



El mercado de tarjetas

Un elemento fundamental en la economía española del siglo XXI

■ M^a YOLANDA FERNÁNDEZ JURADO

Profesora Adjunta de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Pontificia Comillas de Madrid.

En la actualidad, prácticamente todos los ciudadanos españoles adultos disponen de alguna tarjeta en sus carteras y con ellas realizan multitud de operaciones en función del tipo de tarjeta del que se trate: obtienen dinero en los cajeros automáticos, pagan en prácticamente todas las tiendas, llaman por teléfono, acumulan puntos para realizar viajes u obtener algún regalo,... Lo que parece un hecho es que las tarjetas, uno de los componentes fundamentales del actual dinero electrónico, son ya una parte de la vida cotidiana de los españoles, pero ¿son todas las tarjetas iguales y valen para lo mismo? ¿se tienen las tarjetas que se necesitan? ¿cuáles son los derechos y obligaciones de los diversos agentes relacionados con las tarjetas? ¿realmente existe mucho fraude con las tarjetas? ¿qué importancia tiene en España

el mercado de tarjetas? ¿cómo se están utilizando? ¿cuál es realmente el potencial que tienen? ¿la llamada "nueva economía" las convertirá en el dinero del siglo XXI? ¿cómo ven las autoridades monetarias el crecimiento de este medio de pago?

Estas son algunas de las cuestiones que este trabajo pretende desarrollar, con el objetivo de que se puedan conocer un poco mejor las ventajas y desventajas que depara el uso habitual de estos pequeños trozos de plástico que tan fáciles son de llevar y, mucho más, de utilizar.

TIPOS DE TARJETAS

Las tarjetas se pueden diferenciar según una serie de parámetros básicos que en ningún caso son excluyentes entre sí (cuadro nº 1):

1. Segundo entidad emisora se puede distinguir entre las tarjetas bancarias (las emitidas por entidades bancarias), las tarjetas no bancarias dentro de las cuales se incluyen las comerciales o bilaterales y las internacionalmente denominadas Travel&Entertainment (Diners Club y American Express) y, por último, las emitidas por sociedades especializadas en la emisión y gestión de tarjetas (1).

2. Segundo su ámbito de utilización existen distintas posibilidades en función de dónde y durante cuánto tiempo es factible su uso. En primer lugar, en función de lo qué se puede adquirir y dónde, las tarjetas se diferencian entre tarjetas universales (posibilitadas para pagar cualquier tipo de bien o servicio en un amplio número de establecimientos) o tarjetas particulares (que sólo sirven para adquirir un determinado bien o



servicio o para ser utilizadas sólo en determinados establecimientos). En segundo lugar, se puede valorar si las tarjetas tienen una utilización restringida al ámbito interno del país donde se emiten, tarjetas nacionales o locales, o si pueden ser utilizadas fuera de las fronteras del país, tarjetas internacionales (por ejemplo, Visa). Por último, las tarjetas pueden disponer también de cierto carácter temporal siendo éste limitado (lo que exige la renovación de la tarjeta cada determinado tiempo) o ilimitado (situación excepcional en el caso español).

3. Según su forma de pago las tarjetas se diferenciarán en función del momento y la forma en la que se realice el abono de la operación que se ha efectuado con la tarjeta. Desde este punto de vista las tarjetas se pueden dividir en:

3.1. **Tarjetas de débito.** En este caso, el importe total de la operación se des cuenta automáticamente de la cuenta asociada a la tarjeta. La cantidad límite utilizable por este tipo de tarjetas está condicionada por la disposición de fondos existente en la cuenta asociada a dicha tarjeta. En España, las tarjetas de débito son la Tarjeta 4B, la VISA Electrón y la Tarjeta 6000.

3.2. **Tarjetas de pago diferido.** En este tipo de tarjetas se paga el total de la operación realizada pero el abono de la misma no se realiza hasta pasados 30 ó 45 días. Este sistema de pago se encuentra en un punto intermedio entre el establecido en las tarjetas de débito y las de crédito ya que, se descuenta la totalidad del importe, característica típica de las tarjetas de débito, pero se hace en un

CUADRO N° 1 TIPOS DE TARJETAS

SEGÚN LA ENTIDAD EMISORA	<ul style="list-style-type: none">• TARJETAS NO BANCARIAS.• TARJETAS EMITIDAS POR SOCIEDADES CUYA ACTIVIDAD ES LA EMISIÓN Y GESTIÓN DE ESTE MEDIO DE PAGO.
SEGÚN EL ÁMBITO DE UTILIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• TARJETAS UNIVERSALES O PARTICULARES.• TARJETAS INTERNACIONALES, NACIONALES O LOCALES.• TARJETAS CON O SIN LÍMITE TEMPORAL PARA SU USO.
SEGÚN LA FORMA DE PAGO	<ul style="list-style-type: none">• TARJETAS DE DÉBITO.• TARJETAS DE PAGO DIFERIDO.• TARJETAS DE CRÉDITO.• TARJETAS PREPAGO.
SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	<ul style="list-style-type: none">• TARJETAS DE BANDA MAGNÉTICA.• TARJETAS CON MICROPROCESADOR (TARJETAS INTELIGENTES).

plazo posterior al de la operación, en realidad es como un crédito a corto plazo con tipo de interés cero. En España, la mayoría de las tarjetas que se denominan de "crédito" son realmente tarjetas de pago aplazado.

3.3. **Tarjetas de crédito.** En este caso además de aplazarse el pago existe la posibilidad de realizar el mismo de forma fraccionada. Estas tarjetas conlleven un crédito al consumo y, por tanto, su utilización implica el pago de un tipo de interés por la parte de pago aplazado. España, a diferencia de otros países desarrollados, todavía tiene unos niveles muy bajos en este tipo de tarjetas pero es previsible que su volumen aumente considerablemente en el futuro.

3.4. **Tarjetas prepago.** Estas tarjetas se caracterizan porque el poseedor de las mismas desembolsa de forma anticipada los fondos necesarios para acceder a determinados consumos. Las tarjetas prepago, también denominadas "monederos electrónicos tienen una larga tradición en países como Japón y Francia y en España se están desarrollando desde 1990; no obstante, el crecimiento que han experimentando en los últimos años

está convirtiendo en el centro de atención de diversos agentes económicos, especialmente de las autoridades económicas europeas.

4. Según sus características técnicas. A medida en que se ha ido generalizando la utilización de estos medios de pago sus características técnicas han ido alterándose de tal forma que, actualmente y de forma simplificada, se pueden distinguir las tarjetas de banda magnética (donde se graban los datos básicos del titular de la tarjeta, cuenta asociada,...) y las tarjetas con microprocesador (tarjetas chip o tarjetas inteligentes) que poseen un procesador en el que además de los datos típicos de identificación se pueden incluir datos complementarios para accesos a determinadas informaciones u operaciones.

Como se puede observar, una tarjeta puede ser considerada según diversos aspectos y ninguna de estas clasificaciones son excluyentes entre sí. Por ejemplo, una tarjeta Visa es una tarjeta bancaria, universal, con uso internacional, con límite temporal, que puede ser de pago diferido o de crédito y con banda magnética o con microprocesador.

Dada la variedad de tarjetas existente cuando una persona (física o jurídica) desee tener una para realizar de forma más cómoda determinadas transacciones conviene que se plantee para qué la necesita, la utilidad que le va a dar, quién la va a aceptar y el coste que le conlleva dicha posesión y utilización. Por ejemplo:

-Si sólo la quiere para comprar en un determinado establecimiento que es emisor de tarjeta comercial al consumidor le puede interesar adquirir la tarjeta de dicho establecimiento ya que además de poder pagar con comodidad puede verse favorecido con una serie de ventajas adicionales ofrecidas a los titulares de la tarjeta para fidelizarlos (aparcamiento más barato, descuentos, ofertas especiales,...).

-Si es una persona que viaja mucho lo más conveniente es tener una tarjeta universal de ámbito internacional y de pago aplazado o de crédito.

-Si se tiene la tarjeta sólo para obtener dinero en cajeros automáticos y no se utiliza para el pago en comercio ni para viajar al extranjero, con una tarjeta bancaria de débito es suficiente y el coste que se tiene que soportar es bastante menor que en otros casos.

En cualquier caso, si una tarjeta no se va a utilizar, teniendo en cuenta el coste que implica (renovación, uso en cajeros fuera de la red emisora, tipo de interés más alto que el de un crédito al consumo, etc.) es mejor no poseerla.

