

# Tarjetas de pago

### 8.1. Evolución del mercado de tarjetas en España

Las tarjetas bancarias constituyen uno de los instrumentos de pago que han adquirido mayor relevancia en los últimos años. Para analizar su evolución, el Banco de España tiene firmado un convenio de colaboración con las organizaciones gestoras de dichos instrumentos de pago, que supone que por parte de éstas se facilita trimestralmente una serie de datos estadísticos, a partir de los cuales el Banco de España elabora un informe anual y avances trimestrales.

A partir del segundo trimestre de 2006, el Banco de España ha procedido a la revisión de las plantillas relativas a las tasas de intercambio con objeto de adecuarlas

al nuevo escenario que supone la firma del Acuerdo Marco de reducción de tasas multilaterales de intercambio, firmado el 2 de diciembre de 2005, haciendo una recogida de datos por tramos de facturación, diferenciando entre crédito y débito.

A continuación se hace un resumen con los datos que se consideran más significativos, en especial los que se refieren al comercio minorista:

- España es, desde el año 2000, el país europeo con la mayor red de cajeros y terminales de punto de venta (60.588 cajeros y 1.462.459 TPV en 2007).
- El número de transacciones y el valor de las mismas aumenta a ritmos significativos. Sin embargo, España sigue estando entre los países con un uso reducido de las tarjetas como medio de pago.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

CUADRO 8.1 MERCADO DE TARJETAS EN ESPAÑA			
Año 2007	T. Débito	T.Débito Dif + Crédito	Total
<b>Nº Tarjetas</b>			
Millones de unidades .....	31,47	43,49	74,96
Var. 2007/06 (porcentaje).....	-0,36	13,00	6,98
<b>Transacciones</b>			
Millones de operaciones .....	863	1.037	1.900
Var. 2007/06 (porcentaje).....	6,94	26,46	16,78
<b>Importe transacciones</b>			
Millones de euros.....	39.700	56.300	96.000
Var. 2007/06 (porcentaje).....	6,86	18,85	11,96
<b>Importe/Transacción</b>			
Euros.....	46,00	54,29	50,53
Var. 2007/06 (porcentaje).....	0,07	-6,02	-2,73
<b>Nº Terminales</b>			
Número .....	1.462.459	1.462.459	1.462.459
Var. 2007/06 (porcentaje).....	5,53	5,53	5,53

Fuente: A partir de datos del Banco de España.

CUADRO 8.2  
**TASAS INTERCAMBIO MÁXIMAS**  
 (Acuerdo Marco de 02-12-2005)

Tramos	2006		2007		2008		2009 -2010	
	Crédito (porcentaje)	Débito (€)						
0 a 100 mill.....	1,4	0,53	1,3	0,47	1,1	0,4	0,79	0,35
100 a 500 mill.....	1,05	0,36	0,84	0,29	0,63	0,25	0,53	0,21
Más de 500 mill.....	0,66	0,27	0,66	0,25	0,54	0,21	0,45	0,18

Fuente: Acuerdo Marco.

 CUADRO 8.3  
**EVOLUCIÓN TASAS MEDIAS INTERCAMBIO 2007**

Tramos	2006		1T 2007		2T 2007		3T 2007		4T 2007	
	Crédito (porcentaje)	Débito (€)								
0 a 100 mill.....	1,30	0,40	1,24	0,37	1,23	0,36	1,23	0,36	1,22	0,37
100 a 500 mill.....	0,89	0,24	0,77	0,22	0,75	0,21	0,75	0,21	0,76	0,22
Más de 500 mill. ....	0,65	0,25	0,65	0,24	0,65	0,24	0,65	0,24	0,64	0,24
Media Global .....	1,01	0,32	0,97	0,30	0,97	0,29	0,96	0,29	0,95	0,29

Fuente: Banco de España.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

● El número total de tarjetas bancarias de pago en circulación ha mantenido una tendencia media interanual alcista en torno al 7–8 por 100, con casi 75 millones de unidades en 2007. No obstante, el número de tarjetas de crédito tiene una progresión más acentuada que el de tarjetas de débito, y desde 2005 las superan en número. Desde 2004 el número de tarjetas de débito es decreciente, mientras que las de crédito crecen en torno a un 15 por 100 anual.

● Al contrario de lo que ocurre en otros países de la Eurozona, en España las tarjetas de crédito se usan preferentemente en operaciones de pago por la adquisición de bienes y servicios, mientras que las de débito se concentran, principalmente, en la extracción de efectivo en los cajeros.

● En 2006 y 2007 se produce un aumento notable de las operaciones con tarjeta de crédito (21,5 y 26,5 por 100 respectivamente), no obstante con una reducción del importe medio de las mismas (6 por 100 inferior en 2007 sobre 2006), lo que indica que las adquisiciones

con tarjeta están afectando a pagos de pequeño importe que antes se hacían en efectivo. Prueba de lo anterior es que las retiradas de efectivo de los cajeros en el 4º trimestre de 2007 son un 2,75 por 100 inferiores al trimestre anterior, lo que indica que operaciones de pequeño importe que antes se hacían en efectivo, ahora se hacen mediante pago con tarjeta.

● En lo que se refiere a las tasas de intercambio (comisiones interbancarias), tras una importante caída en 2006, en el año 2007 vuelven a mostrar un ligero descenso de acuerdo con lo previsto en el Acuerdo Marco entre asociaciones comerciales y sistemas gestores de tarjetas. Este Acuerdo supone unos límites máximos a las tasas de intercambio, según tramos de facturación, tanto para crédito como débito y respetando los datos que aparecen en el Cuadro 8.2.

● La evolución en los dos últimos años se muestra en el Cuadro 8.3.

● Transformando las tasas de débito en porcentaje, se puede integrar en una sola cifra crédito y débito, lo que permite hacer una comparación con años anterior-

CUADRO 8.4  
 EVOLUCIÓN SECTORIAL TASAS INTERCAMBIO INTRASISTEMA  
 (Porcentaje)

T.I. Intrasistemas	2005	2006	1T 2007	2T 2007	3T 2007	4T 2007
G.Super alimentación .....	0,67	0,57	0,57	0,56	0,56	0,55
G.Super resto .....	0,98	0,66	0,61	0,62	0,61	0,60
Supermercados .....	1,16	1,14	1,14	1,13	1,13	1,10
Droguerías .....	2,15	1,32	1,22	1,20	1,21	1,18
Comercio minorista .....	1,88	1,07	1,00	1,00	0,99	0,96
Gasolineras .....	0,67	0,67	0,67	0,66	0,66	0,65
Agencias de viajes .....	1,50	0,80	0,82	0,77	0,74	0,84
Hoteles .....	2,06	1,08	1,04	1,01	0,96	1,02
Máxima .....	2,25	1,47	1,43	1,41	1,41	1,44
Mínima .....	0,48	0,33	0,30	0,32	0,33	0,32
Media .....	1,32	0,86	0,82	0,82	0,80	0,80

Fuente: Banco de España.

 CUADRO 8.5  
 EVOLUCIÓN TASAS DE DESCUENTO  
 (Porcentaje)

T. Descuento	2005	2006	1T 2007	2T 2007	3T 2007	4T 2007
G.Super alimentación .....	0,67	0,56	0,55	0,54	0,55	0,54
G.Super resto .....	1,28	0,77	0,73	0,73	0,72	0,69
Supermercados .....	1,21	1,14	1,10	1,09	1,06	1,09
Droguerías .....	2,10	1,45	1,35	1,29	1,22	1,18
Comercio minorista .....	2,10	1,47	1,35	1,31	1,25	1,20
Gasolineras .....	0,72	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Agencias de viajes .....	1,61	0,93	0,88	0,76	0,72	0,81
Hoteles .....	1,76	1,41	1,31	1,26	1,23	1,18
Máxima .....	2,91	2,33	2,16	2,12	2,05	1,98
Mínima .....	0,67	0,56	0,55	0,54	0,55	0,43
Media .....	1,52	1,13	1,07	1,04	0,99	0,97

Fuente: Banco de España.

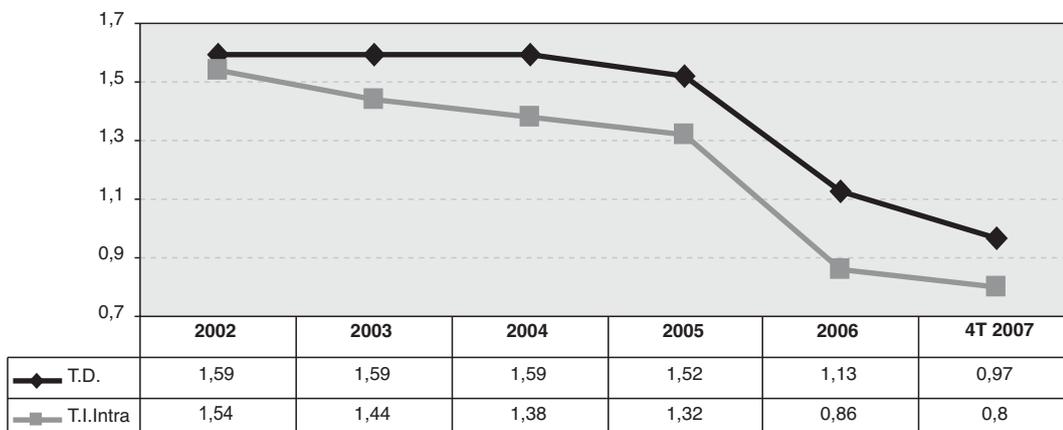


DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

res y un análisis sectorial. Puede observarse en el Cuadro 8.4 que se ha producido una reducción de 40 puntos básicos de las tasas de intercambio con respecto a 2005, en términos medios en las tasas intrasistema. Ha afectado fundamentalmente a los sectores que contaban con tasas más altas. De los estudiados, los hoteles y el pequeño comercio cuentan con reducciones próximas al 50 por 100. También en agencias de viajes y droguería esta reducción es del orden del 45 por 100. En cambio para gasolineras prácticamente no hay reducciones. Las tasas más bajas se dan para autopistas, con tasas medias del 0,32 por 100, con una disminución del 33 por 100 con respecto a las de 2005.

