanda de dinero y economía sumergida*, *Instituto de Estudios Fiscales,* mayo, Papeles de Trabajo, P.T. 6/91.

OCDE (1998): "The economic and social impacts of electronic commerce: preliminary findings and research agenda", http://WWW.OECD.org/subject/e_commerce.

OLAVARRIETA ARCOS, J.A. (1998): "Planteamiento estratégico del monedero electrónico", ponencia presentada en Congreso Fundesco 98 *Comercio electrónico y dinero electrónico*, celebrado en Barcelona del 27 al 29 abril de 1998, pp. 19-20.

ONTIVEROS, E. y VALERO F.J. (1998): *La Guía del euro. Todas las respuestas sobre la moneda única*, Ed. Escuela de Finanzas Aplicadas, Madrid.

OREJA RODRIGUEZ, J.R. (1995): "El cambio organizativo en la sucursal bancaria", *ESIC MARKET*, abril-junio, pp. 63-81.

ORTEGA TRUJILLO, J. (1994): *La tarjeta de crédito*, 2ª edición, Ed. Jurídica Edino, Guayaquil (Ecuador).

PADOA-SHIOPPA (1994): "Central banking and payment systems in the European Community", Banca D´Italia, *Economic Bulletin*, nº 18, pp. 91-101.

PAREJO GAMIR, J.A., CALVO BERNARDINO, A. y PAUL GUTIERREZ, J. (1993): *El sistema financiero en los países de la CE*, Ed. AC, Madrid.

PARKIN, M. (1993): "Macroeconomía", 1995, traducido de la versión en inglés *"Economics*" 2ª edición, Ed. Addinson - Wesley Iberoamericana, S.A., U.S.A (Versión manejada).

PAROUCH, J. y RUTHENBERG, D. (1986): "Automated teller machines and the share of demand deposits in the money supply. The israeli experience", *European Economic Review* , nº 30, pp. 1.207-1.215.

PASTOR, J.M. y PÉREZ, F. (1993): *La productividad del sistema bancario español (1986-1992*), Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas*,* Documento de Trabajo*,* WP-EC 93-09.

PAYMENT SYSTEM TECHNICAL DEVELOPMENT GROUP (1992): *Easier cross border payments: breaking down the barriers*, Report of the Payment System Technical Development Group to Sir Leon Brittan, Vice President of the Comissión (XV/0105/92), Bruselas.

PEÑALOSA, J. M. (1994): "Determinantes financieros de la recuperación del consumo privado", *Boletín Económico del Banco de España*, junio 1994, pp. 25-35.

PÉREZ-DÍAZ, V., RODRÍGUEZ, J.C. y CHULIA, E. (1998): "Cajas y bancos: una experiencia de diversidad institucional", *Papeles de Economía Española*, nº 74-75, pp. 260-283.

PÉREZ GARCÍA, F. y DOMÉNECH, V. (1990): *La productividad de los bancos y cajas de ahorros españolas en los ochenta: comparación internacional*, FIES, Documento de Trabajo, 69/1990.

PÉREZ, F. y QUESADA, J. (1991): *Dinero y sistema bancario. Teoría y análisis del caso español,* Ed. Espasa Calpe, Madrid.

PEREZ-SERRABONA, J.L. (1987): *La tarjeta de crédito. Hacia un estatuto jurídico*, Ed. TAT, Granada.

PEREZ-SERRABONA, J.L. y FERNÁNDEZ, J.M. (1993): *La tarjeta de crédito. Derecho comunitario europeo, doctrina y formulario,* Ed. Comares, Granada.

PINGITZER, C. y SUMMERS, B. (1994): "Small-value transfer systems", en SUMMERS, B. (1994): *The payment system. Design, management and supervision*, International Monetary Found, Washington, pp. 106-115.

PIZARRO MORENO, M. (1999): "Perspectivas de las cajas de ahorro ante la moneda única", *Banca y Finanzas*, nº 40, pp. 25-26.

PIZARRO, J. (1986): "Las nuevas tecnologías y su influencia en el negocio bancario", *Revista Situación*, nº 3, pp. 5-18.

PLUMMER, J.T. (1971): "Life style patterns and commercial bank credit card usage", *Journal of Marketing*, vol. 35, april, pp. 35-41.