RELACIONES ENTRE EMISORES, TITULARES Y ESTABLECIMIENTOS

Existen tres agentes diferentes relacionados con las tarjetas: el emisor que es quién emite la tarjeta, el titular agente que posee este medio de pago y el establecimiento que es quien acepta este medio de pago.

Una vez que se ha decidido emitir, poseer o aceptar una tarjeta es necesario que los diversos agentes afectados sean conscientes de los derechos y obligaciones que tienen para, de esta forma, evitar



posibles situaciones conflictivas. Para conocer adecuadamente esos derechos y obligaciones es necesario recurrir a los contratos que se hayan establecido entre las partes: el contrato emisor-titular y el contrato emisor-comercio. Estos contratos no sólo están sujetos a las condiciones generales sobre contratos establecidas en las normativas nacionales (por ejemplo, en España, lo estipulado en el Código Civil y en las diversas normas sobre contratos) sino que, además, deberían seguir algunas Recomendaciones y normativas que desde la Unión Europea vienen dando desde hace años (2).

En este sentido conviene destacar una serie de puntos fundamentales:

1. Todas las relaciones entre los diversos agentes (emisores-titulares o emisores-establecimientos) deben de estar claramente determinadas en contratos. Dichos contratos deben formalizarse por escrito (aunque sea electrónicamente) y previa petición o bien del futuro titular o del establecimiento (3), además, en estos contratos se deberá recoger con claridad y precisión, en la lengua oficial del Estado donde se celebren, las condiciones generales y específicas del acuerdo.

Por otro lado, en los mismos deben figurar todas las condiciones económicas aplicables, las condiciones específicas de la rescisión de dicho contrato y no se podrán establecer limitaciones que afecten a la libre competencia.

En el caso concreto del contrato con titulares de tarjetas es necesario que en

el mismo se especifique (4) con claridad de qué forma y en qué plazo se va a establecer el cargo en cuenta de las operaciones realizadas por dicho titular.

2. En la relación emisor-titular se pueden destacar los siguientes derechos y obligaciones:

2.1. Los titulares tienen derecho a la plena utilización de las tarjetas en función de las condiciones establecidas en el contrato realizado con la entidad emisora. Frente a esto tienen la obligación de notificar al emisor, lo antes posible, cualquier anomalía que se produjera con ella, en concreto, robo, pérdida o falsificación.

Según se establecía en la Recomendación de la Comisión del 17 de noviembre de 1988, esta notificación es el punto de partida para determinar la responsabilidad que tiene cada agente ante una situación anómala: hasta el momento del aviso al emisor, el titular de la tarjeta será responsable de las operaciones que se hagan con dicha tarjeta con un límite de 150 euros (5) (en la Recomendación de 1988 figuran como 150 ecus); a partir del momento de la notificación, el emisor es el responsable de cualquier uso fraudulento que se pueda realizar con dicha tarjeta.

Además, el titular está obligado a proceder con unos mínimos de seguridad con respecto a dicho medio de pago, por ejemplo, evitar llevar juntos el número de identificación personal y la tarjeta, no dejarla en cualquier lugar o a cualquier persona,... A cambio, el emisor debe de establecer medios adecuados para que, en cualquier momento, el titular pueda comunicarle cualquier situación anómala que se presente.

2.2. Las empresas emisoras están obligadas a llevar una adecuado registro de todas las operaciones que se realicen, de tal forma que siempre se pueda comprobar la veracidad de cualquier transacción realizada.

En el caso de tarjetas de crédito los emisores deben tener presentes las condiciones establecidas en materia de cré-

dito al consumo y detallar, con claridad, el límite del crédito y el tipo de interés que se va a aplicar.

3. Respecto a la relación emisor-establecimiento hay que destacar las siguientes cuestiones:

3.1. Por un lado, los establecimientos que hayan realizado un contrato con algún emisor están obligados a: aceptar las tarjetas como medio de pago sin establecer ningún tipo de traba para el titular de la misma (no se pueden negar a aceptarlas ni aplicar precios distintos en función del medio de pago utilizado); utilizar los medios tecnológicos y electrónicos pactados en el contrato con el objetivo de que el uso de la tarjeta sea lo más correcto posible; exponer con claridad la aceptación de la tarjeta en el establecimiento; cumplir determinadas medidas mínimas de seguridad mediante la comprobación del estado de la tarjeta, la verificación de la firma del titular y el correcto archivado de los resguardos; por último, deben de aceptar el descuento que se aplique en sus facturas en función de las condiciones pactadas en el contrato con la entidad emisora.

3.2. Por otro lado, la entidad emisora está obligada a abonar el importe de las operaciones realizadas con tarjeta, poner a disposición del establecimiento los mecanismos técnicos adecuados para que se puedan realizar las transacciones con este medio de pago, informar adecuadamente de que el establecimiento está adherido al sistema y determinar con claridad posibles gratificaciones al establecimiento.

4. Todos los agentes implicados, especialmente emisores y establecimientos, deben respetar unas normas mínimas con respecto a la seguridad de las transacciones y la protección de los datos asociados a las operaciones realizadas con este componente del dinero electrónico (6).

Aunque, en principio, parecen muy claramente definidos los derechos y obligaciones de cada uno de los agentes que se ven implicados en el mercado de tar-



jetas, en la práctica, todavía se presentan ciertas lagunas que dan lugar a tensiones innecesarias entre los mismos. Algunos de los incumplimientos que todavía persisten son:

–Como los contratos de tarjetas que se establecen con los titulares son típicamente de adhesión, algunas entidades emisoras, especialmente en el caso de tarjetas comerciales, aún incumplen algunas recomendaciones básicas destinadas a defender los intereses de dichos titulares. Las situaciones más corrientes son que en muy pocos casos se permite al usuario resolver los contratos en caso de que al cambiar las condiciones éste no las considere adecuadas, que se cobran tipos de interés abusivos por el crédito concedido, que se puede establecer como sistema de pago por defecto el crédito a no ser que explícitamente el titular diga lo contrario y que, en la mayoría, se mantiene que los contratos se pueden rescindir de forma unilateral por parte del emisor (esto vulnera diversas recomendaciones comunitarias y normativas españolas) (7).

–Aún existen contratos de tarjetas bancarias que exigen disponer de una cuenta asociada dentro de la entidad emisora para poder obtenerlas. Esta condición es totalmente lógica si se estuviera hablando de tarjetas de débito donde el cobro de la nota de cargo es rápido; sin embargo, no existe una razón lógica para que esto se aplique a las tarjetas de pago aplazado y de crédito ya que, en estos casos, hay tiempo suficiente como para garantizar el cobro con indepen-

dencia de la entidad donde esté situada la cuenta del titular.

–Todavía existen algunos problemas con respecto al envío de las tarjetas y la notificación del código personal. Como medida de seguridad las tarjetas no deben ser enviadas por correo sin que el titular la haya solicitado ni se debe notificar el número de identificación personal sin las debidas medidas de seguridad.

–Algunos emisores, especialmente dentro de tarjetas comerciales, todavía no respetan el límite de responsabilidad del titular, 150 euros, en caso de pérdida, robo o falsificación de la tarjeta.

–Todavía se dan algunas situaciones en las que se incumple la Ley Orgánica de regulación de tratamiento automatizado de los datos de carácter personal lo que vulnera claramente la situación del titular de la tarjeta.

–Muchos de los contratos no detallan la responsabilidad del emisor en caso de ejecución errónea o no ejecución de una operación (8). Cuando existe la necesidad de sacar dinero de un cajero y éste está fuera de servicio, o se plantean problemas con los terminales en los comercios y el titular tiene que acabar pagando con otra tarjeta o en efectivo el titular de la tarjeta tiene derecho a reclamar el incumplimiento del servicio, pero sólo en raras ocasiones lo hace, entre otras cosas, porque no conoce con exactitud si realmente tiene derecho a ello ya que no suele figurar en el contrato.

–Otro de los grandes incumplimientos se da en el comportamiento de algunos establecimientos respecto a los titulares de tarjetas cuando éstos desean utilizarla. Por ejemplo, en hoteles y en agencias de alquiler de coches desde el mismo momento en que se contrata el servicio, incluso antes de ser utilizado, solicitan la presentación de la tarjeta, e incluso, caso del alquiler de coche, se obliga al cliente a confirmar un posible cargo a la misma. Este comportamiento es claramente abusivo ya que el establecimiento tiene derecho a pedir la identi-

ficación al cliente y verificar que la tarjeta es válida pero en ningún caso puede exigir que se firme un recibo en blanco sin que todavía se haya realizado la correspondiente contraprestación.

