

Recuadro 5**ESTUDIO DE MERCADO SOBRE SISTEMAS DE TARJETAS DE PAGO**

El informe preliminar de INDECOPÍ sobre el mercado de sistemas de tarjetas de pago, destaca que hasta fines de 2019, el mercado peruano de tarjetas se caracterizaba principalmente por: i) relaciones de exclusividad entre adquirentes y marcas (solo un adquirente comercializaba una marca), ii) relaciones verticales de propiedad entre las marcas, emisores, adquirentes, procesadores y facilitadores de pago (las marcas tienen acciones en los adquirentes, los emisores en los adquirentes y los adquirentes en facilitadores, etc.); y iii) determinación de la tasa de intercambio como un porcentaje de la comisión cobrada a los comercios (su determinación era un acuerdo entre emisores). Estos aspectos podían implicar entre otros:

- a. Duplicidad de costos para los comercios, ya que exigen contratar con más de un adquirente para aceptar todas las marcas de tarjetas.
- b. Tendencia hacia una monopolización de la red más dominante del mercado; en este caso: VISA-Visanet (hoy Niubiz).
- c. Pocos incentivos a brindar acceso en igualdad de condiciones a empresas que compitan en el mismo mercado. En particular, VISA podría tener un trato diferenciado entre Visanet y otro adquirente.
- d. Relaciones verticales entre adquirentes y facilitadores que pueden generar incentivos a los adquirentes para ofrecer un servicio diferenciado a favor de facilitadores vinculados y en perjuicio de los facilitadores no vinculados.
- e. Incentivos para fijar una tasa de intercambio alta que desincentive la entrada de nuevos adquirentes no vinculados, cuando los emisores pueden definir la tasa de intercambio para todos los adquirentes.

El Estudio preliminar de INDECOPÍ recomienda a:

- a. Los adquirentes y las marcas que supriman la regla de no sobrecargo en los contratos que establecen con los comercios.
- b. Visa que establezca un procedimiento para otorgar sus licencias a adquirentes no integrados que sea neutral, no discriminatoria, oportuna y plena información.
- c. Los procesadores establecidos que otorguen el acceso a sus redes de manera neutral, no discriminatoria, oportuna, y con información plena.
- d. Los adquirentes que presten sus servicios a los facilitadores de pago de manera neutral, no discriminatoria, oportuna, y con información plena.
- e. Las marcas que supriman la exigencia de que los comercios afiliados por un facilitador de pago deban establecer un contrato adicional con los adquirentes cuando supera un determinado umbral de valor en sus transacciones.

Por su parte, se recomienda al BCRP que, en el ámbito de sus facultades:

- f. Evalúe establecer un procedimiento que permita mejorar la publicidad de las tasas de intercambio fijadas por las marcas. Asimismo, que el BCRP evalúe la necesidad de implementar un procedimiento que permita recopilar información sobre las tasas de intercambio, y los principales factores que determinan sus niveles y evolución.
- g. Evalúe la conveniencia de establecer un procedimiento para la entrega de la información de adquirentes, facilitadores de pago, procesadores de pago y marcas de tarjetas, que permitan monitorear la dinámica del mercado.

Luego de la revisión de todos los comentarios recibidos, la Secretaría Técnica procederá a emitir el Informe Final.