POLO REDONDO, Y. (1986): "Actividad innovadora en el sector de intermediarios financieros españoles", *Boletín Económico de Información Comercial Española*, agosto, nº 2.047, pp. 2.722-2.729.

POLO REDONDO, Y. (1988): "Proceso de aceptación de innovaciones: un análisis empírico para las empresas bancarias", *Papeles de Economía Española*, *Suplementos sobre el Sistema Financiero*, nº 21, pp. 136-144.

POLO REDONDO, Y. (1989): "Difusión de tecnología en la empresa española: algunos resultados", *Papeles de Economía Española*, nº 39, pp. 215-226.

POLLOCK, E. (1990): "EFT profits are hard to find", *Bankers Monthly*, mayo, pp. 65-69.

PRIVACY INTERNATIONAL (1996): "Privacy international´s Mondex complaint is upheld, Electronic cash is anything but anonymous", *Press Release*, 21 junio.

QUESADA MORENO, J.F. (1997): "Seguridad en Internet: banca y comercio electrónico seguros sobre redes abiertas inseguras", en BONSÓN, E. Y

SIERRA G.J. (1997): *Internet Empresarial*, Ed. Ra-Ma, Madrid.

QUINTÁS, J.R. (1990): "El sistema financiero ante el cambio tecnológico", *Cuadernos de Economía*, nº 53, pp. 399-430.

QUIRÓS, G. (1990): "La evolución del efectivo en manos del público", *Papeles de Economía Española*, nº 43, pp. 52-62.

RANZ, J. (1997): *Breve historia de Internet,* Edit. Anaya Multimedia, Madrid.

REDCSEA (1998): *Internet. Canal de distribución de productos andaluces*, Confederación de Empresarios de Andalucía, Sevilla.

REDONDO BELLÓN, I. (1998): "Cómo y para qué identificar a los no compradores", *Distribución y Consumo*, octubre/noviembre, pp. 22-28.

RETAIL BANKING RESEARCH (1994): "ATM and cash dispenser 1993. An International Survey and Analisys", Londres, p. 13, tomado de BARUTEL, M. (1997): *Las tarjetas de pago y crédito*, p. 84, Ed. Boch, Barcelona.

REVELL, J.R. (1983): *Banking and electronic fund transfers*, OCDE, París.

RITZER, G. (1995): *Expressing american. A critique of the global credit card society*, Ed. Pine Forge Press, Thousand Oaks (California).

ROBERDS, W. (1997): "What´s really new about the new forms of retail payments", Federal Reserve Bank of Atlanta, *Economic Review*, vol. 82, nº 1, first quarter 1997, pp. 32-45.

ROBLES, J. (1996): "La complejidad de introducir una nueva forma de dinero", *Banca y Finanza,* nº 11, pp. 3-11.

RODRIGUEZ, M.A. y FRÍAS, D.M. (1997): "Segmentación del mercado de las tarjetas de crédito", *Actualidad Financiera*, agosto, pp. 47-62.

RODRÍGUEZ-LOSADA, E. (1996): "Las entidades financieras españolas ante la introducción del monedero electrónico", ponencia presentada en el *II Encuentro de las nuevas tecnologías en el sector financiero,* Coopers & Lybrand, Sevilla, pp. 93-107.

ROWLINGSON, K. y KEMPSON, E. (1994): *Paying with plastic. A study of credit card debt*, Edit. Policy Studies Institute, London.

RUESGA, S.M. (1985): *Métodos de estimación de la economía oculta. Su incorporación a los sistemas de cuentas nacionales,* Serie Universitaria Fundación Juan March, Madrid.

RUESGA, S.M. (1988): *Al otro lado de la economía. Cómo funciona la economía sumergida en España*, Ed. Pirámide, Madrid.

RUIZ VEGA, A.V. (1997): "Segmentación del mercado financiero de economías familiares: un estudio empírico", *ESIC MARKET*, julio-septiembre, pp. 9-41.

RUSSELL, T. (1975): *The economics of bank credit card*, Praeger special studies in U.S. economic, social and political issues, Ed. Praeger Publisher, Inc. USA.