-Con respecto a los contratos de emisores bancarios con los comercios los descuentos aplicados alcanzan, en ocasiones, porcentajes excesivamente elevados (en España existen 20 niveles que van desde el 1% hasta el 5,6% con un nivel medio del 3%) (9). En muchos casos, la comisión excesiva, explicada, en parte, por los posibles impagos que se pueden presentar, llevan al comerciante a realizar actuaciones claramente contrarias al buen funcionamiento del mercado de tarjetas siendo la más habitual el que se vuelven reticentes a aceptar este medio de pago.

-Por último, se debe tener en cuenta que también los emisores se pueden ver muy negativamente afectados por el incumplimiento de las medidas mínimas de seguridad que tanto titular como establecimientos deberían aplicar.

El nivel de fraude con tarjetas, aunque sigue siendo relativamente bajo, está aumentando a medida que el uso de las mismas se está generalizando y, en muchas ocasiones, el origen de estos usos fraudulentos es una falta de precaución por parte de los titulares (olvidos de recibos en cajeros automáticos) y de los establecimientos (inadecuado archivo de la documentación asociada a las operaciones abonadas con tarjetas).

El interés que tienen las distintas partes y las propias autoridades económicas en el adecuado desarrollo del mercado de tarjetas hace prever que estas cuestiones acabarán solucionándose en un futuro próximo bien por el acuerdo entre las partes o por una intervención activa por parte de las autoridades ya que todos los agentes están, realmente interesados en el adecuado funcionamiento de este medio de pago y en la eliminación de las posibles trabas que se puedan presentar.



EL FRAUDE CON TARJETAS

Las operaciones fraudulentas que se podrían hacer con este medio de pago ha sido una de las grandes preocupaciones de todos los agentes relacionados con el mismo, es más, la generalización de su uso y las nuevas posibilidades en su utilización (medio de pago para el comercio electrónico) han incentivado la incorporación de nuevas técnicas para limitar, en la medida de lo posible, el fraude realizado con tarjetas.

Desde hace unos años, se están estableciendo diversos mecanismos para reducir el fraude con este medio de pago: desde el punto de vista de las propias tarjetas se han incorporado diversas medidas para dificultar su manipulación (incorporación de microprocesadores, hologramas, fotografía del titular,...); se han implantado mayores medidas de seguridad en los cajeros automáticos (especialmente videos para que graben las operaciones) y se ha exigido a los comercios que sean más cuidadosos con la verificación de la identidad.

Pese a estas medidas, todavía existen numerosas situaciones de fraude que se pueden clasificar en función de la persona que los realiza en:

1. Fraude del propio titular. En ocasiones el propio titular al solicitar la tarjeta puede falsificar los datos (esto es falsedad de documento y, por tanto, regulado en el Código Penal), puede no reembolsar las cantidades debidas (en este caso es necesario determinar si ha existido o no mala fe por parte del titular ya que si no hay intención en el hecho

es una simple reclamación civil pero si se actúa de mala fe es un delito de estafa), también es posible que el propio titular falsifique o altere la tarjeta (es falsificación de documento) y, por último, puede abusar de la utilización de la tarjeta en los cajeros (este tipo de fraude se está solucionando con la incorporación de videos en prácticamente todos los cajeros de las entidades bancarias y con una estricta aplicación del Reglamento de Seguridad Privada) (10).

2. Fraude realizado por terceras personas. Aquí es donde existe una gama más amplia de infracciones y más conflictos surgen entre las partes afectadas: usos en los cajeros automáticos de las tarjetas obtenidas por hurto, robo, compradas en el mercado negro o extraviadas por el titular (el conflicto se plantea por el posible incumplimiento de las mínimas normas de seguridad que tiene la obligación de mantener el titular); utilización indebida por parte de terceros de las tarjetas en los comercios (11) (es considerado falsificación de documento y existe cierta polémica sobre la responsabilidad de la operación ya que se puede alegar cierta negligencia por parte del establecimiento al no comprobar adecuadamente el titular); falsificación o alteración de las tarjetas por terceras personas (pese a los avances de seguridad incorporados, las nuevas técnicas han creado redes especializada en la falsificación y manipulación de estos medios de pago).

3. En España, según un estudio realizado en 1999 por Card Protection Plan (12), CPP, (Duran, 1999) más del 60% del fraude realizado se efectúa en Cataluña (35,2% del fraude existente en nuestro país) y en Madrid/Centro (25,1% del total). Además, si se tiene en cuenta los sectores de actividad, el 32% del fraude se hace en comercios mientras que el 27% es en autopistas, gasolineras, garajes y aparcamientos y un 10% en cajeros automáticos. Tanto las entidades emisoras como las autoridades conocen estas características y, en consecuencia,

CUADRO N° 2

VOLUMEN DE TARJETAS BANCARIAS EN ESPAÑA

	1996	1997	1998	1999
TOTAL TARJETAS BANCARIAS	32.447.585	39.082.934	43.444.287	47.761.782
TOTAL TARJETAS DE CRÉDITO	8.535.686	10.063.405	11.448.646	12.501.357
VISA 4B	2.481.157	2.500.792	2.520.929	2.933.470
VISA ESPAÑA	5.706.560	6.298.076	7.038.633	7.790.981
MASTERCARD/EUROCARD	347.969	1.264.537	1.889.084	1.776.906
TOTAL TARJETAS DE DÉBITO	23.911.899	25.519.529	26.626.835	27.802.662
TARJETA 4B	6.126.000	6.587.000	6.022.000	5.682.000
ELECTRÓN	9.011.000	9.849.000	11.513.000	12.461.000
TARJETA 6000	8.774.899	9.083.529	9.091.835	9.637.353
TOTAL TARJETAS BANCARIAS CHIP*	—	3.500.000**	5.368.806	7.457.763
VISA CASH	—	NO DISPONIBLE	4.193.815	5.957.763
EURO 6000	—	NO DISPONIBLE	674.991	1.000.000
MONEDERO 4B	—	NO DISPONIBLE	500.000	500.000

* Tarjetas prepago por regla general recargables en los cajeros automáticos.

** Cifra de CIT '99.

FUENTE: Elaboración propia en función de datos ofrecidos por los organismos emisores.

están articulando las medidas adecuadas para intentar controlar y reducir en fraude existente lo que hace previsible una mejoría con respecto a esta cuestión.

EL MERCADO DE TARJETAS EN ESPAÑA

Aunque el uso de las tarjetas parece un fenómeno relativamente reciente en España esto no es realmente así. Ya en 1954 apareció en España la tarjeta Diners Club y trece años después, en 1967, se emitió la primera tarjeta propiamente española, la tarjeta Corte Inglés.

No obstante, el proceso de bancarización que se ha generado en España desde principios de la década de los setenta ha sido un factor fundamental para el desarrollo del mercado español de tarjetas. Desde que en 1971 el Banco Bilbao se asoció al sistema Bank of Ame-

rica para lanzar a nivel nacional la tarjeta BankAmericard (la que hoy en día conocemos como tarjeta VISA) el crecimiento de las tarjetas bancarias en España ha sido espectacular, sobre todo, desde finales de la década de los ochenta.

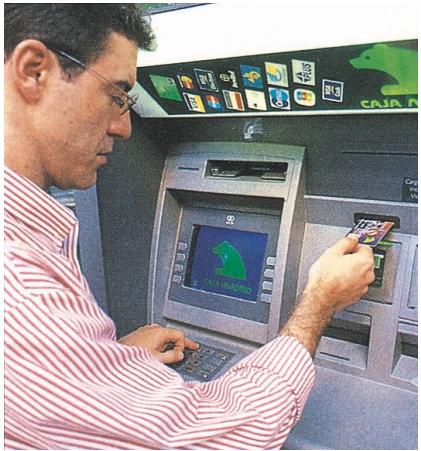
Si bien, en 1988 se calculaba que en España existía un mercado de tarjetas de aproximadamente 22 millones de titulares y en 1990 ya se alcanzaban los 33 millones, a finales de 1999, se calculaba que había más de 58 millones de titulares.

Nuestro país tiene uno de los mercados de tarjetas más importantes de Europa y en ello ha influido mucho el gran interés que han tenido las instituciones financieras en este medio de pago y el gran desarrollo de las tarjetas bancarias que se ha producido en este período; de hecho, si en 1988 había 17.993.000 tarjetas bancarias a finales de siglo el mercado de tar-

jetas bancarias alcanzó la cifra de 47.761.782 lo que representa un crecimiento ligeramente superior al 165%.