- Esta reducción se ha trasladado a las tasas de descuento (comisión pagada por el comerciante a su entidad bancaria), como puede observarse en el Cuadro 8.5, con una reducción media del 25 por 100 comparando la tasa media en 2007 con la tasa media en 2005, como es lógico, afectando en mayor medida a aquellos sectores con mayores reducciones en tasas de intercambio. A partir del 2º trimestre de 2007, las tasas medias de descuento se sitúan por debajo del 1 por 100.

- En el Gráfico 8.1 puede observarse la evolución de tasas de intercambio y de descuento desde el año 2002, así como el efecto producido por el Acuerdo Marco de diciembre 2005 sobre las tasas de 2006. Las tasas de intercambio se han venido

GRÁFICO 8.1  
 EVOLUCIÓN TASAS MEDIAS  
 (Porcentaje)


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco de España.

reduciendo muy lentamente desde 2002 a 2005 y bajan bruscamente en 2006. Las tasas de descuento permanecen constantes en el periodo 2002-2004, se reducen ligeramente en 2005 debido al último trimestre del año (anticipo del Acuerdo) y pasan a caer bruscamente en 2006.

Tomando como referencia las tasas de descuento del año 2005, el Acuerdo Marco ha supuesto un ahorro para el sector comercial en pago de comisiones de 271 millones de euros en 2006 y de 452 millones en 2007.

## 8.2. Observatorio de pagos con tarjeta electrónica

El Consejo de Ministros, en su reunión celebrada el 2 de junio de 2006, acordó la creación del Observatorio de Pagos con Tarjeta Electrónica. Dentro de las funciones marcadas al Observatorio se encuentran las siguientes:

- El estudio de los procesos de pago con tarjeta electrónica.
- Formulación de análisis comparativos de la situación en los mercados euro-

peos de nuestro entorno y en los mercados internacionales.

En base a estas funciones, el Observatorio ha procedido a lo largo de 2007 a la contratación y realización de los siguientes estudios:

- Estudio de mercado sobre las tarjetas como medio de pago.
- Estudio sobre los costes de servicio en nueve países europeos.

A continuación, se hace un resumen de las conclusiones más importantes de estos dos estudios. Puede consultarse la totalidad en la página Web: [www.comercio.es](http://www.comercio.es).

### 8.2.1. Estudio de mercado: las tarjetas como medio de pago

Los objetivos del estudio son: describir la situación actual del mercado según la distribución geográfica y los distintos perfiles de clientes y de establecimientos, describir las características de consumidores poseedores y no poseedores de tarjetas y de establecimientos aceptadores y no aceptadores de tarjetas y, por último, deter-



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

minar las percepciones, actitudes, motivaciones y frenos de los consumidores y de los establecimientos comerciales, que inciden sobre sus comportamientos de uso y de no uso de las tarjetas.

En cuanto a la metodología, se han realizado una serie de encuestas y entrevistas: 3.000 encuestas a consumidores y 3.012 a establecimientos comerciales, cubriendo distintos perfiles y localizaciones. Además, se hicieron 241 entrevistas semiestructuradas a establecimientos comerciales y 112 a consumidores. Finalmente, se hicieron 23 entrevistas en profundidad a representantes de grandes empresas y cadenas de distribución comercial.

Se han tratado de encontrar parámetros objetivos que diferencien a los poseedores y no poseedores de tarjetas, se han analizado la edad, el sexo, el nivel de estudios, la clase social, el tamaño de población, entre otros. Se puede destacar que hay diferencias importantes según las edades: entre los 30 y los 40 años es la edad en que más gente tiene tarjetas (82,5 por 100). A partir de los 40 años el porcentaje va disminuyendo paulatinamente, y sólo el 54 por 100 de las personas de entre 60 y 70 años tiene tarjeta. También hay una relación muy directa entre el nivel de estudios y la posesión de tarjetas: en los extremos están los que no tienen estudios, o tienen primarios incompletos, de los cuales un 30 por 100 posee tarjeta. En el otro extremo están los titulados universitarios de los que un 88 por 100 tiene tarjeta.

También hay diferencia según la escala ocupacional y la clase social. Se ha comprobado que no existe diferencia de penetración de las tarjetas según el tamaño de la población: en los pueblos de entre 3.000 y 6.000 habitantes prácticamente un 70 por 100 de adultos tienen tarjeta, mientras que en las ciudades más grandes llega al 78 por 100. Por localización

geográfica, en la zona norte de España y en el Madrid metropolitano el 83,4 por 100 y el 81,0 por 100 respectivamente poseen tarjeta, mientras que en el otro extremo, en el sur de España y en la Barcelona metropolitana, poseen tarjeta el 66,3 y 70,6 por 100 respectivamente.

### 1. Conclusiones sobre consumidores no poseedores de tarjetas

Si se analiza la tipología de consumidores no poseedores de tarjetas, se pueden establecer tres categorías: en primer lugar los *jóvenes con bajos ingresos* (31 por 100). Tienen entre 20 y 30 años y estudios secundarios: consideran nada probable tener tarjetas en el futuro, valoran que con la tarjeta podrían sacar dinero de un cajero en caso de necesidad, y la comodidad de poder pagar sin llevar dinero. No obstante, tienen mucho temor a gastar demasiado en caso de tener tarjeta, siendo esta conducta la más representativa, porque temen comprar por impulso cosas innecesarias. Si usaran tarjeta no sabrían lo que irían gastando, pero también piensan que quizá la tarjeta les podría ayudar a llevar el control. Son inseguros y creen que con la tarjeta podría haber errores en los cobros. Piensan que las tarjetas son un peligro para las economías familiares, que benefician a las entidades financieras y perjudican a los clientes.

En segundo lugar, los *tradicionales pero proclives* (39 por 100), tienen entre 50 y 70 años: son los más permeables a las tarjetas, consideran que es probable que tengan una en el futuro. Aunque son los que tienen menos conciencia de sus posibles beneficios concretos. Consideran a las tarjetas como un servicio que puede facilitar la vida cotidiana. Piensan que las tarjetas benefician tanto a los comerciantes como a los consumidores, y que no perjudican a



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

ninguno de los dos. No tienen tarjeta no por estar en contra, sino sólo por la costumbre de llevar dinero encima. No les preocupa gastar demasiado.

En tercer lugar, *los recelosos y reacios* (el 30 por 100), tienen entre 30 y 40 años: valoran que con la tarjeta podrían sacar dinero de un cajero en caso de necesidad, y que con ella tendrían la seguridad y la comodidad de no llevar dinero encima. A pesar de esto, consideran poco probable tener tarjeta en un futuro. La principal causa de no tenerla es que les molesta la cuota que cobran las entidades financieras. Piensan que las tarjetas no benefician a nadie, o que en todo caso benefician sólo a los comerciantes. Son muy miedosos, temen que les roben la tarjeta, y piensan que con la tarjeta podría haber errores en los cobros.

En cuanto a los motivos y creencias que influyen en que no tengan tarjetas los consumidores no poseedores de tarjetas, el 54 por 100 piensa que las entidades financieras cobran mucho por el servicio, mientras que el 16 por 100 considera que lo que cobran las entidades financieras está dentro de lo normal. El 50 por 100 de los no poseedores cree que las tarjetas son un peligro para las economías familiares (en el caso de los poseedores este porcentaje se reduce al 18 por 100).

El 8 por 100 de los no poseedores dice que es bastante probable que tenga tarjeta en el futuro, el 17 por 100 declara que es algo probable y el 50 por 100 reconoce que es nada probable.

Los motivos para que un consumidor no poseedor de tarjetas se decidiera a tener una, en un 29 por 100 de los casos dependen de tener más ingresos, o un trabajo que les garantice ingresos más estables. Otros motivos son el tener que realizar viajes, o cambios de situación familiar o de vida, o simplemente que surgiera la necesidad.

## 2. Conclusiones referidas a los consumidores poseedores de tarjetas

En cuanto a la tipología de consumidores poseedores de tarjetas, en el estudio se establecen cuatro categorías: El primer grupo se define como *financistas intensivos* (17 por 100), son los que poseen mayor número de tarjetas, son muy simpaticantes y grandes usuarios de las tarjetas, pagan con crédito o débito según convenga, aceptan lo que cobran las entidades financieras, valoran las ventajas financieras como aplazar el pago hasta fin de mes, fraccionar el pago, obtener puntos o descuentos. Tienen de 30 a 39 años y se concentran en las zonas geográficas de Andalucía y Valencia.

El segundo grupo se define en el estudio como *los tradicionales cómodos* (39 por 100), se caracterizan por ser altamente simpaticantes y usuarios de las tarjetas, lo que más valoran es la comodidad de no ocuparse. Tienen más antigüedad en la posesión de tarjetas y no les interesa lo que prefiera el comerciante. Usan más la tarjeta de débito. Aceptan lo que cobran las entidades financieras. Viajan mucho, tanto por España como por el extranjero. Tienen entre 40 a 49 años y se concentran más en el centro, norte y noroeste de España.

La tercera categoría está integrada por los denominados *tradicionales controladores* (20 por 100). Valoran muy poco las tarjetas y apenas las usan. Tienen temor a gastar demasiado y quieren saber lo que van gastando. Temen comprar por impulso por culpa de las tarjetas. Son temerosos a posibles errores o fraudes y tienen inercia de costumbres. Les influyen las objeciones de los comerciantes. Tienen de 20 a 30 años y se concentran en las zonas de Barcelona y Canarias.