SALONER, G. y SHEPARD, A. (1991): *Adoption of technologies with network effects*, Graduate School of Business, Standford University, Research Paper Series, nº 1.146.

SÁNCHEZ ASIAÍN, J.A. (1984): "Algunas reflexiones sobre la banca del futuro", *Papeles de Economía Española*, nº 18, pp. 175-194.

SÁNCHEZ, A. (1992): "Análisis comparativo de los sistemas de pago de los países de la Comunidad Europea", Banco de España*, Boletín Económico*, noviembre, pp. 49-56.

SANTILLÁN, J. (1991): "El sistema de pago español", Banco de España*, Boletín Económico*, febrero, pp. 35-46.

SANTOS, F. (1996): "SIBS approach to the electronic purse in Europe", *Payment System Worldwide*, spring, pp. 20-24.

SANTOMERO, A.M., SEATER, J.J. y KANE, E.J. (1996): "Alternative monies and the demand for media of exchange", *Journal of Money, Credit and Banking*, v. 28, nº4, part.2, pp. 942-960.

SATO, S. y HUMPHREY, D. (1995): *Transforming payment systems. Meeting the needs of emerging market economies*, World Bank, Discussion Papers, nº 291, Washington, D.C.

SCHNEIDER, F. (1997): "El tamaño de la economía sumergida en los países de la Europa Occidental", *Ekonomiaz*, nº 39, pp. 136-151.

SECRETARÍA GENERAL DE COMUNICACIONES DEL MINISTERIO DE FOMENTO (1998): *Estudio de situación del comercio electrónico en España*, Secretaría General de Comunicaciones del Ministerio de Fomento, http://www.sgc.mfom.es/sat/ce/indice.html.

SEMP (1994): *Informe anual 1994*, Sociedad Española de Medios de Pago, Madrid.

SIERRA BRAVO, R. (1988): *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*, segunda edición revisada y ampliada, Paraninfo, Madrid.

SUÁREZ, A. y otros (1985): *Dicccionario económico de la empresa*, Ed. Pirámide, quinta edición, Madrid.

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DEL SECTOR EXTERIOR (1998): "Internet y el comercio electrónico: desafíos para el próximo siglo*", Boletín Económico ICE*, nº 2.575, pp. 3-13.

SUMMERS, J. (1993): "The development of a market-based payment system in Russia", en OCDE (1993): *Transformation of the banking system: portfolio restructuring, privatisation and the payment system*, publicaciones de la serie CCEET, pp. 173-185.

SUMMERS, J. (1994): "The central bank and the payment system", en SUMMERS, J. (1994): *The payment system. Design, management and supervision*, International Monetary Fund, Washington, pp. 164-177.

TALMOR, S. (1994): "A chip off the old stripe", *The Banker*, octubre, pp. 113-115.

TAMAMES, R. (1988): *Diccionario de economía*, Alianza Editorial, Madrid.

THE BANKER (1996): "Fraud Busters", *The Banker*, febrero, pp. 78-79.

TOBIN, J. (1956): "The interest-elasticity of transactions demand for cash", *The Review of Economics and Statistics*, vol. XXXVIII, august 1956, nº 3, pp. 241-247.

TRACEY, B. (1993): "Study sees a 20% drop in branches", *American Banker*, november 22, pp. 1-16, tomado de HUMPHREY, D.B. (1994): "Delivering deposit services: CA versus branches", Federal Reserve Bank of Richmond, *Economic Quarterly*, vol. 80 (spring).

TREVOR, I, N. (1984): "La banca y la tecnología*", Papeles de Economía Española,* nº 19, pp. 44-60.

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (1999): *Informe sobre la situación de la competencia en el mercado de tarjetas de crédito, débito y monederos electrónicos y en particular sobre las relaciones entre las entidades financieras y el sector comercial con terminal de punto de venta instalado*, informe elaborado en cumplimiento de lo establecido en el apartado 2 de la proposición no de ley número de expediente 162/325, aprobada por el Pleno del Congreso de los Diputados el día 9 de febrero de 1999, Tribunal de Defensa de la Competencia, Madrid.

TURRION, A. (1996): "Euro 6000: el monedero electrónico de las cajas de ahorros", *Banca y Finanzas*, nº 12, pp. 24-29.