Este fuerte crecimiento no es la única razón que ha provocado la consolidación de un gran mercado de tarjetas en España, las tarjetas bilaterales o comerciales también han sufrido importantes cambios en las últimas décadas. Desde la primera tarjeta lanzada en 1967 hasta la actualidad se ha producido una importante diversificación y crecimiento en el volumen de este tipo de tarjetas.

Las empresas emisoras de tarjetas comerciales han tenido cierta tendencia a ser reacias a ofrecer datos sobre el volumen de tarjetas que poseían pero desde 1988, cuando ya circulaban en el mercado cuatro millones de este tipo de tarjetas, se empieza a disponer de cifras relativamente fiables. En la actualidad,



todavía existen importantes deficiencias en los datos manejados ya que, en la práctica, existen muchos pequeños emisores que no suelen ofrecer datos públicos y que, por tanto, no son computados en los datos sobre volumen de tarjetas comerciales a nivel nacional. ¿Quién no ha ido a algunas cadenas comerciales y no le han preguntado si tiene la tarjeta que dicho comercio posee?

Aunque no se conozca con exactitud el volumen de tarjetas comerciales existentes en España, resulta evidente, que las cifras manejadas públicamente (las de grandes emisores) son un indicador fiable de este tipo de tarjetas. A finales de 1999 se calculaba que en España circulaban casi 11 millones de tarjetas comerciales, cifra muy superior a los 4 millones oficialmente existentes en 1988.

En definitiva, se puede afirmar que el mercado de tarjetas español es un mercado que aunque lleva muchos años desarrollándose ha sido en las tres últimas décadas cuando ha experimentando su proceso de consolidación y que, de hecho, desde mediados de los años ochenta es cuando realmente las tasas de crecimiento se han elevado de forma espectacular. Para analizar más adecuadamente las razones de esta fuerte expansión conviene exponer de forma independiente lo que ha ocurrido con los dos principales componentes del mercado de tarjetas español: las tarjetas bancarias y las tarjetas comerciales.

TARJETAS BANCARIAS.

REDES BANCARIAS

Las tarjetas bancarias son, con mucho, las que más importancia tienen en el mercado de tarjetas español; de hecho, su número de titulares siempre ha representado más del 70% del total.

Este tipo de tarjeta está gestionado por tres sistemas: el Sistema 6000 de la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA), Red del Sistema 4B y la red SMPnet de SERMEPA (13).

-La Confederación Española de Cajas de Ahorro posee el Sistema 6000. Su origen está en el Sistema Electrónico de Pagos (SEP) que se desarrolló a mediados de la década de los setenta. En la actualidad su infraestructura está formada por 50 Centros de Proceso de las Cajas de Ahorro, interconectados entre sí a través del Centro de Proceso de Datos de CECA.

A través del Sistema 6000 se coordinan las operaciones realizadas entre más de 17 millones de tarjetas, 18.000 cajeros automáticos y 356.000 terminales punto de venta (14). En definitiva, es una red de redes que compatibiliza la relación directa de las Cajas con sus clientes con una importante infraestructura informática para garantizar la adecuada realización de las operaciones gracias al Sistema Central existente.

-El Sistema 4B S.A. es una sociedad fundada en 1974. Se caracteriza por ser una red centralizada con la que se

conectan todas las entidades asociadas. Hoy en día, es una empresa que presta servicios de outsourcing a 32 entidades financieras durante 24 horas al día, los 365 días del año. A diferencia de las otras redes, el Sistema 4B opera de forma centralizada creando una única red para la gestión de las tarjetas bancarias del sistema).

Esta red gestiona las transacciones efectuadas desde 10.497 cajeros automáticos (Red Telebanco) y más de 222.145 terminales punto de venta (Red Telepago). En 1999, el volumen de negocio de este sistema superó los 4,5 billones de pesetas, lo que representa un crecimiento superior al 17,2% respecto al año anterior (15).

-Por último, en 1987, la Sociedad Española de Medios de Pagos (entidad creada en 1979 a la que pertenecen los emisores de la tarjeta Visa excepto los que ya pertenecían al Sistema 4B) creó la Red SMPnet. De forma paulatina se han ido incorporando a esta red diversas entidades y redes (por ejemplo, en 1988 se incorporó ServiRed).

En la actualidad, esta Red gestiona en tiempo real las transferencias electrónicas de fondos realizadas por las 159 entidades financieras adheridas, las cuales emiten más de 20 millones de tarjetas y realizan más de 430 millones de transacciones al año en 350.000 terminales punto de venta y 20.000 cajeros automáticos (16).

CUADRO N° 3

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS TARJETAS COMERCIALES PARA EL EMISOR

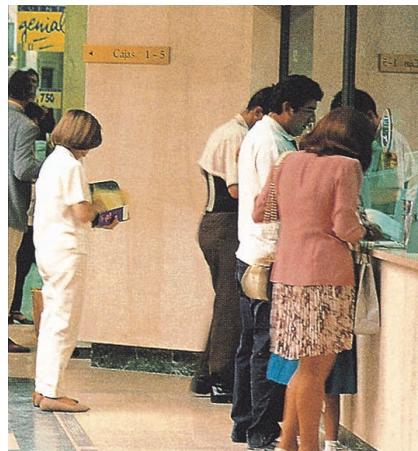
VENTAJAS

- FACILITAN UNA MAYOR LIBERTAD PARA ESTABLECER LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA.
- POSEEN UN GRAN POTENCIAL PARA TOMAR DECISIONES DE MARKETING.
- PUEDEN GENERAR UN CRECIMIENTO EN EL VOLUMEN E IMPORTE DE LAS VENTAS.
- FAVORECEN LA IMAGEN DE LA EMPRESA.
- PUEDEN AUMENTAR LA FIDELIDAD DEL CLIENTE HACIA EL ESTABLECIMIENTO.
- SON UN BUEN MECANISMO PARA MANTENER LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES.
- REDUCEN LA NECESIDAD DE ACEPTACIÓN DE LAS TARJETAS UNIVERSALES.

DESVENTAJAS

- ELEVAN LOS COSTES EMPRESARIALES.
- PUEDEN EXIGIR MANTENER UN MAYOR VOLUMEN DE RECURSOS FINANCIEROS INMOVILIZADOS.
- REQUIEREN UN CONSTANTE ESFUERZO DE COMERCIALIZACIÓN.

FUENTE: Elaboración propia.



(17)) y una de las mayores redes de terminales punto de venta (a finales de 1999 España disponía de más de 750.00 establecimientos que aceptan tarjetas (18) lo que la convierte en el tercer país europeo en número de terminales). Sin embargo, lo que al principio resultaba la mejor solución para fomentar el mercado de tarjetas bancarias a nivel nacional, con el tiempo, se ha convertido en una de las limitaciones para su desarrollo ya que la amplia red de cajeros ha incentivado el uso de las tarjetas para obtener efectivo y con él pagar en los comercios.

Este fenómeno representaba un importante freno para el futuro crecimiento del mercado de tarjetas y en los últimos años ha exigido una nueva estrategia con respecto a estas tarjetas de débito (Aparicio, 2000):

–Ya no son gratuitas, ahora se cobra una cuota anual mínima por tenerlas. Esta cuota varía mucho dependiendo de la entidad que las emita y oscila entre las 500 pesetas, cobradas por Bankinter e Ibercaja en su VISA Electron, y las 1.250 del Santander por su tarjeta 4B.

–Se ha convertido en habitual cobrar una comisión por la utilización de la tarjeta en otras redes de cajeros. La posibilidad de cobrar esta comisión estaba regulada desde hace mucho tiempo pero, habitualmente, las entidades no la aplicaban. En la actualidad, esta comisión se establece según un determinado porcentaje del importe de la retirada de

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE TARJETAS BANCARIAS

Si se analiza el mercado español de tarjetas bancarias en los últimos años resulta evidente que hay cuatro características destacables: claro predominio de las tarjetas de débito, cierto crecimiento de las tarjetas de crédito, incipiente desarrollo de las tarjetas con microprocesador y una importante concentración de marcas.

1. Como se puede observar en el cuadro nº 2, el mercado de tarjetas bancarias español tiene un claro predominio de las tarjetas de débito (58% del total de tarjetas bancarias). Esta característica del mercado se debe tanto a la mentalidad del ciudadano español como a la de las propias entidades emisoras.