La última clasificación se define como los *precaros inseguros* (24 por 100), los



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

cuales valoran muy poco las tarjetas y apenas las usan. Ven las tarjetas como un peligro para las economías domésticas, quieren saber lo que van gastando y temen que haya errores en los cobros, o que les dupliquen las tarjetas. Usan solamente la tarjeta de débito, creen que las entidades financieras cobran mucho. No viajan, su nivel educativo es medio-bajo incluso bajo, y se concentran más en el noroeste de España.

Los poseedores de tarjetas dicen que pagan con tarjeta aproximadamente el 50 por 100 de sus compras o consumos en establecimientos. El 35 por 100 dice que las está usando más que hace unos años.

Lo que más les influye para preferir pagar sus compras con tarjeta es, en el 92 por 100 de los casos, la comodidad de no tener que preocuparse por llevar dinero encima. Otros motivos principales argüidos son: aplazar el pago hasta fin de mes, poder fraccionar el pago en cuotas mensuales y obtener puntos, descuentos o devoluciones, que influyen solamente al 50 por 100 de los usuarios.

Por otra parte, el motivo principal para no pagar con tarjeta es el temor a que se produzcan errores en los cobros o que les cobren dos veces, esto influye en el 90 por 100 de los poseedores de tarjetas. El segundo motivo es el temor a que les copien o dupliquen la banda magnética (57 por 100). También influyen en un menor uso de las tarjetas otros motivos como la inercia de la costumbre, ciertos rasgos culturales, el querer saber lo que van gastando (56 por 100), el temor a gastar demasiado (47 por 100) y el temor a comprar por impulso cosas que no se necesitan (37 por 100).

En el estudio también se describen los factores determinantes del uso o no de la tarjeta. Uno de ellos es el límite psicológico que se autoimponen los consumidores en importes mínimo y máximo que consi-

deran lógicos. En el conjunto de la población, estos límites son 15 euros y 600 euros respectivamente. También se autolimitan a pagar con tarjeta en ciertos establecimientos (los pequeños, los de barrio, los conocidos). También suelen usar menos las tarjetas en establecimientos que les inspiran poca confianza. Por otra parte, el uso de las tarjetas aumenta mucho con los viajes, tanto dentro de España como al extranjero. El 70 por 100 de los poseedores de tarjetas ha hecho al menos un viaje en el último año a alguna otra ciudad de España. La media es de casi seis viajes. Durante estos viajes, muchos de ellos el (52 por 100) cambian sus comportamientos de uso de las tarjetas (el 35 por 100 de los consumidores las usan más y el 17 por 100 las usan menos). El 32 por 100 ha hecho en el último año algún viaje al extranjero. La media es de unos dos viajes. Durante los viajes al extranjero el 32 por 100 suele usar más las tarjetas y el 28 por 100 las utiliza igual que de costumbre, pero no menos.

El 37 por 100 de los poseedores de tarjetas ha tenido oportunidad de aprovechar promociones o programas de obtención de puntos para canjear por regalos, en caso de pagar con tarjetas, y el 30 por 100 suele pagar con tarjetas para beneficiarse de esas promociones o puntos.

Por los datos del estudio se evidencia que hay, en general, un importante nivel de desconocimiento por parte de los poseedores de las tarjetas. El 19,5 por 100 dice que no sabe distinguir entre tarjetas de crédito y de débito, el 10,8 por 100 no sabe si la entidad financiera le cobra algo por tener la tarjeta. El 30,3 por 100 no sabe si la entidad financiera le cobra algo por usar la tarjeta. El 14,7 por 100 no sabe cómo tiene establecido el pago, si todo a fin de mes o en cuotas. El 96,7 por 100 no pudo responder cuánto le cobra la entidad financiera al usar la tarjeta en un comercio. El 79 por



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

100 no sabe qué interés le cobra si compra a crédito con la tarjeta. El 38 por 100 no recuerda la cuota anual que le cobra la entidad financiera por la tarjeta.

También se correlaciona el nivel de uso con el nivel de información sobre las tarjetas, el 46 por 100 de los grandes usuarios está muy informado, esto baja al 39 por 100 en los usuarios medios, y al 27 por 100 en los usuarios infrecuentes de tarjetas. Sin embargo, está poco informado el 27 por 100 de los grandes usuarios, el 30 por 100 de los usuarios medios, y el 47 por 100 de los usuarios infrecuentes. En el estudio se señala que sería arriesgado afirmar cuál es la causa y cuál el efecto.

Por último, en el estudio se recoge la percepción de la utilización de tarjetas para financiar las compras. El 48,5 por 100 de los consumidores poseedores de tarjetas declara que un motivo que les influye para preferir pagar sus compras con tarjeta en lugar de hacerlo en efectivo, es poder fraccionar el pago en cuotas mensuales. Sin embargo, sólo el 21,6 por 100 de los clientes reconoce que la forma de pago que tiene establecida para la tarjeta es una cuota mensual. Casi un 50 por 100 de los clientes dice que prefiere, cuando quiere comprar algo a crédito, usar la tarjeta de crédito en vez de utilizar la financiación que ofrece el establecimiento. Sin embargo, el uso de las tarjetas para financiar compras es muy bajo, teniendo en cuenta el alto nivel de bancarización en España, y el enorme parque de cajeros y terminales en el punto de venta (TPV).

Entre las razones que explican el poco uso de la financiación que ofrecen las tarjetas están la pasividad de los consumidores en la contratación de tarjetas y la falta de conocimiento de la diferencia entre tarjeta de crédito y tarjeta de débito. Los consumidores no perciben a las tarjetas de crédito como un servicio financiero especial (disponibilidad de crédito) sino como

una prolongación natural de la cuenta corriente, como uno de sus soportes de funcionamiento, semejante a las tarjetas de débito. Por lo tanto, la perciben más como un instrumento transaccional que como un producto financiero específico. Hay una cierta falta de conciencia de que pueden disponer de crédito inmediato y sin avales en el bolsillo. Los consumidores perciben las tarjetas como un elemento de pago o de uso en los cajeros (imagen indiferenciada respecto a las de débito). Existen demasiadas inercias en la forma de pago elegida por los clientes: cuando han elegido pago diferido a fin de mes no hay flexibilidad para cambiar ocasionalmente y hacer compras aplazadas. Además, los intereses se perciben como demasiado altos. La realidad muestra que solamente se utilizan para la financiación de compras de bajo importe, debido a que los límites mensuales de gastos son habitualmente bajos.

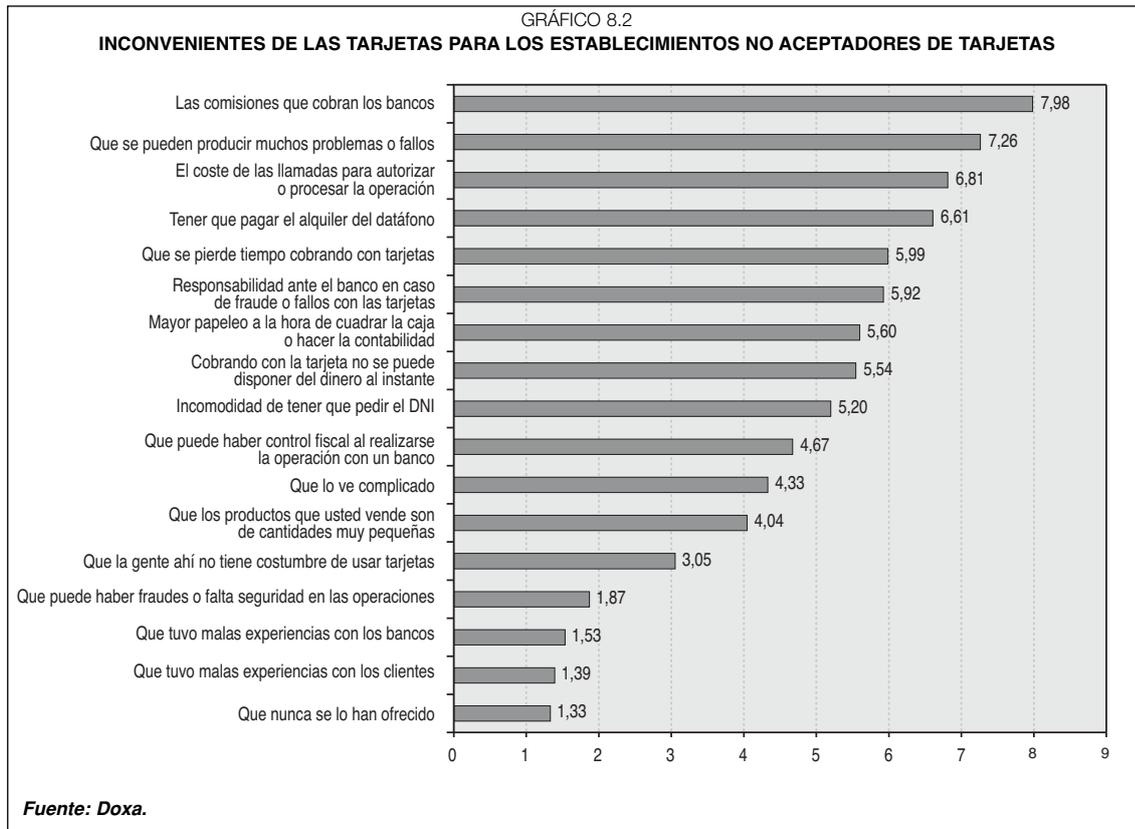
### 3. Conclusiones referidas a los establecimientos comerciales no aceptadores de tarjetas

En el estudio se establecen cuatro clasificaciones: en primer lugar los establecimientos que están *al margen de las tarjetas* (13 por 100). Muestran escaso interés tanto por las ventajas que reportan las tarjetas como por los inconvenientes. Son establecimientos estrechamente vinculados al comercio al por menor y al comercio independiente. Situados principalmente en municipios de 150.000 a 300.000 habitantes.