UGON, M. y GUILLOU, L. (1986): "Las tarjetas activas", *Mundo Científico*, nº 6, pp. 632-643.

UNITED STATES DEPARTMENT OF THE TREASURY CONFERENCE (1996): An introduction to electronic money issues, paper prepared for its conference on *toward electronic money and banking: the role of Government*, Washington, DC, september 19-20.

URANGA SANTESTEBAN (1985): "Transferencias electrónicas de fondo", *Dinero Extra*, nº 10, pp. 27-30.

URCELAY, V. y MOROY, F. (1996): "Negocios estratégicos en banca comercial", *Banca y Finanzas,* nº 11, pp. 18-25.

VALERO, S. (1979): "La Agrupación Española de Tarjetas de Crédito", *Banca Española*, nº 112, pp. 51-52.

VAN DEL VELDE, M. (1985): "CA cost model: a survey of fully weighted and incremental CA transaction costs*"*, Rolling Meadows, III, Bank Administration Institute, 1985, tomado de HUMPHREY, D.B. (1994): "Delivering deposit services: CA versus branches", Federal Reserve Bank of Richmond, *Economic Quarterly*, vol. 80 (spring).

VAN DEN BERGH, P. (1994): "Operational and financial structure of the payment system", en SUMMERS, J. (1994): *The payment system. Design, management and supervision*, International Monetary Fund, Washington, pp. 29-40.

VEALE, J. y PRICE, R.W. (1994): "Payment system float and float management", en SUMMERS, J. (1994): *The payment system. Design, management and supervision,* International Monetary Fund, Washington, pp. 145-163.

VIRÉN, M. (1989): *Financial innovations and currency demand: some new evidence*, Bank of Finland, Working Papers.

VISA ESPAÑA (1989): "*Visa en el mundo de las tarjetas*", Visa España.

VISA INTERNATIONAL (1996): *Consumer spending survey*, Visa International, july 1996.

WALKER, D. (1978): "Economies of scale in electronic funds transfer systems", *Journal of Banking and Finance*, vol. 2 (june), pp. 65-78.

WEINBERG, J.A. (1997): "The organization of private payment networks",

Federal Reserve Bank of Richmond, *Economic Quarterly*, vol. 83/2 (spring), pp. 25-43.

WENNINGER, J. y LASTER, D. (1995): "The electronic purse"*,* Federal Reserve Bank of New York, *Current Issues in Economics and Finance*, vol. 1, nº 1, april, pp. 1-5.

WHITE, K.J. (1976): "The effect of bank credit card on the household transaction demand for money", *Journal of Money, Credit and Banking*, nº 8 (1), pp. 51-61, tomado de CHIRINKO, R.S. y FARR, D.D. (1996): *Financial innovation, money demand, and disaggretation: some time series evidence*, Federal Reserve Bank of Kansas City, Reseach Working Paper, RWP 96-06.

WILKILSON, L. (1990): *SYSTAT: the system for statistic*, Evanston, IL: SYSTAT, Inc.

WONNACOTT, R. y WONNACOTT, P. (1994): *Economics*, cuarta edición, Ed. John Wiley & Sons, Inc., version utilizada en español *Economía*, cuarta edición, Ed. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A. Madrid.

WOODMAN, R.C. y DIVER, A.J. (1988): *A cost benefit analysis of nationwide EFTPOS*, The Retail Consortium´s Payment Systems Policy Committee, Gran Bretaña.

ZILBERFARB, BEN-ZION (1989): "The effect of automated teller machines on demand deposits: an empirical analisis", *Journal of Financial Services Research*, nº 2, pp. 49-57.