Los españoles han tenido de forma tradicional una importante preferencia por el efectivo y son reacios a la utilización del crédito para la realización de sus transacciones. Dado este comportamiento, no es de extrañar que cuando las entidades bancarias emisoras se interesaron en desarrollar el mercado de tarjetas en España buscaran un tipo de tar-

jeta que resultara atractivo para este cliente potencial y, evidentemente, las tarjetas de débito son, dentro de todas las posibilidades existentes, las que mejores resultados podían deparar. Este tipo de tarjetas conllevan un escaso riesgo para el emisor y cumplen las condiciones deseadas por unos clientes claramente acostumbrados al pago al contado y al uso del efectivo

La estrategia inicial dio unos excelentes resultados y las tarjetas fueron colocándose entre los clientes bancarios como parte de un servicio financiero más: no se cobraba nada por ser titular de las mismas, permitían el acceso a cajeros automáticos para obtener efectivo en el límite establecido al solicitarlas y podían ser utilizadas en comercios para realizar pagos que de forma inmediata eran cargados en cuenta.

El éxito en la colocación de este tipo de tarjetas explica su importante volumen dentro del total de tarjetas bancarias, que España tenga la red de cajeros automáticos más amplia de toda Europa (en 1999, había más de 41.000 cajeros

fondos (entre el 2% y el 4%) pero se mantiene siempre una comisión mínima que oscila entre 250 y 350 pesetas.

-Se les ha dotado de una utilización internacional. Antes eran tarjetas de ámbito territorial restringido pero, gracias a los acuerdos que se han realizado a nivel internacional, hoy es posible utilizarlas en otros países. Por este servicio complementario, las entidades emisoras cobran unas comisiones por operar en el extranjero que oscilan entre el 2% y el 4% de la operación.

-Por último, existen importantes campañas para potenciar el uso de las tarjetas de débito en los terminales punto de venta. Se intenta que tarjetas dejen de ser utilizadas como un mecanismo de obtención de efectivo en los cajeros y que sean más utilizadas para pagar directamente las compras que sus titulares están realizando.

2. En el mercado se está observando cierto crecimiento en el volumen de las tarjetas consideradas como de crédito, de hecho, en los últimos cuatro años éstas han aumentado un 46,5%. Uno de los grandes problemas existentes en el mercado de tarjetas bancarias es que la mayor parte de las tarjetas que se consideran de crédito, en realidad, están siendo utilizadas como tarjetas de pago aplazado y, por tanto, las entidades emisoras están perdiendo la oportunidad de obtener los ingresos por cobro de intereses asociados a las tarjetas de crédito cuando éstas están actuando en su faceta de crédito al consumo.

Esta pérdida de ingresos debe ser corregida y las entidades emisoras muestran cierto interés en fomentar la emisión de tarjetas de crédito centrándose más en la característica pura de crédito en vez de la de pago aplazado; sin embargo, este cambio sólo es posible si se produce una transformación en el comportamiento de los posibles titulares. En los últimos años dicho cambio se está produciendo, los ciudadanos españoles están demostrando una mayor tendencia a la demanda de crédito, lo que permite



que las emisoras puedan colocar mejor este tipo de tarjetas incluso en su faceta pura de crédito.

De todas formas conviene destacar que, pese al incremento experimentado en estos años, el nivel de tarjetas de crédito sigue siendo muy bajo en comparación con lo existente en otros países de nuestro entorno y que todavía hay muchas posibilidades de desarrollo en este tipo de tarjetas dado que siguen predominando las de pago aplazado.

3. Otra de las características es el auge que las tarjetas con microprocesador están teniendo en el ámbito de tarjetas bancarias. Este tipo de tarjetas llevan mucho tiempo emitiéndose en España pero desde que las entidades bancarias han comenzado a emitirlas y la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre las está apoyando su desarrollo está siendo muy considerable.

El objetivo fundamental de estas tarjetas es permitir a las emisoras de tarjetas bancarias entrar en el principal componente del volumen total de transacciones que se suele realizar en cualquier economía y en donde, tradicionalmente, el medio de pago utilizado es el efectivo: las transacciones inferiores a las cinco mil pesetas.

Desde hace unos años, determinadas empresas no financieras que se suelen mover en este tramo de pequeños pagos (por ejemplo, Telefónica) están emitiendo tarjetas con microprocesador para

que sus clientes puedan abonar con más comodidad los bienes y servicios que les compran. Ante esta situación, las entidades bancarias fueron conscientes del riesgo que se corría de perder este nicho de mercado y de la necesidad de entrar en él a través de sus propias tarjetas. Teniendo en cuenta este nuevo planteamiento se ha decidido potenciar la emisión de tarjetas bancarias con microprocesador, las cuales están en pleno proceso de desarrollo.

El espectacular aumento de este tipo de tarjetas exige una importante reestructuración tanto en cajeros como en terminales punto de venta para garantizar una adecuada utilización de las mismas; sin embargo, dicha alteración está representando menos de lo previsto dado que ya, de todas formas, era necesario modificar estos terminales para adaptarlos a la nueva moneda. En este sentido, se puede afirmar que el desarrollo de este tipo de tarjetas se está viendo claramente favorecido por la incorporación de España a la tercera fase de la Unión Económica y Monetaria, es decir, por el proceso de implantación del euro como nueva moneda nacional.

4. Como última característica, se puede destacar la importante concentración que existe respecto a las marcas emitidas (19). Visa es la marca predominante en cualquiera de los parámetros considerados: su cuota de mercado teniendo en cuenta el volumen total de tarjetas es, desde 1995, superior al 50%; si se analiza la cuota de mercado según importes de compras, el porcentaje se eleva a cifras superiores al 70%, de hecho, en 1999 representaba el 73,1%; por último, en la cuota de mercado de volumen de ventas casi se alcanza el 60% del total.

Del resto de las marcas emisoras se puede decir que Red 600 es la que ocupa el segundo lugar, a una distancia muy considerable, después está 4B/Mastercard y, finalmente, con un marcado carácter residual, se sitúa Eurocard/Mastercard.



En definitiva, se puede decir que el mercado de tarjetas bancarias es muy amplio pero excesivamente concentrado en cuanto a marcas y tipos de tarjetas y que está experimentando una importante transformación para adaptarse a las nuevas condiciones que se están dando en el entorno (mayor competencia, cambios de comportamiento en los usuarios, necesidad de una mayor internacionalización,...).

TARJETAS COMERCIALES. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE ESTE TIPO DE TARJETAS

Las tarjetas comerciales, también conocidas como tarjetas bilaterales, surgieron incluso antes que las bancarias y, de hecho, son un componente fundamental en muchos mercados de tarjetas a nivel internacional. Este tipo de tarjetas tienen una serie de consecuencias importantes para los diversos agentes económicos que actúan en el mercado de tarjetas:

1. Pueden resultar atractivas para los consumidores ya que obtener una serie de ventajas complementarias en los establecimientos en los que habitualmente compran (aparcamiento gratuito o más barato, descuentos, ofertas especiales,...).

2. Los emisores bancarios tienen que adaptarse a una mayor competencia y modificar sus estrategias teniendo presente la actuación que puedan tener los emisores de este tipo de tarjetas.

En ocasiones, los emisores bancarios prefieren cooperar con las entidades comerciales con el objetivo de poder mantener sus tarjetas (tarjetas affinity) en

vez de entrar en clara competencia con ellos.

3. Las empresas comerciales pueden estar muy interesadas en su desarrollo ya que las pueden utilizar en su gestión empresarial, para fidelizar a los clientes,..., con unos costes que, en ocasiones, incluso son inferiores a los que tendrían que pagar si utilizaran las tarjetas bancarias.

Aunque la emisión de las tarjetas comerciales puede resultar muy atractiva para el comerciante conviene que éste analice con cuidado todas las ventajas y desventajas que depara la propia emisión y se planteé seriamente si le conviene aceptar tarjetas universales o de introducirse en el mercado de tarjetas emitiendo su propia tarjeta.

Los comerciantes pueden tener ciertos incentivos para emitir sus propias tarjetas (cuadro nº 3): intentar mantener una mayor relación con sus clientes, lograr que éstos consideren al establecimiento con un carácter diferenciador (con una tarjeta universal sólo sería un establecimiento más entre todos los asociada a esa tarjeta), incrementar su volumen de ventas, mejorar su gestión interna, ahorrarse las comisiones cobradas por los emisores de las tarjetas universales,... Sin embargo, antes de convertirse en un emisor de tarjetas comerciales el establecimiento debe de plantearse una serie de cuestiones fundamentales:

1. Se debe realizar un adecuado análisis comparativo de los costes. La emisión de una tarjeta propia también lleva una serie de gastos, tanto iniciales como de mantenimiento, que pueden no cubrirse con el posible aumento de clientes o de ventas, por tanto, resulta necesario comparar estos costes con las comisiones que hay que pagar en caso de aceptar tarjetas universales.