La segunda clasificación engloba los establecimientos *críticos y que no reconocen las ventajas* (21 por 100). Muestran un interés muy bajo por las ventajas que las tarjetas suponen para su negocio tanto desde el punto de vista de gestión como desde el punto de vista comercial. Son extremadamente críticos (los que más) con



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL



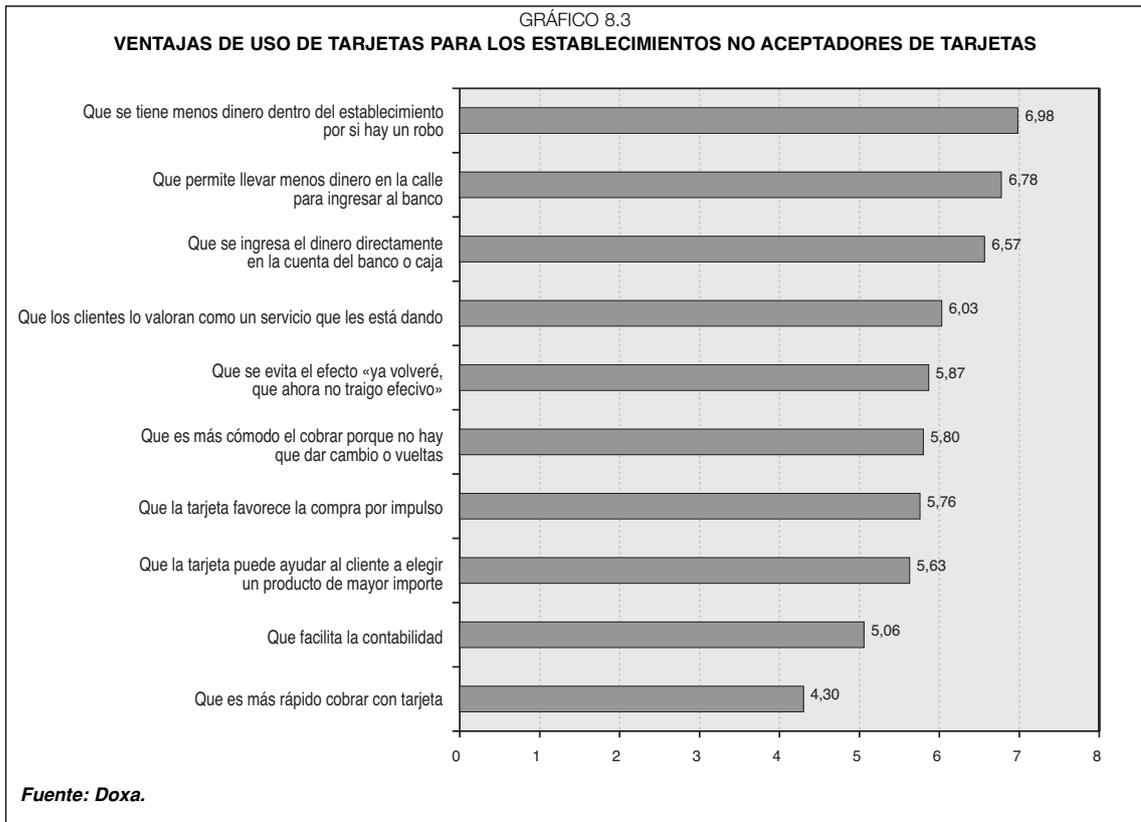
**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

los inconvenientes que plantean las tarjetas. Vinculados al comercio de actividades diversas y comercio independiente.

En tercer lugar, se agrupan los establecimientos definidos como los *críticos pero que reconocen las ventajas* (39 por 100). Valoran de forma muy positiva las ventajas que las tarjetas aportan, pero son bastante críticos con los inconvenientes que plantean las tarjetas. Desarrollan su actividad en los sectores de la hostelería, accesorios y servicios. Situados fundamentalmente en municipios de 15.000 a 30.000 y de 30.000 a 70.000 habitantes.

El cuarto grupo lo integran los denominados *cercanos a las tarjeta* (27 por 100). Valoran de forma muy positiva las ventajas que las tarjetas aportan. Dan poca importancia a los inconvenientes que pueden plantear las tarjetas. Vinculados, entre otros sectores, al sector de las clínicas. Principalmente se encuentran en municipios de 6.000 a 15.000 habitantes.

Si se preguntan los motivos para no aceptar tarjetas, el 76 por 100 de los establecimientos declara que los productos que venden son de importe pequeño. El 61,4 por 100 por las comisiones que cobran las entidades, el 52,6 por 100 que sus clientes no tienen costumbre de usar tarjetas, casi la mitad contesta que se pierde tiempo cobrando con tarjetas, y que se pueden producir muchos problemas o fallos. El 42,2 por 100 lo achaca a la falta de seguridad en las operaciones, el 36,5 por 100 considera que lo ve complicado, el 35,5 por 100 que puede haber control fiscal y el 33 por 100 que nunca se lo han ofrecido. En el Gráfico 8.2 se recoge en una escala de 0 a 10 los inconvenientes o los motivos de rechazo de las tarjetas en los establecimientos no aceptadores de tarjetas, y en el Gráfico 8.3 se representan las ventajas o los motivos que les despiertan interés en el pago con tarjetas.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

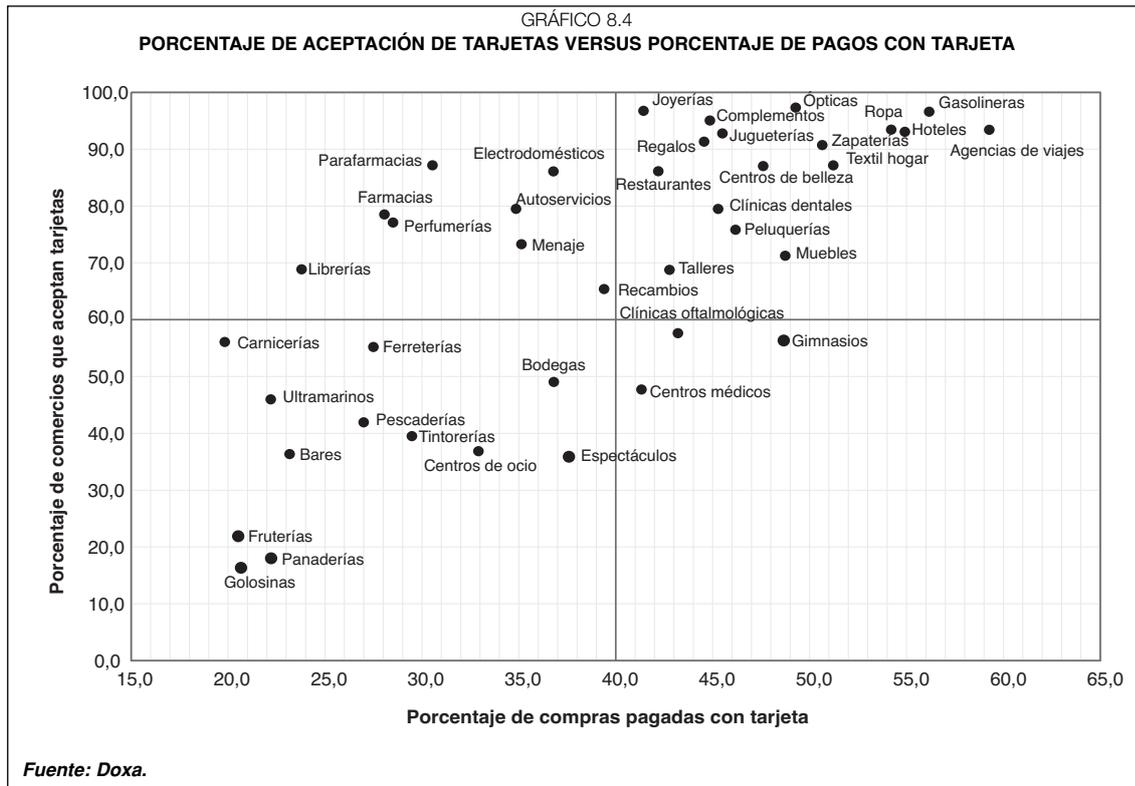
El 70,4 por 100 de los establecimientos no aceptadores de tarjetas considera que está adecuadamente informado, sobre todo en lo relacionado con los sistemas de cobro con tarjetas, mientras que un 29,6 por 100 declara que no lo está. Por otra parte, el 86 por 100 considera que no ha perdido ventas por no aceptar tarjetas, frente al 14 por 100 que considera que sí las ha perdido. Por último, el 83,3 por 100 declara que le compensa seguir sin aceptar tarjetas, el 15,2 por 100 reconoce que probablemente sería mejor aceptarlas y el 1,5 por 100 no sabe o no contesta.

#### 4. Conclusiones de los establecimientos aceptadores de tarjetas

En el estudio se clasifican a los establecimientos aceptadores de tarjetas en tres grupos: *los conocedores y críticos de las tarjetas* (44 por 100). Valoran muy po-

sitivamente las ventajas que reportan las tarjetas para su negocio desde el punto de vista de gestión: menos dinero en la caja, facilita la contabilidad, comodidad al cobrar, etc. Incluso valoran de forma muy positiva las ventajas desde el punto de vista comercial: comprar por impulso, reducir el efecto «ya volveré», permite elegir productos de mayor importe. Pero se muestran muy críticos con los inconvenientes que tienen las tarjetas: complicación con el terminal, lentitud, responsabilidad ante la entidad financiera, coste del servicio y coste de la llamada.