ANEXO I

RELACIÓN DE PARTICIPANTES EN EL CUESTIONARIO SOBRE EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

ANEXO I

RELACIÓN DE PARTICIPANTES EN EL CUESTIONARIO SOBRE EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

RELACIÓN DE PARTICIPANTES EN EL CUESTIONARIO SOBRE EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS

ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES		ORGANIZACIONES DE COMERCIANTES		ENTIDADES BANCARIAS Y GESTORAS DE TARJETAS	
1	Organización de Consumidores y Usuarios de Catalunya (OCUC)	1	Federación Empresarial Jiennense	1	Caixa de Catalunya
2	Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (AUSBANC)	2	Federación Empresarial Toledana	2	Sistema 4B, S.A.
3	Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU)	3	Agrupación de Comerciantes Segovianos	3	Caja Rural de Jaén
4	Unión de Consumidores de Galicia	4	Asociación de Empresarios del Comercio de Alimentación de Badajoz	4	Banco Atlántico
5	Unión de Consumidores de Catalunya	5	Asociación de Comerciantes de Jerez (ACOJE)	5	Argentaria
6	Asociación para la Defensa de los Usuarios de Bancos, Cajas de Ahorros y Seguros de España (ADICAE)	6	Unión de Comerciantes de Gijón	6	Banesto
7	Unión de Consumidores de Tenerife	7	Federación de Comercio de Tenerife (FEDECO)	7	La Caixa
8	Unión de Consumidores de la Rioja	8	Federación de Empresarios del Comercio de Burgos	8	Unicaja
9	Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)	9	Asociación de Comerciantes del Casco Viejo de Bilbao	9	Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA)
10	Unión de Consumidores de Aragón	10	Unión de Comerciantes de Manresa	10	Cajasur
11	Federación de Consumidores, Usuarios y Amas de Casa Al-Andalus	11	Federación de Comercio de Lleida	11	BBV
12	Federación de Consumidores de Euskadi (EKE)	12	Asociación de Comerciantes del Alcoy (ACECA)	12	Ibercaja

RELACIÓN DE PARTICIPANTES EN EL CUESTIONARIO SOBRE EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS *(CONTINUACIÓN)*

13	Unión de Consumidores de Andalucía			13	Banco Santander Central Hispano (BSCH)
14	Unión de Consumidores de Castilla León			14	Caja Provincial de Ahorros de Jaén
15	Unión de Consumidores de Albacete			15	Visa España
16	Unión de Consumidores de Gipúzcua			16	Banco Popular Español
17	Instituto Catalán de Consumo				

ANEXO II

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD DE JAÉN
Departamento de Economía Aplicada

ESTUDIO SOBRE EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS DE PAGO BANCARIAS (CUESTIONARIO)

- Experto Participante: _____
- Entidad:_____

INSTRUCCIONES PARA CUMPLIMENTAR EL CUESTIONARIO:

El cuestionario es breve y las preguntas a las que deberá responder tienen un formato sencillo y similar para todas ellas. Somos conscientes de que algunas respuestas requieren una mayor complejidad o relatividad de la que se pide. En cualquier caso, debe considerar que **nos interesa, sobre todo, su "opinión" expresada de manera espontánea, más que los datos exactos o una información muy precisa**.

Debido a que los expertos elegidos proceden de distintos ámbitos profesionales y, por tanto, poseen distintos niveles de conocimiento sobre los temas que se abordan, en cada pregunta se les ha pedido una autovaloración respecto a sus conocimientos de los aspectos propuestos.

No dude en anotar cualquier observación, puntualización u otros factores que usted considere importantes con relación a cada cuestión planteada en los espacios en blanco previstos para ello.

A fin de aclarar cualquier duda que pudiera surgir durante la cumplimentación del presente cuestionario, estaremos a su disposición en la siguiente dirección:

Enrique Bernal
Universidad de Jaén
Departamento de Economía Aplicada
C/ Paraje las Lagunillas, S/N
23071 Jaén
TF: (953) 21 22 97/41 06 20
FAX: (953) 21 22 22

Una vez cumplimentado el cuestionario, por favor no olvide enviárnoslo en el sobre de respuesta que le adjuntamos. Gracias por su colaboración.

CUESTIONARIO

1.- En líneas generales, ¿cuáles son en su opinión las causas que más han contribuido al bajo nivel de utilización en España de las tarjetas de pago bancarias, con relación a los países de nuestro entorno?. Señale el grado de importancia que conceda a cada una de las siguientes causas, de acuerdo con una escala de 1 a 5.