2. Hay que poseer una dimensión mínima de negocio. Para que una emisión propia sea rentable es necesario lanzar al mercado un mínimo de tarjetas y lograr un considerable nivel de uso de las mismas. En el caso de que el negocio



sea muy pequeño y no se vayan a poder colocar adecuadamente las tarjetas o se considere que la utilización de las mismas vaya a ser escasa, resulta poco recomendable que se emita una tarjeta propia ya que esto puede resultar más costoso que la aceptación de una tarjeta universal.

3. Se debe considerar la estructura de las ventas y el margen de beneficios que posee la empresa. Cuanto mayor sea el beneficio y más repetitivas las compras de los clientes más posibilidades existen de que se pueda amortizar adecuadamente la inversión realizada; sin embargo, en el caso de ventas esporádicas o márgenes de beneficio ajustados no sería recomendable la emisión.

4. Hay que decidir cómo se va a realizar la gestión de dicha tarjeta. La empresa debe elegir entre realizar una gestión propia (ya sea creando su propia empresa financiera o bien creando dentro de la empresa un departamento especializado dedicado a la gestión de todas las operaciones asociadas a la tarjeta) o una gestión ajena (donde deberá tener en cuenta el coste que le cobren por la gestión y cuál va a ser el acceso de terceras entidades a los datos que se obtienen a través de la tarjeta).

Ambos métodos tienen sus ventajas y desventajas: en gestión propia, no sólo se corre con todos los gastos asociados a dicha gestión sino que, además, se deben asumir los riesgos de impagos y los costes de aplazamientos; en la gestión ajena, la empresa puede perder parte de la información que le aporta la tarjeta pero se evita correr el riesgo de



impagos y dedicarse exclusivamente a su actividad comercial habitual.

5. La empresa se debe plantear si le interesa sacar una tarjeta específica o incorporarse a un sistema compartido con otros establecimientos que también tengan proyectado emitir tarjetas comerciales (20). El segundo sistema le resulta considerablemente más barato pero, en contrapartida puede serle más difícil fidelizar la clientela ya tendrá que compartir los datos con los demás.

Como se puede ver existen muchas cuestiones a considerar antes de emitir una tarjeta comercial propia y sólo un análisis detallado de las mismas determinará si la emisión es conveniente o no.

MERCADO DE LAS TARJETAS COMERCIALES

Aunque en España se observa cierta tendencia a que comercios de tipo medio entren en el mercado de tarjetas, de momento, existen una serie de grandes emisores que son los que predominan en dicho mercado: El Corte Inglés, Springfield, Cortefiel, Alcampo, Pryca, Continente, Caprabo, Eroski y Affinity Card.

En la mayoría de los casos, dada la tendencia a incrementar su expansión, la colocación de las tarjetas comerciales actualmente emitidas se realiza sin la necesidad de cumplir grandes requisitos lo que hace que muchos consumidores las posean sin tener en cuenta dos cuestiones importantes:

1. Cuando pueden ser utilizadas en su modalidad de pago aplazado resultan muy útiles para el titular ya que le facilita mucho las compras en el establecimiento correspondiente pero, cuando estas tarjetas son usadas en su modalidad de crédito, el tipo de interés aplicado está muy por encima del aplicado en un crédito al consumo solicitado en cualquier entidad financiera (entre el 13% y el 26% de tipo anual efectivo).

Además, en caso de impago, la comisión aplicada por devolución también es muy elevada.

2. Muchas de estas tarjetas incumplen claramente algunas condiciones mínimas respecto a los derechos generales que tienen los titulares de tarjetas: no establecen con claridad la limitación de responsabilidad en caso de pérdida o robo, presuponen el pago a crédito a no ser que se diga específicamente lo contrario y, en ocasiones, el comerciante puede rescindir la tarjeta de forma unilateral y sin aviso.

En definitiva, desde el punto de vista del consumidor las tarjetas comerciales son muy cómodas al facilitar las transacciones en los comercios a los que habitualmente se suele acudir y poder acceder a ciertos servicios complementarios, pero hay que tener especial cuidado con muchas de ellas debido a los riesgos que conllevan y al alto coste que puede representar su inadecuada utilización.

NUEVAS ESTRATEGIAS EN EL MERCADO DE TARJETAS ESPAÑOL

El gran volumen de tarjetas existente en el mercado español, la mayor competencia en el mercado y las posibilidades de nuevas oportunidades de negocio son factores que están planteando importantes modificaciones tanto en las tarjetas bancarias como en las comerciales. Las estrategias actualmente aplicadas están dirigidas tanto a diversificar el tipo de tarjeta como a ampliar la posible utilización de las mismas.

-Aumento de la emisión de las tarjetas de crédito.

El predominio de las tarjetas de débito y de pago aplazado dentro del mercado de tarjetas bancarias español hace que



se estén perdiendo importantes ingresos por el cobro de intereses asociados a las tarjetas de crédito puro (21) (tarjetas revolving). Las empresas emisoras desean aprovechar la actual tendencia que está demostrando el ciudadano español hacia el consumo a crédito para relanzar con fuerza este tipo de tarjetas; sin embargo, mientras que se sigan cobrando tipos de interés tan altos por la utilización del crédito a través de tarjeta va a ser difícil que se consolide un verdadero crecimiento de las mismas.

-Establecimiento de incentivos para una mayor utilización de las tarjetas

España tiene un importante volumen de tarjetas pero el nivel de utilización de las mismas todavía es relativamente bajo; de hecho, las operaciones con tarjetas suponen sólo un 8,5% del total del consumo privado nacional. Las entidades emisoras, en concreto las bancarias, deben incentivar una mayor utilización de sus tarjetas en los comercios.

Para lograr esto es necesario actuar sobre dos aspectos: en primer lugar, debe aumentar la interoperatividad entre las redes existentes, de hecho, aunque hace tiempo que han llegado a acuerdo para intentar esta interoperatividad todavía existen importantes deficiencias que hay que solucionar; en segundo lugar, deben de disminuir las comisiones que se les cobra a los comerciantes (actualmente entre el 1% y el 5,6% con un nivel medio habitual del 3%), en este sentido, aunque en julio de 1999 se llegó a un acuerdo entre los emisores y los comerciantes para reducir estas



comisiones (Dirección General Comercio Interior, 1999), de momento, dicha rebaja no se ha materializado del todo (22) y todavía existen algunas tensiones respecto a esta cuestión.

-Desarrollo de las tarjetas con microprocesador

Estas tarjetas, creadas en Francia en 1974, tienen una gran tradición en países como Alemania, Dinamarca, Gran Bretaña, Luxemburgo, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Japón pero en los últimos años todos los países están experimentando un importante aumento de las mismas, hasta tal punto que se prevé que para el 2005 la cifra de este tipo de tarjetas a nivel mundial alcance los 800 millones (23); es más, para esa fecha, las tarjetas de banda magnética estarán prácticamente sustituidas por tarjetas con microprocesador. El mercado español de tarjetas no puede quedarse atrás en esta nueva estrategia internacional y ya ha empezado a sustituir algunas de las tradicionales tarjetas de banda magnética por tarjetas con chip.

Esta estrategia está siendo bien acogida por todos los agentes relacionados con el mercado de tarjetas ya que este tipo de tarjeta beneficia a todos: los emisores pueden introducir este medio de pago en los pequeños pagos (las transac-

ciones inferiores a 5.000 pesetas) ampliando sus posibilidades de mercado y pueden lograr una única tarjeta multifuncional (que pueda operar como de débito, pago aplazado o crédito) de fácil aceptación entre los titulares; a los comerciantes les permite reducir los riesgos de impago y robos y los costes asociados al tratamiento de efectivo; por último, a los titulares les resulta muy cómodo disponer de un único medio de pago que pueden utilizar en las transacciones de pequeño importe y que les facilita el acceso a diversas aplicaciones complementarias.

Aunque el desarrollo de estas tarjetas parece un hecho inevitable no se debe perder de vista que existen una serie de inconvenientes que todavía hay que solucionar: son mucho más caras que las típicas tarjetas de banda magnética; exigen una adaptación de todos los terminales en los que se usan tarjetas (cajeros y terminales en comercios) lo que lleva un coste complementario que habrá que distribuir entre todos los agentes que se benefician de su desarrollo; en el caso de que se utilicen en forma prepago (los monederos electrónicos) hay que establecer con claridad qué ocurre con los plazos de utilización y el mecanismo de identificación del titular; por último, hay que considerar el interés que

las autoridades están mostrando por este tipo de tarjetas (especialmente las prepago) y considerar las posibles medidas que puedan aplicar al respecto.