El segundo grupo lo integran *los indiferentes ante las tarjetas* (23 por 100). Muestran una actitud mediocre ante las ventajas que suponen las tarjetas, tanto desde el punto de vista de gestión como desde el punto de vista comercial. Se muestran críticos con los inconvenientes que tienen las tarjetas aunque no tanto como el grupo anterior. Se vinculan al co-



mercado independiente y a la categoría de propietario. Coincide en que son establecimientos ubicados fundamentalmente en municipios de 150.000 a 300.000 habitantes, son los que más años llevan en el negocio, y con menor número de personas trabajando. La compra habitual típica suele ser de pequeño importe.

El tercer grupo se identifican como *los simpatizantes o entusiastas de las tarjetas* (33 por 100). Valoran de forma muy positiva todas las ventajas que aportan las tarjetas al negocio, y minimizan los inconvenientes y costes en los que se incurre al operar con tarjeta. No hay ningún sector específicamente vinculado a este grupo, pero predominan los establecidos en municipios de 30.000 a 70.000 habitantes y son los que declaran unos importes de compra más elevados.

En el Gráfico 8.4 se representa el porcentaje de comercios que aceptan pagos con tarjeta, *versus* porcentaje de compras pagadas con tarjeta.

Más de la mitad de los establecimientos prefieren que sus clientes les paguen en efectivo y no con tarjetas (en los establecimientos pequeños el porcentaje alcanza el 58 por 100, mientras que en los grandes es solamente el 31 por 100). Solamente un 11 por 100 prefiere que les paguen con tarjeta (7 por 100 de los establecimientos pequeños y 23 por 100 de los grandes). Al resto (35 por 100 de los pequeños y 46 por 100 de los grandes) les da exactamente igual. Todos en general (tanto pequeños como grandes) valoran bastante positivamente a las tarjetas (en una escala de 0 a 10, la media general es 6,7). En los grandes, esta valoración es un poco más alta (7,3). La mitad de los establecimientos piensa que los principales beneficiados por el pago con tarjeta son los clientes, mientras que sólo un 3 por 100 opina que son los comerciantes. El 65 por 100 de los establecimientos opina que las tarjetas pueden perjudicar a los comerciantes, y sólo un 4 por 100 dice que a los clientes.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**



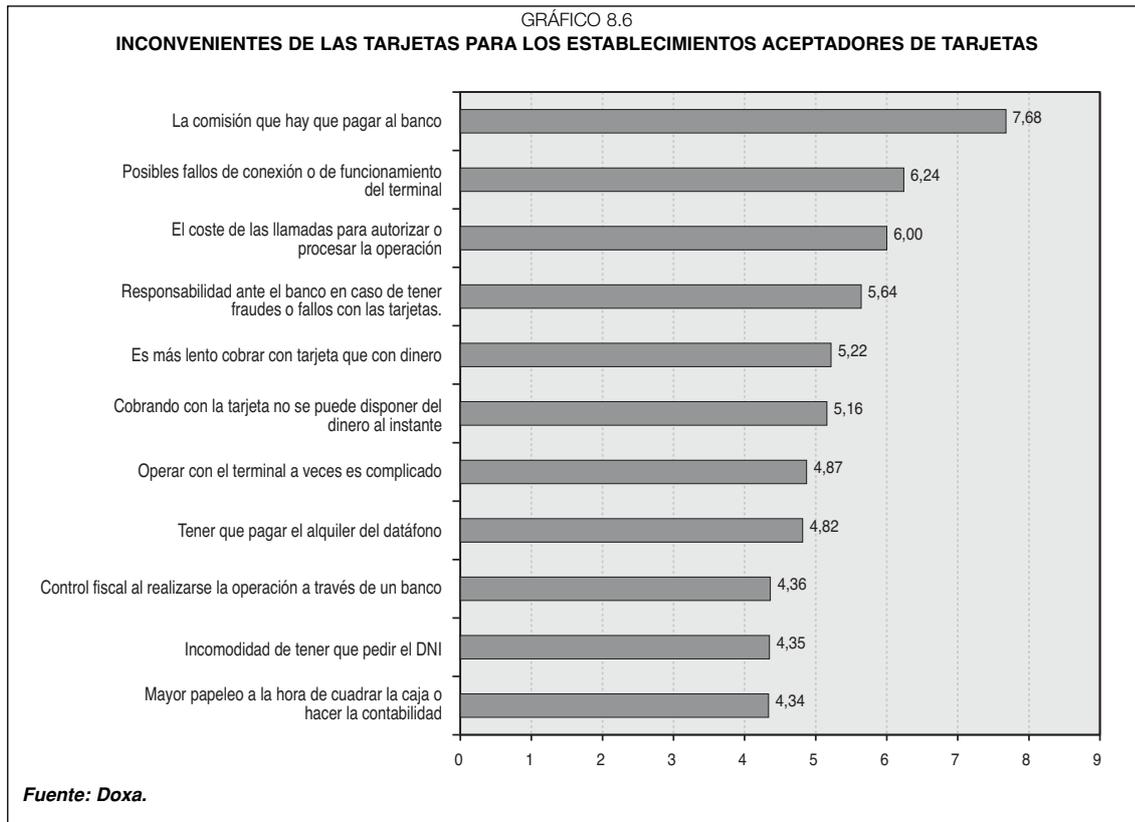
**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

En el Gráfico 8.5 se muestra, en una escala de 0 a 10, la importancia que dan los comerciantes a las ventajas que tiene que los clientes les paguen con tarjeta. En el Gráfico 8.6 se muestra, en una escala de 0 a 10, la preocupación de los comerciantes que aceptan tarjetas ante las posibles desventajas cuando los clientes les pagan con tarjeta.

Las comisiones de descuento son el principal motivo de la actitud negativa que siguen teniendo los establecimientos hacia el sistema de pago con tarjeta. A pesar de que las tasas de descuento han ido bajando sensiblemente, a la mayoría de los establecimientos que aceptan tarjetas les cuesta percibir que el cobro con tarjetas es un servicio para sus establecimientos, y lo ven sólo como un negocio de las entidades financieras y un servicio a los consumidores. Los comerciantes se ven a sí mismos como intermediarios. Por lo tanto, no entienden por qué los establecimientos

son los que tienen que pagar tasas a las entidades financieras.

Por otra parte, la actitud y comportamiento de los comerciantes en el cobro con tarjeta influyen en los hábitos de los consumidores. Al 28 por 100 de los consumidores les ha ocurrido alguna vez que, al ir a pagar con tarjeta, los comerciantes les pusieran mala cara o les sugirieran pagar en efectivo. Si bien estos hechos son muy poco frecuentes (solamente al 6 por 100 de los casos les ocurrió muchas veces, mientras que al 52 por 100 algunas veces y al 43 por 100 muy pocas veces), influyen indirectamente para que una parte de los consumidores (al 45 por 100 de ellos les influye en alguna medida) se acostumbre a usar menos las tarjetas. También al 28 por 100 de los clientes les ha ocurrido alguna vez que los comerciantes les ofreciesen un descuento si pagaban con efectivo, o les negaran un descuento previamente acordado si pagaban



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

con tarjeta. Esto influye sobre el 56 por 100 de los consumidores y hace que usen menos las tarjetas.

El 57 por 100 de los consumidores dice saber que las entidades financieras descuentan a los comerciantes un porcentaje cuando ellos pagan con tarjeta. Un tercio de los consumidores cree que el descuento es alto y eso influye para usar menos veces la tarjeta, sobre todo en los comercios de su barrio y en los que conocen al dueño.

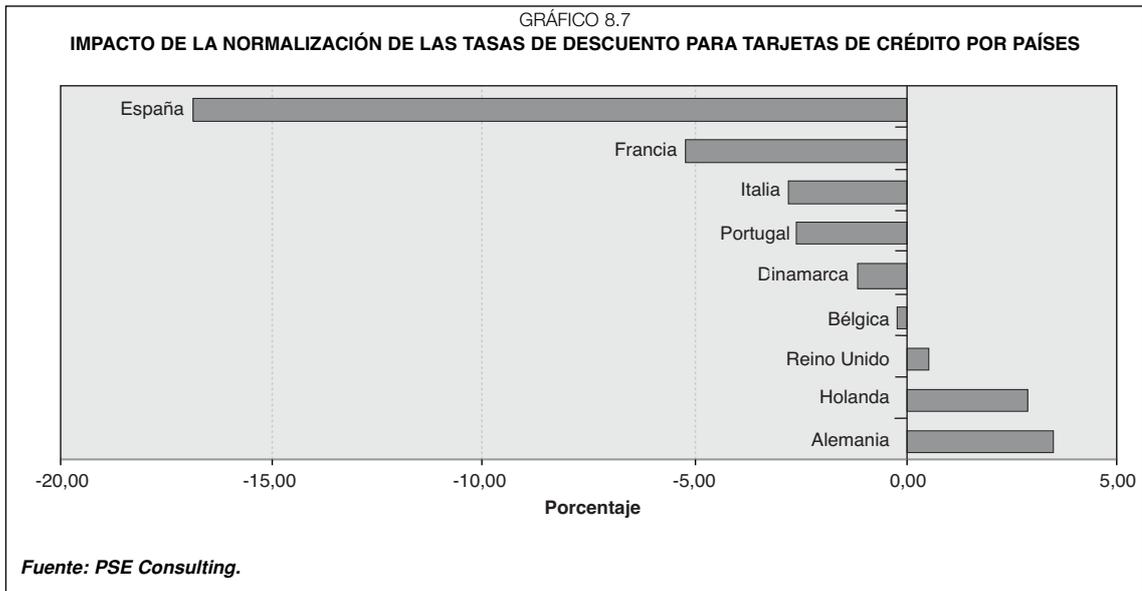
Aunque el 83 por 100 de los consumidores reconoce que los establecimientos aceptadores no ponen un límite mínimo para el pago con tarjeta, en el estudio se revela que el límite mínimo psicológico de los establecimientos es de 10 euros y el de los consumidores de 15 euros.