(**1**=nada importante; **2**= muy poco importante; **3**=poco importante; **4**=bastante importante; **5**=muy importante)

• Reducidos niveles de renta *per cápita* con relación a los países de nuestro entorno……..	1	2	3	4	5
• Preferencia histórica del público español por el uso del efectivo en lugar del resto de instrumentos de pago ofrecidos por el sistema bancario, como cheques o tarjetas……..	1	2	3	4	5
• Escasa implicación o interés de la clientela española por los productos financieros en general.....….	1	2	3	4	5
• Desconfianza del público hacia el uso de los medios de pago electrónicos, debido a la falta de respaldo legal en caso de conflicto con las entidades bancarias.....….	1	2	3	4	5
• Altos precios de los servicios ofrecidos.....	1	2	3	4	5
• Deficientes estrategias de comunicación (publicidad, promociones, etc.) de las entidades bancarias.....	1	2	3	4	5
• Otras (especificar)_____	1	2	3	4	5
_____	1	2	3	4	5
_____	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

2.- Con relación a la **DEMANDA,** indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5.

1=en general, en desacuerdo **3**=ni de acuerdo ni en desacuerdo **4**=parcialmente de acuerdo
2=parcialmente en desacuerdo **5**=en general, de acuerdo

• El aspecto cultural es el principal motivo que explica la actitud reacia del público español ante cualquier forma de compra a distancia (a través de correo, ordenador, cajeros automáticos, etc.).....	1	2	3	4	5
• La indefensión del titular español de tarjetas bancarias ante posibles conflictos con las entidades emisoras, ocasionados por un uso indebido de su tarjeta, por robo o pérdida de ésta, o en caso de producirse fallos en los ordenadores, errores, etc. ha influido negativamente en el uso de estos instrumentos.....	1	2	3	4	5
• El deseo de eludir, por parte de comercios y consumidores, el control del fisco derivado del uso de instrumentos de pagos electrónicos ha perjudicado considerablemente el uso de las tarjetas en favor del anónimo efectivo.....……	1	2	3	4	5
• El tradicional uso reducido del cheque en España ha impedido el arraigo entre la población española del uso de los instrumentos de pagos ofrecidos por las entidades bancarias, perjudicando así el uso de las tarjetas.....	1	2	3	4	5
• En el momento de la compra, el comerciante tiene una elevada influencia sobre el instrumento de pago elegido finalmente por el consumidor (efectivo, cheques, tarjetas, etc.).....….....	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

3.- Respecto a los resultados de las **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN** seguidas por las entidades emisoras de tarjetas, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5.

1=en general, en desacuerdo **2**=parcialmente en desacuerdo **3**=ni de acuerdo ni en desacuerdo **4**=parcialmente de acuerdo **5**=en general, de acuerdo

• El titular español de tarjetas está suficientemente informado por parte de su entidad sobre todos los servicios disponibles a través de tarjetas.....	1	2	3	4	5
• Las campañas publicitarias existentes permiten al consumidor español estar bien informado sobre las condiciones de las tarjetas ofrecidas por otras entidades bancarias diferentes a la suya.....….	1	2	3	4	5
• Tradicionalmente se han utilizado campañas de promoción (premios, regalo de pólizas de seguro, etc.) que han animado más a la posesión de la tarjeta que a su uso.....	1	2	3	4	5
• En general, la publicidad sobre las tarjetas ofrecidas por cada banco o caja de ahorros ha ido dirigida a su propia clientela.....….....	1	2	3	4	5
• La tradicional entrega de tarjetas como simples complementos de las cuentas corrientes, y no como productos independientes, ha perjudicado su nivel de conocimiento general por parte de la clientela bancaria, a la vez que ha dificultado los intentos de las entidades emisoras de fomentar y ampliar su uso.....….....	1	2	3	4	5
• El nivel de información que se le ofrece al titular español de tarjetas bancarias sobre los precios de los distintos servicios disponibles con tarjetas y de las demás condiciones contractuales es el adecuado.....	1	2	3	4	5
• Los clientes muestran una escasa implicación o interés por conocer todos los aspectos relacionados con este producto.....….....	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

4.- Hablemos sobre las **POLÍTICAS DE PRECIOS** seguidas por las entidades emisoras de tarjetas. Indique al respecto su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5.