Con independencia de estas consideraciones lo que está claro es que las entidades financieras españolas están dispuestas a desarrollar este tipo de tarjetas con el mínimo coste posible. Para lograr esto el mejor camino es la colaboración entre las emisoras y una buena muestra de esta tendencia fue el acuerdo al que llegaron, en junio de 1999, los tres grandes sistemas internacionales de pago (Europay, MasterCard y Visa) para lograr un estándar común que especifica el funcionamiento de los productos de crédito y débito sobre tarjetas con microprocesador y que mejora la interoperatividad entre redes (Lafraya, 1999).

-Mayor aprovechamiento de nuevas oportunidades abiertas por las tecnologías de la información

La expansión de las tecnologías de la información en el contexto empresarial está potenciando un fuerte desarrollo del comercio electrónico en todas sus vertientes (sobretodo el comercio entre empresas, el B2B, y el comercio con consumidores, B2C); de hecho, si en 1997 en España se realizaron operaciones por un valor de 800 millones de pesetas, en 1998 ya se habían alcanzado los 3.500 millones, se prevé que para el 2000 se alcancen los 21.000 millones de pesetas y que para el 2005 en España se muevan aproximadamente 255.000 millones de pesetas a través de comercio electrónico (24).

Si se tiene en cuenta que casi el 61% de las transacciones realizadas por consumidores en comercio electrónico se paga mediante tarjeta, es lógico que las entidades emisoras de dicho medio de pago tengan interés en potenciar este tipo de comercio ya que puede resultar un buen mecanismo para seguir expandiendo el mercado de tarjetas, e incluso, para aumentar la utilización de las tarjetas ya emitidas.

Las emisoras de tarjetas son conscientes de la importancia del comercio electrónico y no desean perder la oportunidad que se les ofrece, lo que justifica la actuación tan activa que están teniendo en el desarrollo de la nueva economía tanto desde el punto de vista de la seguridad en las transacciones realizadas con las tarjetas tradicionales (un ejemplo de ello es el establecimiento de sus propios sistemas de seguridad, sistema SET) como en el desarrollo de tarjetas específicas para la economía digital (25).

¿QUÉ OPINAN LAS AUTORIDADES MONETARIAS DEL FUERTE DESARROLLO DEL MERCADO DE TARJETAS Y DE SU FUTURO?

Hasta ahora se ha visto que el mercado de tarjetas no sólo ha tenido una buena evolución en las últimas décadas sino que, además, es muy previsible que su futuro sea de clara expansión. Si bien las autoridades monetarias no solían interferir en el desarrollo de este medio de pago, a partir de 1994 la situación ha cambiado y, desde esa fecha, estas autoridades europeas están demostrando gran interés por determinados tipos de emisores (las instituciones financieras) y ciertos tipos de tarjetas (las de crédito y prepago) lo que puede distorsionar, en parte, las tendencias que en un futuro se tengan en este mercado.

Desde 1994 las autoridades monetarias europeas son conscientes de la importancia que estos medios de pago tienen y de sus repercusiones a nivel macroeconómico. Ya en esa fecha el antiguo Instituto Monetario Europeo (IME) realizó un informe sobre las tarjetas prepago en el que recomendaba que sólo las instituciones de crédito fueran las autorizadas a emitir este tipo de tarjetas (siguiendo esta recomendación, en España, según el Real Decreto 1245/1995 y las Circulares del Banco de España 2/1996 y 5/1997 sólo están autorizadas a la emisión de tarjetas monedero las entidades de depósito) (Banco Bilbao Vizcaya, 2000).



Además, teniendo en cuenta el Informe que en 1997 efectuó el IME, el Banco Central Europeo ha expuesto claramente su preocupación por preservar la estabilidad de precios, por mantener la función de dinero de la unidad de cuenta y por intentar regular adecuadamente a los emisores de dinero electrónico (donde se incluyen los emisores bancarios de tarjetas) (Banco Central Europeo, 1998).

Este interés por parte de las autoridades queda justificado si se tiene en cuenta que el dinero electrónico, donde están las tarjetas, puede afectar a la estrategia de la política monetaria (26) dado que puede ser un sustituto del dinero de curso legal en determinadas transacciones y, por tanto, puede alterar la velocidad de circulación del dinero y la demanda del mismo. Además, como algunos de los emisores de dinero electrónico, los emisores comerciales, no coinciden con las instituciones típicamente consideradas como sector creador de dinero pueden presentarse importantes distorsiones en el control monetario. Todo esto exige replantearse la definición utilizada de agregado monetario utilizada y reformular la política monetaria tradicionalmente utilizada.

En función de lo comentado parece claro que las autoridades monetarias tie-

n suficientes motivos para vigilar e intentar controlar, aunque sea en parte, el desarrollo del dinero electrónico especialmente en aquellos de sus componentes que más pueden interferir en la política monetaria. El Banco Central Europeo ha dejado muy claro que puede ser necesario que se establezcan una serie de reglas y condiciones mínimas para la emisión de dinero electrónico (Banco Central Europeo, 1998). Los requisitos mínimos que defiende esta autoridad son:

1. Los emisores de dinero electrónico deben tener cierta supervisión prudencial para poder favorecer una integración financiera de los mismos.

2. Se debe establecer una clara regulación legal con respecto a todos los agentes económicos relacionados con estos medios de pago (derechos y obligaciones de clientes, comerciantes, emisores y operadores).

3. Se debe fijar un determinado nivel de seguridad técnica que evite el fraude con estos medios de pago. La Comisión Europea es consciente de la importancia que está cobrando el fraude con estos medios de pago electrónicos y considera fundamental que los estados miembros de la UE establezcan una coordinación en la lucha contra estos usos fraudulentos. En esta línea, el Banco Central Europeo afirma que, como mínimo, conviene

establecer un adecuado registro de las operaciones realizadas con estos medios de pago.

4. Hay que informar a los Bancos Centrales de cada país sobre los principales aspectos relacionados con el dinero electrónico. Para poder dirigir una política monetaria es necesario conocer el dinero disponible en una economía y en la medida en que el dinero electrónico pueda ser sustituto del dinero fiduciario, deberá ser incluido en el agregado monetario y sus emisores tendrán que dar información al Banco Central.

5. Los emisores de dinero electrónico deben ser obligados a mantener dinero del Banco Central frente al dinero electrónico.

6. Se debe imponer un requerimiento de reserva a los emisores de dinero electrónico, en aplicación del art. 1 de la Primera Directiva de Coordinación Bancaria y del Art. 19.1 del Estatuto del ESCB que permite establecer reservas a las entidades de crédito

Estos requerimientos no son excesivamente rígidos y, en principio, están destinados a evitar posibles distorsiones

a nivel macroeconómico provocadas por el fuerte crecimiento de los medios de pago electrónicos, especialmente por la generalización del uso de las tarjetas. No obstante, reflejan un mayor intervencionismo en este mercado y, por tanto, deben de ser consideradas para cualquier evolución futura en el mismo.

Además, el Banco Central Europeo también ha demostrado gran interés con respecto a una posible elevación del riesgo asumido por las entidades emisoras debido al claro interés que existe en potenciar las tarjetas de crédito. Para

NOTAS

(1) Hay que tener presente que según la Ley 3/1994, de 14 de abril, por la que se adapta la legislación española en materia de entidades de crédito a la Segunda Directiva de coordinación bancaria y se introducen otras modificaciones relativas al sistema financiero, las entidades de emisión y gestión de tarjetas de crédito son consideradas, a todos los efectos, Establecimientos Financieros de Crédito (EFC) lo que influye en su actuación y en las normativas que les afectan.

(2) Una de las cuestiones que más se sigue criticando dentro del aspecto legislativo es la falta de una única norma que deje claramente reflejados con claridad todos los derechos y obligaciones de los distintos agentes que intervienen en el mercado de tarjetas (AUSBANC, 1999)

(3) Recomendación de la Comisión (87/598/CEE), de 8 de diciembre de 1987, sobre un Código europeo de buena conducta en materia de pago electrónico (DOCE, 1987) y Recomendación de la Comisión (97/489/CE), de 30 de julio de 1997, relativa a las transacciones efectuadas mediante instrumentos electrónicos de pago, en particular, las relaciones entre emisores y titulares de tales instrumentos (DOCE, 1997).

(4) Recomendación de la Comisión (88/590/CEE), 17 de noviembre de 1988, relativa a los sistemas de pago y en particular a las relaciones entre titulares y emisores de tarjetas.

(5) Límite confirmado en la Recomendación de la Comisión de 30 de julio de 1997. Op.cit.