En el estudio se pone de manifiesto la valoración de los comerciantes ante el sistema EMV (*chip*). Los establecimientos valoran un poco más positivamente el sis-

tema EMV que el sistema tradicional para tarjetas con banda magnética, aunque la diferencia de valoración es mínima (7,7 y 7,1 respectivamente, en una escala de 0 a 10). Las ventajas atribuidas al sistema EMV frente al tradicional son, la seguridad ante el fraude, en el 53,5 por 100 de los entrevistados (con una puntuación de 7,5 en una escala de 0 a 10) y la facilidad operativa (con una puntuación de 6,8). En cuanto a las desventajas, los comerciantes ven iguales los dos sistemas, sin ninguna desventaja destacable del EMV para el 56,7 por 100 de los entrevistados.

### **8.2.2. Estudio comparativo sobre los costes de servicio en diferentes países europeos**

El objetivo del estudio es comparar los costes de servicio soportados por los comerciantes europeos (tasas de descuen-



to) por el cobro con tarjeta, para transacciones con tarjetas de crédito y débito, para diferentes tamaños de comercios y sectores de actividad económica. El estudio ha sido realizado en un grupo representativo de nueve países europeos: Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania Italia, Holanda, Portugal, España y Reino Unido. Los datos fueron tomados durante los meses de mayo, junio y julio de 2007.

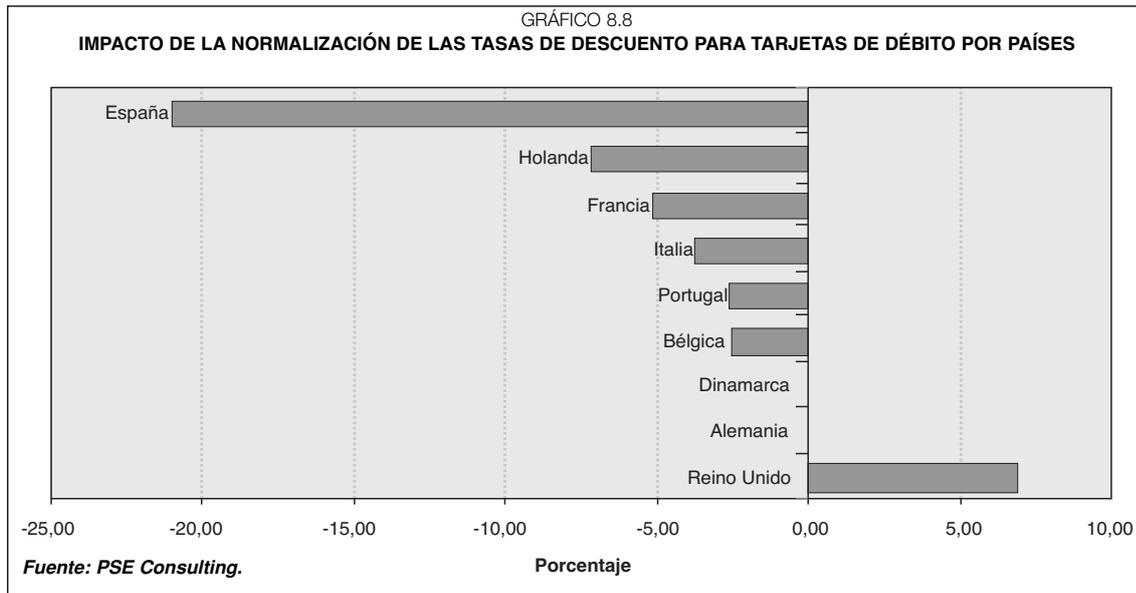
Los datos han sido obtenidos a partir de un cuestionario en el que se recoge información global y por sectores de actividad económica, distinguiendo los datos procedentes de pagos con tarjeta de crédito y de débito. Además, se recoge otra información adicional sobre las condiciones contractuales y las estructuras de tarifas, para determinar qué servicios están incluidos dentro de las tasas de descuento y cuáles se consideran un coste adicional cargado al margen de los costes de transacción. El estudio ha sido realizado a partir de datos proporcionados por entidades de procesamiento interbancarias locales o por grandes entidades adquirentes a partir de valores medios para diferentes sectores de actividad.

Dicho cuestionario ha sido contrastado en estudios homólogos realizados por *PSC Consulting* en años anteriores. A partir de esta información se obtienen las tasas nominales, a partir de las cuales y considerando las condiciones contractuales, se ha generado una tasa equivalente normalizada que permite establecer una comparación objetiva en los países estudiados. Para la obtención de los costes normalizados se ha seguido una metodología que contempla el efecto de las diversas situaciones contractuales en cada país.

En el proceso de normalización se ha tenido en cuenta, por una parte los costes asociados a los terminales y de soporte, y por otra, los costes de liquidación. Los costes asociados a los terminales y de soporte incluyen los costes de capital, costes de mantenimiento y costes de comunicaciones, éstos son los componentes empaquetados más frecuentes dentro de las tasas de descuento en la mayoría de países. Para cada uno de ellos se han estimado unos costes equivalentes que se han descontado de la tasa de descuento en aquellos casos en los que se encontraban englobados.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**



En cuanto a los costes de liquidación, cabe señalar que los bancos adquirentes aplican diferentes periodos de liquidación de las transacciones, que van, típicamente de un día después de la transacción (T+1) a T+3. Los valores han sido normalizados en torno a un valor medio de T+1 como periodo de liquidación normalizado para crédito y débito, incrementando o reduciendo la tasa de descuento cuando el periodo de pago sea, respectivamente, mayor o menor. El impacto de la normalización de las tasas de descuento para tarjetas de crédito y débito por países, se muestra en los Gráficos 8.7 y 8.8 respectivamente.

En el Cuadro 8.6 se muestra el histórico de las tasas de descuento nominales y normalizadas para tarjetas de crédito, para los nueve países analizados. En el Cuadro 8.7 se observan las tasas nominales de tarjetas de crédito desglosadas por sectores de actividad económica y por país, mientras que las tasas normalizadas se presentan en el Cuadro 8.8. De los datos se puede concluir que las tasas nominales han disminuido desde 1995 a 2007 en todos los países analizados. Destacando reducciones importantes en Portugal, que pasa a tener tasas de 5 por 100 en 1995 a 1,72 por 100 en 2007, lo que supone una reduc-



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

CUADRO 8.6  
TASAS DE DESCUENTO NOMINALES Y NORMALIZADAS PARA TARJETAS DE CRÉDITO POR PAÍS

	Tasas nominales					Tasas normalizadas	
	1995 (Porcentaje)	2000 (Porcentaje)	2002 (Porcentaje)	2004 (Porcentaje)	2007 (Porcentaje)	2005 (Porcentaje)	2007 (Porcentaje)
Bélgica .....	2,21	1,64	1,64	1,64	1,35	1,38	1,35
Dinamarca .....	-	-	-	-	2	1,95	1,98
Francia .....	1,1	0,9	0,8	0,79	0,72	0,74	0,68
Alemania .....	2,55	2,1	1,81	1,72	1,66	1,58	1,72
Italia .....	2,8	2,5	2,1	1,65	1,48	1,46	1,44
Holanda .....	3	2,3	2,3	2	1,9	2,05	1,95
Portugal .....	5	3,19	3	2,86	1,72	2,53	1,68
España.....	2,6	2	1,65	1,6	1,07	1,18	0,89
Reino Unido.....	1,6	1,6	1,55	1,53	1,11	1,53	1,12
Media ponderada.....		1,86	1,75	1,65	1,25	1,55	1,21

Fuente: Estudio PSE Consulting,

CUADRO 8.7  
 TASAS NOMINALES PARA TARJETAS DE CRÉDITO POR PAÍS Y SECTOR (2007)

	Bélgica (Porcentaje)	Dinamarca (Porcentaje)	Francia (Porcentaje)	Alemania (Porcentaje)	Italia (Porcentaje)	Holanda (Porcentaje)	Portugal (Porcentaje)	España (Porcentaje)	Reino Unido (Porcentaje)
Hoteles .....	1,43	2,00	0,80	2,38	1,37	2,05	1,87	1,31	1,33
Restaurantes .....	1,40	2,00	0,88	2,38	1,85	1,90	2,30	1,55	1,48
Pequeño comercio .....	1,31	n/a	0,88	2,75	1,95	3,30	2,04	1,40	1,46
Grandes cadenas .....	0,98	n/a	0,68	1,68	1,55	1,45	1,13	0,62	0,92
Supermercados .....	0,98	2,00	0,80	0,90	1,21	n/a	1,13	1,10	0,92
Gasolineras .....	0,99	2,00	0,88	1,60	0,50	1,10	0,15	0,70	0,95
Alquiler coches .....	1,44	2,00	0,74	2,10	1,82	1,55	2,27	1,32	1,41
Viajes (agentes y operadores) .....	1,45	2,00	0,70	1,55	1,53	1,65	2,26	0,88	0,97
Aerolíneas .....	1,41	1,50	0,67	1,45	1,31	1,30	2,26	1,10	1,31
Comercio electrónico .....	1,88	2,50	0,88	3,30	2,20	n/a	2,00	1,40	1,22
Media ponderada .....	1,35	2,00	0,79	1,66	1,48	1,90	1,72	1,07	1,11

Fuente: Estudio PSE Consulting.