1=en general, en desacuerdo **2**=parcialmente en desacuerdo **3**=ni de acuerdo ni en desacuerdo **4**=parcialmente de acuerdo **5**=en general, de acuerdo

• Los altos niveles de tipos de interés por aplazamiento del pago con tarjetas es el principal motivo que explica el reducido uso de esta forma de financiación en España.....	1	2	3	4	5
• Los comercios han podido desanimar, directa o indirectamente, el uso de las tarjetas de pago por parte de sus clientes en sus establecimientos, debido al descontento del sector con relación a las tasas de descuento aplicadas por las entidades emisoras	1	2	3	4	5
• Toda tarjeta bancaria puede utilizarse en cualquier cajero automático del país. Sin embargo, las elevadas comisiones por el uso de redes distintas a la de su entidad limita en gran medida el disfrute efectivo por parte de los clientes de esta "interoperatividad".....	1	2	3	4	5
• Los costes derivados del pago de bienes y servicios a través de tarjetas en los establecimientos comerciales (tasas de descuento) deberían de ser asumidos también por los titulares de tarjetas y no sólo por los comerciantes……..	1	2	3	4	5
• El cobro al titular de una comisión por el uso de la tarjeta en cualquier cajero automático o terminal en punto de venta reduciría de manera importante el uso de estos instrumentos.....….	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

5.- A continuación se tratan cuestiones generales relacionadas con la **COMPETENCIA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS**. Indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según la siguiente escala de 1 a 5.

1=en general, en desacuerdo **2**=parcialmente en desacuerdo **3**=ni de acuerdo ni en desacuerdo **4**=parcialmente de acuerdo **5**=en general, de acuerdo

• En el mercado de tarjetas existe un alto grado de competencia entre entidades en la captación de nuevos titulares, ya sean éstos clientes de la propia entidad o de otras.....	1	2	3	4	5
• La preferencia por la publicidad conjunta llevada a cabo por bancos y cajas de ahorros para fomentar el uso de determinadas marcas de tarjeta (6.000, Visa Electrón, etc.), en lugar de realizar campañas individuales, afecta negativamente a la competencia en el mercado….....	1	2	3	4	5
• La competencia en el mercado español de tarjetas existe sólo entre los distintos sistemas, pero no entre entidades bancarias individuales…….	1	2	3	4	5
• Los acuerdos entre entidades para compartir redes de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta son indispensables y no perjudican en absoluto la competencia en el mercado.....….	1	2	3	4	5
• La competencia en el mercado español de tarjetas ha sido intensa en el segmento de tarjetas de débito, pero casi inexistente en el de tarjetas de crédito……..	1	2	3	4	5
• Centrándonos en el producto, el verdadero competidor de las tarjetas es el efectivo, y no otros productos como las tarjetas comerciales o las T&E.....….	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

6.- Con relación a la **ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE TARJETAS,** indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5.

1=en general, en desacuerdo
2=parcialmente en desacuerdo
3=ni de acuerdo ni en desacuerdo
4=parcialmente de acuerdo
5=en general, de acuerdo

• La existencia en un futuro de una sola red de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta, en lugar de las tres actuales, traería consigo ventajas tanto para los titulares de tarjetas como para los comerciantes.....	1	2	3	4	5
• Las peculiaridades de la red comercial española, entre las que se encuentran el elevado número de establecimientos comerciales y la pequeña dimensión de éstos, han obstaculizado la difusión del uso de las tarjetas de pago bancarias entre la población española.	1	2	3	4	5
• El elevado número de cajeros automáticos y terminales en puntos de venta existente en España no responde a una demanda real de estos servicios por parte de la clientela, sino que tiene su explicación únicamente en la elevada densidad de las redes de sucursales bancarias y de establecimientos comerciales que caracterizan al mercado español.....	1	2	3	4	5
• La concentración de los cajeros automáticos y terminales en puntos de venta principalmente en las grandes capitales de provincia impide que las tarjetas bancarias lleguen a convertirse en un instrumento generalmente aceptado entre la población, tal y como lo es el efectivo.....….....	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

7.- Centrándonos en las posibles razones que explican el reducido uso del **CRÉDITO VÍA TARJETAS** en España, indique su grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones, valorándolas según una escala de 1 a 5.