(6) Decisión del Consejo, de 31 de marzo de 1992, relativa a la seguridad de los sistemas de información y Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre de 1992, de Regulación del tratamiento automatizado de los datos de carácter personal (BOE, 1992).

(7) En concreto, se vulnera lo establecido en el Código Civil en materia de obligaciones y con-

tratos y lo estipulado en la Ley 26/84, de 19 de julio, general para la defensa de los consumidores y usuarios. Algunos emisores han justificado este incumplimiento haciendo uso del artículo 1255 del Código Civil referente a la libertad de fijación de cláusulas.

(8) En diciembre de 1999 el Juzgado de Primera Instancia número 20 de lo Civil de Madrid falló en contra de una entidad financiera española precisamente por no haber cumplido con el correcto funcionamiento del sistema y con su responsabilidad en caso de fallos en el mismo.

(9) "Tiendas contra tarjetas", El País, 30 de enero de 2000, p. 24.

(10) Real Decreto 2364/1994, de 9 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Seguridad Privada, en el cual se establecen las medidas de seguridad aplicables para el caso en que el cajero se instale en el vestíbulo del establecimiento, en la fachada, dentro del perímetro interior de un inmueble o en espacios abiertos.

(11) En marzo del 2000 se desmanteló en Baleares una banda de 14 personas de distintas nacionales que, a través de un sofisticado material informático eran capaces de manipular tarjetas copiando la banda magnética (El País, 26 de marzo del 2000).

(12) Compañía que se implantó en España en 1995 y que está especializada en aseguramiento de tarjetas.

(13) Visa España

(14) Datos de la Confederación Española de Cajas de Ahorro.

(15) Datos Sistema 4B.

(16) Datos de SERMEPA.

(17) Dato de Visa España.

(18) Datos Visa España.

(19) Datos Visa

(20) En este caso, la tarjeta común que se emitía para el conjunto de establecimientos del sistema además de llevar la marca de la empresa, como una tarjeta propia, también tiene el logotipo de la entidad gestora del sistema para permitir el uso de la misma en todos los establecimientos que formen parte de la red. Las tarjetas emitidas con estas características son muy parecidas a las tarjetas de afinidad que las empresas comerciales pueden establecer con entidades gestoras de tarjetas bancarias pero, a diferencia de las de afinidad, no son tarjetas bancarias sino claramente tarjetas comerciales.

(21) Las tarjetas revolving tenían, en 1998, sólo una cuota de mercado del 3% sobre el total (CIT'99)

(22) En enero del año 2000 todavía el 23,9% de los comercios mantenían una tasa de descuento efectiva superior al 3,5%.

(23) Desde abril de 1999 se habían establecido por parte de las grandes emisoras internacionales unas Especificaciones Comunes del Monedero Electrónico (CEPS) pero, considerando esto insuficiente, en octubre de 1999, se creó una organización internacional, GlobalPlatform, Inc., con el objetivo de impulsar una infraestructura estandarizada a nivel mundial que permita el desarrollo de tarjetas chip. multiaPLICACIÓN.

(24) Datos ofrecidos por Andersen Consulting y la Asociación Española de Comercio Electrónico.

(25) Por ejemplo, en marzo de 2000 el Banco Popular y Lycos han alcanzado un acuerdo para emitir un nuevo tipo de tarjeta de crédito para un uso exclusivo en la red.

(26) Si el dinero electrónico está emitido como consecuencia de un crédito, caso de las tarjetas de crédito, se está incentivando una cantidad adicional de oferta que puede generar incluso alteraciones en los tipos de interés e interferir en la estabilidad de precios.



evitar esto, las autoridades están recomendando el establecimiento de cierta supervisión y coordinación entre los diversos agentes relacionados con el dinero electrónico.

En definitiva, resulta evidente que las autoridades monetarias van a aumentar su control en el mercado de tarjetas, especialmente en las bancarias, y en consecuencia los emisores deben asumir esta nueva circunstancias.

CONCLUSIONES

Aunque el mercado de tarjetas español es muy amplio, todavía no está dando sínto-

mas de saturación y tiene grandes posibilidades futuras. La mayor internacionalización de la economía española, la implantación de una nueva moneda como es el euro, las mayores medidas de seguridad para combatir el fraude y el nuevo tipo de operaciones realizadas gracias a las tecnologías de la información (especialmente el comercio electrónico) convierten a las tarjetas en el medio de pago más cómodo y eficaz en el futuro, de hecho, el volumen e importe de las transacciones realizadas con tarjetas seguirán aumentando a buen ritmo.

La economía del siglo XXI, dada la evolución que se está desarrollando, necesitará medios de pagos rápidos, cómodos, seguros y capaces de ser utilizados en el marco de las tecnologías de la información. Las tarjetas cumplen estas condiciones y España tiene un mercado de tarjetas capaz de adaptarse a esta nueva economía ya que se dispone de una adecuada infraestructura y una larga tradición en este medio de pago, lo único que hay que hacer es corregir algunas de las deficiencias que todavía



existen (lograr una mayor diversificación, garantizar mejor todos los derechos de los agentes implicados,...) y seguir en la línea innovadora que caracteriza a los emisores españoles en los últimos años. De hecho, si no se cambia de tendencia, el mercado español de tarjetas se convertirá en un elemento fundamental para la consolidación de la Nueva Economía en España. □

Mª YOLANDA FERNÁNDEZ JURADO

Profesora Adjunta de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Pontificia Comillas de Madrid

BIBLIOGRAFÍA

- APARICIO, L. (2000). "Las tarjetas, el nuevo filón bancario", *EL PAÍS*, 30/1/2000, p. 23.
- ASOCIACIÓN DE USUARIOS BANCARIOS (1999). Las tarjetas en Europa. Madrid: AUSBANC.
- BANCO BILBAO VIZCAYA (2000). La Banca en internet en la Unión Europea. Madrid: BBV.
- BANCO CENTRAL EUROPEO (1998). Report on electronic money. Frankfurt: Banco Central Europeo.
- CASTELLS, M y OTROS (1986). Nuevas Tecnologías, Economía y Sociedad en España. Madrid: Alianza Editorial.
- DAVARA RODRÍGUEZ, M.A.(1998). La Protección de datos en Europa: principios, derechos y procedimiento. Madrid: Grupo ASNEF EQUIFAX.
- DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (1999). Acuerdo sobre tarjetas de pago. Madrid: Secretaría de Estado de Comercio.
- DURÁN, Y. (1999). "Garantizar la seguridad en las transacciones, objetivo prioritario", *Expansión*, 13 de julio de 1999, Especial Medios de Pago, p. VII.

FERNÁNDEZ JURADO, Y. (1995). "Dinero de plástico. Tarjetas de crédito y servicios comerciales", *Distribución y Consumo*, 23, pp. 26-40.

FERNÁNDEZ JURADO, Y.(1999). "Efectos económicos generales de la Unión Económica y Monetaria en los medios de pago electrónicos", *Revista ICADE*, 43, pp. 47-63.

GARCÍA SOLÉ, F. (1998). "Aspectos sobre la incidencia de la tecnología en el mercado de tarjetas", *Revista ICADE*, n. 43, pp. 77-98

INSTITUTO MONETARIO EUROPEO (1994). Prepaid Cards. Frankfurt: Instituto Monetario Europeo.

INSTITUTO SUPERIOR DE TÉCNICAS Y PRÁCTICAS BANCARIAS (1999). Sistemas de Pagos y Contratos Bancarios. Madrid: Ed. Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias.

LAFRAYA, C. (1999). "El estándar de la tarjeta inteligente, casi a punto", *EXPANSION*, 13 de julio de 1999, Especial Medios de Pago, p. I.

MARTÍN-PEÑA, R. (1998). "Medios de pago en el contexto de la unión europea. Aspectos legislativos", *Revista ICADE*, 43, pp. 31-46.

OTRAS FUENTES:

"Tiendas contra tarjetas", *El País*, 30 de enero de 2000, p. 24.

"La sustracción y pérdida de tarjetas cayó el 5%", *La Gaceta de los Negocios*, 4 de abril del 2000, p. 26.

"Desmantelada una red de estafadores que manipulaba tarjetas de crédito", *EL PAÍS*, 26 de marzo del 2000, p. 29.

Congreso Internacional de Tarjetas (CIT'99) celebrado entre el 23 y 25 de marzo de 1999 en Madrid organizado por el IIR.

WEB DE INTERES

- <http://www.bull.es>
<http://www.ceca.es>
<http://www.4b.es>
<http://www.ines.es>
<http://www.meh.es>
<http://www.visa.es>