 CUADRO 8.8  
 VALORES NORMALIZADOS DE TASAS DE DESCUENTO PARA TARJETAS DE CRÉDITO (2007)

	Bélgica (Porcentaje)	Dinamarca (Porcentaje)	Francia (Porcentaje)	Alemania (Porcentaje)	Italia (Porcentaje)	Holanda (Porcentaje)	Portugal (Porcentaje)	España (Porcentaje)	Reino Unido (Porcentaje)
Hoteles .....	1,43	1,98	0,76	2,46	1,33	2,11	1,82	1,09	1,33
Restaurantes .....	1,40	1,98	0,83	2,46	1,80	1,95	2,24	1,29	1,49
Pequeño comercio .....	1,31	n/a	0,83	2,85	1,90	3,40	1,99	1,16	1,46
Grandes cadenas .....	0,98	n/a	0,64	1,73	1,51	1,49	1,10	0,52	0,92
Supermercados .....	0,98	1,98	0,76	0,93	1,18	n/a	1,10	0,91	0,92
Gasolineras .....	0,99	1,98	0,83	1,66	0,49	1,13	0,15	0,58	0,96
Alquiler coches .....	1,44	1,98	0,70	2,17	1,77	1,59	2,21	1,10	1,42
Viajes (agentes y operadores) .....	1,45	1,98	0,66	1,60	1,49	1,70	2,20	0,73	0,98
Aerolíneas .....	1,41	1,49	0,64	1,50	1,27	1,34	2,20	0,91	1,31
Comercio electrónico .....	1,88	2,48	0,83	3,42	2,14	n/a	1,95	1,16	1,23
Media ponderada .....	1,35	1,98	0,75	1,72	1,44	1,95	1,68	0,89	1,12
Impacto por normalización .....	-0,19	-0,97	-5,17	3,49	-2,79	2,89	-2,58	-16,88	0,54

Fuente: Estudio PSE Consulting.



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

ción de 66 por 100. Italia también destaca con una reducción del 47 por 100 en el periodo analizado. Los motivos fundamentales de estas reducciones generalizadas de las tasas de descuento en pagos con tarjetas de crédito se deben a la entrada en el mercado de nuevos competidores como en Bélgica y Alemania, al incremento del uso de tarjetas de crédito como en el caso de Portugal, o a la reducción de las tasas de intercambio como en el caso español.

En el Cuadro 8.9 se muestra el histórico de los importes medios por transacción (ATV) para tarjetas de crédito por país y en el Cuadro 8.10 el número de transacciones con tarjetas de crédito y débito por habitante y año, y por terminal punto de venta y año. Alemania con 2,3 transaccio-

nes por habitante y año y 290 transacciones por terminal en el punto de venta (TPV) y año, es el país analizado que arroja los ratios menores de los países estudiados, sin embargo es el país cuyo importe medio por transacción es el más elevado con 98,88 euros, superior a la media ponderada de los países analizados (85,19 euros). El caso extremo se presenta en Portugal, con 35,1 transacciones por habitante y año, y 1.902 transacciones por TPV y año, mientras que por el contrario, su valor medio por transacción es el menor de los países estudiados con 48,16 euros. Por último, conviene destacar que Reino Unido es el país analizado con mayor uso de tarjetas (37,8 transacciones por habitante y año y 2.115

CUADRO 8.9  
 IMPORTES MEDIOS POR TRANSACCIÓN (ATV) PARA TARJETAS DE CRÉDITO

	2000 Euros	2002 Euros	2004 Euros	2007 Euros
Bélgica .....	99,24	103,56	91,85	110,34
Dinamarca.....	113,52	124,97	98,44	65,07
Francia .....	46,44	46,39	47,23	48,32
Alemania.....	87,96	91,21	93,64	98,88
Italia .....	93,20	94,32	96,93	104,43
Holanda.....	110,23	115,67	108,43	114,17
Portugal.....	37,73	42,13	39,59	48,16
España.....	61,04	59,65	61,23	66,37
Reino Unido.....	79,08	99,33	94,52	94,67
Media ponderada	75,72	86,97	84,03	85,19

Fuente: Estudio PSE Consulting.

 CUADRO 8.10  
 UTILIZACIÓN DE TARJETAS (2007)

	Crédito		Débito	
	Número transacciones por habitante y año	Número transacciones por TPV y año	Número transacciones por habitante y año	Número transacciones por TPV y año
Bélgica .....	8,0	866	73,5	7.974
Dinamarca.....	14,4	615	132,9	5.675
Francia .....	-	-	92,4	4.729
Alemania.....	2,3	290	28,4	3.606
Italia .....	9,3	515	14,9	827
Holanda.....	3,1	226	93,4	6.758
Portugal.....	35,1	1.902	55,5	3.014
España.....	21,0	746	18,9	670
Reino Unido.....	37,8	2.115	84,6	4.730

Fuente: Estudio PSE Consulting.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

transacciones por TPV y año). El importe medio por transacción es de 94,67 euros.

Estos mismos parámetros se han analizado para transacciones con tarjetas de débito. El histórico de las tasas nominales y normalizadas se presenta en el Cuadro 8.11. La tendencia generalizada es la disminución de las tasas en los países analizados. En Francia ha habido un descenso del 35 por 100 en las tasas de descuento, pasando desde el 1,10 por 100 aplicado en 1995 hasta el 0,72 por 100 en 2007. En Italia se aplicaba el 0,83 por 100 en el año 2000, descendiendo hasta el 0,67 por 100 en el año 2007, lo que supone una reducción del 19 por 100. En Portugal, aunque también ha habido una reducción importante del 57 por 100, pasando desde el 2,4 por 100 en 2000 hasta el 1,03 por 100 en 2007, la tasa de descuento nominal y normaliza-

da (1 por 100) es la más elevada que se aplica a las transacciones con tarjeta de débito en los países estudiados. En España, la tasa de descuento ha experimentado una disminución del 46,5 por 100, pasando de una tasa del 2 por 100 en el año 2000 al 1,07 por 100 en 2007 (0,85 por 100 considerando la tasa normalizada), pero sigue estando por encima de la media de las tasas de descuento aplicadas para tarjetas de débito en los países de nuestro entorno.

Dinamarca es un caso atípico, ya que Dankort, el esquema nacional, ha sido regulado a cero desde 1985. En 1996 se introdujo una tarifa. Como consecuencia de la presión ejercida por comerciantes y consumidores, la tarifa es fija basada en bandas, cuya media es de 0,045 euros, la menor tasa de descuento aplicada en los países analizados. En Bélgica, las tasas

CUADRO 8.11  
 TASAS DE DESCUENTO NOMINALES Y NORMALIZADAS PARA TARJETAS DE DÉBITO POR PAÍS

	Tasas nominales					Tasas normalizadas	
	1995	2000	2002	2004	2007	2005	2007
Bélgica (€) .....		0,11	0,11	0,11	0,11	0,090	0,107
Bélgica (porcentaje) .....		0,22	0,23	0,22	0,22	0,18	0,21
Dinamarca (€) .....		0,00	0,00	0,00	0,045	0,050	0,045
Dinamarca (porcentaje) .....		0,00	0,00	0,00	0,08	0,10	0,08
Francia .....	1,10	0,90	0,80	0,79	0,72	0,65	0,68
Alemania .....		0,30	0,29	0,27	0,26	0,32	0,26
Italia .....		0,83	0,67	0,67	0,67	0,63	0,64
Holanda (€) .....		0,09	0,06	0,06	0,05	0,060	0,050
Holanda (porcentaje) .....		0,19	0,13	0,13	0,12	0,13	0,11
Portugal .....		2,40	2,22	1,25	1,03	1,33	1,00
España .....	2,60	2,00	1,65	1,60	1,07	1,16	0,85
Reino Unido (€) .....		0,69	0,47	0,48	0,26	0,160	0,279
Reino Unido (porcentaje) .....		1,29	0,80	0,79	0,40	0,27	0,43
Media ponderada (porcentaje)		0,88	0,71	0,66	0,50	0,47	0,48

Fuente: Estudio PSE Consulting.

 CUADRO 8.12  
 TASAS DE DESCUENTO NOMINALES PARA TARJETAS DE DÉBITO POR PAÍS POR SECTOR (2007)

	Bélgica (Euros)	Dinamarca (Porcentaje)	Francia (Porcentaje)	Alemania (Porcentaje)	Italia (Porcentaje)	Holanda (Euros)	Portugal (Porcentaje)	España (Porcentaje)	Reino Unido (Euros)
Hoteles .....	0,11	0,040	0,80	0,30	1,20	0,07	1,27	1,31	0,26
Restaurantes .....	0,11	0,040	0,88	0,30	1,20	0,07	1,27	1,55	0,25
Pequeño comercio .....	0,11	0,024	0,98	0,30	1,95	0,07	1,12	1,40	0,28
Grandes cadenas .....	0,07	0,058	0,56	0,25	0,44	0,04	0,66	0,62	0,09
Supermercados .....	0,07	0,058	0,56	0,25	0,46	0,04	0,66	1,10	0,09
Gasolineras .....	0,07	0,058	0,88	0,25	0,48	0,04	0,15	0,70	0,09
Alquiler coches .....	0,11	0,040	0,74	0,30	1,20	0,06	1,32	1,32	0,03
Viajes (agentes y operadores) .....	0,11	0,040	0,70	0,30	1,19	0,06	1,32	0,88	0,18
Aerolíneas .....		0,040	0,67	0,30	0,95	0,06	1,32	1,10	0,31
Comercio electrónico .....		0,053	0,88	0,30			1,27	1,40	0,34
Media ponderada .....	0,11	0,051	0,72	0,26	0,67	0,05	1,03	1,07	0,26

Fuente: Estudio PSE Consulting.