1=en general, en desacuerdo
2=parcialmente en desacuerdo
3=ni de acuerdo ni en desacuerdo
4=parcialmente de acuerdo
5=en general, de acuerdo

• Hoy en día, la mayoría de los titulares de tarjetas de crédito conciben a este instrumento como medio para diferir el pago al mes siguiente gratuitamente, y no como una forma alternativa de disponer de un crédito al consumo……..	1	2	3	4	5
• La forma de acceso a este tipo de crédito es compleja para el cliente.....……..	1	2	3	4	5
• Las entidades bancarias españolas no se han preocupado suficientemente por fomentar el uso del crédito vía tarjetas entre la clientela.....…….	1	2	3	4	5
• Generalmente, el cliente se encuentra desinformado sobre todo lo que concierne al uso del crédito con tarjetas (tipos de interés aplicados, condiciones de devolución del crédito, forma de utilización de esta fuente de financiación).....……	1	2	3	4	5
• Las estrategias de comunicación y políticas de precios en torno al crédito con tarjetas son las correctas. Su reducido uso se debe únicamente a una actitud reacia de la demanda hacia estas formas de financiación	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

8.- Respecto a las **TENDENCIAS FUTURAS**, ¿cuáles de los siguientes usos de las tarjetas bancarias tendrá mayor importancia en un futuro?. Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5.

(**1**=nada importante; **2**= muy poco importante; **3**=poco importante;

4=bastante importante; **5**=muy importante)

• Sustitución del uso del efectivo por el de las "tarjetas monedero" en las compras de muy pequeño importe.....….....	1	2	3	4	5
• Uso de las tarjetas bancarias como medio de pago en el comercio electrónico.....….....	1	2	3	4	5
• Utilización del crédito al consumo a través de tarjetas……	1	2	3	4	5
• Mayor demanda de los servicios que tradicionalmente se han venido ofreciendo a través de tarjetas bancarias (reintegros de efectivo, compra en comercios, etc.).....	1	2	3	4	5
• Otros (especificar) _____	1	2	3	4	5
_____	1	2	3	4	5
_____	1	2	3	4	5

COMENTARIOS:

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio

9.- ¿En qué grado cree Vd. que influirá cada uno de los siguientes acontecimientos en el fomento del uso de las tarjetas bancarias en un futuro?. Señale el grado de importancia que conceda a cada uno de ellos, de acuerdo con una escala de 1 a 5.

(**1**=nada importante; **2**= muy poco importante; **3**=poco importante; **4**=bastante importante; **5**=muy importante)

• Reducción de tipos de interés por aplazamiento del pago con tarjetas llevada a cabo por algunas de las principales entidades bancarias.....	1	2	3	4	5
• Fomento en un futuro de los canales de distribución "a distancia" (cajeros automáticos, terminales en puntos de venta, banca por *internet*, etc.) por parte de las entidades bancarias.....	1	2	3	4	5
• Aumento del uso de las tarjetas con *chip* tras la introducción de los euros, debido a los inconvenientes que traerá consigo su convivencia con las monedas nacionales.....	1	2	3	4	5
• Aumento de la competencia en el mercado tras los acuerdos de Europay/Mastercard con la CECA y el sistema 4B.....	1	2	3	4	5
• Fomento del uso de las tarjetas a través de programas de fidelización, tales como *Turyocio* o *Travel Club*.....	1	2	3	4	5
• Aumento de la competencia de entidades extranjeras tras la culminación de la Unión Económica y Monetaria.....	1	2	3	4	5
• Reducción de los tipos de descuento aplicados a los comerciantes, según los recientes acuerdos alcanzados por éstos con las entidades emisoras de tarjetas.....	1	2	3	4	5
• Posible emisión de una directiva por parte de la Comisión Europea a fin de regular el mercado de tarjetas en cada uno de los países.....	1	2	3	4	5
• Las nuevas generaciones, más acostumbradas a los aparatos electrónicos, no tendrán una actitud tan reacia ante los instrumentos de pago electrónicos, como las tarjetas.....	1	2	3	4	5

¿Cómo valoraría su nivel de conocimiento en torno a la presente cuestión?

1	Ningún conocimiento	**2**	Poco conocimiento	**3**	Conocimiento intermedio	**4**	Conocimiento amplio	**5**	Conocimiento muy amplio