 DISTRIBUCIÓN  
 COMERCIAL

de descuento de los esquemas nacionales MrCash/Bancomat se establecen tradicionalmente como resultado de una negociación entre las entidades financieras y los comerciantes, que las mantiene fijas en 0,11 euros desde 1999.

En el Cuadro 8.12 se presentan las tasas de descuento nominales aplicadas a tarjetas de débito desglosadas por sectores de actividad económica y por país. Las tasas normalizadas se presentan en el Cuadro 8.13 junto a las medias ponderadas. La media ponderada de tasas de descuento de crédito y débito se muestra en el Cuadro 8.14.

Según el estudio, para el conjunto de los países analizados, la utilización de tarjetas de débito es mayor que la utilización

de tarjetas de crédito (Cuadro 8.10). Dinamarca, Holanda y Francia son los países con mayor número de transacciones por habitante y año (132,9, 93,4, 92,4). Bélgica, Holanda y Dinamarca, por ese orden, son los países con mayor número de transacciones por TPV y año (7.974, 6.758 y 5.675). Por el contrario, Italia, España y Alemania son los países con menor número de transacciones con tarjetas de débito por habitante entre los países estudiados. Los valores medios de transacción (ATV) (Cuadro 8.15), son una información utilizada para calcular la cantidad pagada por los comerciantes (en porcentaje) en los casos en los que la tasa de descuento supone un importe fijo. El valor promedio en el caso de débito es 55,68 € frente a 85,19 euros

CUADRO 8.13  
 VALORES NORMALIZADOS DE TASAS DE DESCUENTO PARA TARJETAS DÉBITO (2007)

	Bélgica (Euros)	Dinamarca (Euros)	Francia (Porcentaje)	Alemania (Porcentaje)	Italia (Porcentaje)	Holanda (Euros)	Portugal (Porcentaje)	España (Porcentaje)	Reino Unido (Euros)
Hoteles.....	0,107	0,040	0,76	0,30	1,15	0,065	1,24	1,04	0,284
Restaurantes .....	0,107	0,040	0,83	0,30	1,15	0,065	1,24	1,22	0,267
Pequeño comercio.....	0,107	0,024	0,92	0,30	1,88	0,065	1,09	1,11	0,302
Grandes cadenas .....	0,068	0,058	0,53	0,25	0,42	0,037	0,64	0,49	0,095
Supermercados .....	0,068	0,058	0,53	0,25	0,44	0,037	0,64	0,87	0,095
Gasolineras.....	0,068	0,058	0,83	0,25	0,46	0,037	0,15	0,55	0,095
Alquiler coches .....	0,107	0,040	0,70	0,30	1,15	0,056	1,29	1,04	0,319
Viajes (agentes y operadores).....	0,107	0,040	0,66	0,30	1,14	0,056	1,29	0,70	0,194
Aerolíneas.....	n/a	0,040	0,64	0,30	0,91	0,056	1,29	0,87	0,336
Comercio electrónico.....	n/a	0,053	0,83	n/a	n/a	n/a	1,24	1,11	0,336
Media ponderada.....	0,107	0,051	0,68	0,26	0,64	0,046	1	0,85	0,279
Impacto por normalización (porcentaje) .....	-2,57	0,00	-5,17	0,00	-3,81	-7,16	-2,62	-20,97	7,49

Fuente: Estudio PSE Consulting.

que es el valor promedio para crédito. En todos los países, el importe medio por transacción con tarjeta de débito es menor que con tarjeta de crédito.

En el Gráfico 8.9 se recoge un resumen de los servicios adicionales incluidos o no en el contrato y que tienen un impacto importante en el coste final del servicio. Estos datos han resultado imprescindibles para realizar el proceso de normalización. Es preciso señalar que no todos los elementos descritos han sido tenidos en cuenta en el proceso de normalización; solamente los terminales, su mantenimiento, los costes de comunicación, y el periodo de liquida-

 CUADRO 8.14  
 TASAS DE DESCUENTO (porcentaje) (2007)  
 (Media ponderada débito+crédito)

	Nominal	Normalizada
Bélgica .....	0,33	0,32
Dinamarca .....	0,27	0,27
Francia .....	0,72	0,68
Alemania.....	0,36	0,37
Italia .....	1,98	0,95
Holanda .....	0,17	0,16
Portugal .....	1,25	1,26
España.....	1,07	0,87
Reino Unido.....	0,62	0,65
Media ponderada.....	0,65	0,63

Fuente: Estudio PSE Consulting.



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

ción han sido incorporados. Hay un amplio abanico de opciones dependiendo del país, que ha sido explicado con detalle en

 GRÁFICO 8.9  
 CONDICIONES CONTRACTUALES DE LOS COMERCIANTES PARA EL COBRO CON TARJETA

2007	Bélgica	Dinamarca	Francia	Alemania	Italia	Holanda	Portugal	España	Reino Unido	Empleado en el proceso de Normalización
Coste Alta	Sí	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Set Up/Instalación	Sí	Sí	Sí	No	No/Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
Coste Anual/Mensual	No	No	Sí	No	No	No	No	Sí	No	No
Servicio Mínimo Mensual	No	Sí	Sí	No	No/Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
Coste Terminal	No	No	No	No	No/Sí	No	Sí/No	Sí	No	Sí
Coste Mant <sup>o</sup> Terminal	No	No	No	No	No/Sí	No	Sí/No	Sí	No	Sí
Coste Comunicaciones	No	No	No	No	No	No	No	Sí	No	Sí
Coste Facturación	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Coste Consumibles	No	No	Sí	No	No	No	Sí/No	Sí	No	Sí
Autorización Vocal	Sí	Sí	Sí	No	Sí	n/a	Sí	Sí	No	No
Tasas Retrocesión	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	No
Excesivas Retrocesiones	Sí	Sí	No	No	Sí	n/a	Sí	Sí	No	No
Comisiones Cheque	No	Sí	Sí	No	Sí	n/a	Sí	n/a	Sí	No
Comisión Tx Papel	No	Sí	n.a.	No	Sí	No	No	n/a	Sí	No
Se puede aplicar sobre coste por pago con tarjeta?	No	No		Sí	No	Sí	No	No	Sí	No
Periodo Típico de Liquidación Débito	T+1	T+1	T+1	T+1	T+1	T+1	T+1	T+1	T+2.5	Sí
Periodo Típico de Liquidación Crédito	T+2	T+1	T+1	T+5	T+1	T+5	T+1	T+1	T+2.5	Sí

Fuente: PSE Consulting.

CUADRO 8.15  
 IMPORTES MEDIOS POR TRANSACCIÓN PARA TARJETAS DE DÉBITO

	2000 Euros	2002 Euros	2004 Euros	2007 Euros
Bélgica .....	50,39	49,19	49,38	49,87
Dinamarca.....	47,22	46,77	46,64	53,08
Francia .....	46,48	46,39	47,23	48,32
Alemania.....	73,13	67,17	61,88	57,45
Italia .....	72,72	81,10	86,36	90,10
Holanda.....	46,50	47,33	45,49	42,97
Portugal.....	42,18	41,25	45,02	44,55
España.....	39,27	40,92	44,12	47,71
Reino Unido .....	53,35	58,51	61,12	64,71
Media ponderada .....	52,21	53,32	54,22	55,68

*Fuente: Estudio PSE Consulting.*

el estudio presentado por PSE Consulting, entre los que destacan los siguientes: en Bélgica, además del alquiler de los terminales entre 22 y 45 euros al mes, hay una tasa fija mensual para tarjetas de débito, en el caso de pequeños comerciantes se aplicaría 15,48 euros más una tasa por transacción de 0,1126 euros; y para el caso de comerciantes de tamaño mediano y grande la tasa es de 20,40 euros, más 0,0662 euros por transacción.

En Dinamarca el alta opcional es de 135 euros y hay una comisión de 35 euros por retrocesiones positivas. El coste de nuevas altas en Francia es de 53 euros, con alquileres del terminal que varían desde 20 a 80 euros al mes, y tasas de retrocesiones de 15 euros. En Alemania no está incluido ningún servicio adicional en las condiciones contractuales. Cobran una comisión inicial de hasta 75 euros, además de los gastos de configuración inicial e instalación entre 50 y 150 euros. El alquiler del terminal varía entre 13,5 y 57,5 euros por mes más el mantenimiento. Los costes de comunicaciones son entre 0,03 y 0,16 euros por transacción. Los consumibles son por cuenta del comerciante, y las comisiones por devoluciones son de hasta 40 euros. Los comerciantes más pequeños suelen tener tarifa plana que incluye los terminales, su mantenimiento y el coste de la transmi-

sión. Los comerciantes pueden aplicar recargos por el pago con tarjeta aunque no es habitual.

En Italia el coste de nuevas altas oscila entre 25 y 65 euros, que es aplicado en el 25 por 100 de los nuevos comercios. Aproximadamente, el 25 por 100 de los terminales son provistos de forma gratuita y la mayor parte son propiedad de los bancos. El 80 por 100 de los comerciantes paga una tasa mensual entre 10 y 25 euros. Los comerciantes pagan el coste de las comunicaciones y los consumibles.

En Holanda, normalmente los comerciantes compran el terminal y la mayoría de entidades de adquisición cobran una cuota mensual de entre 2 y 3,65 euros por terminal. En España las tasas de descuento incluyen la provisión de los terminales, su mantenimiento y los consumibles, excepto los grandes comerciantes que compran los suyos. Además incluyen en el servicio el alta, la configuración inicial y la instalación. No existen comisiones por retrocesión. En el Reino Unido los comerciantes pagan una comisión de alta entre 220 y 370 euros, con costes mensuales entre 20 a 40 euros. El alquiler mensual del terminal es de 30 a 35 euros. Además, los comerciantes soportan los gastos de comunicaciones y los consumibles. El coste por retrocesión oscila entre 20 y 40 euros.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**