



JULIO, 2023

CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN LAS TARJETAS DE PAGO

LIBRE COMPETENCIA EN
POCAS PALABRAS - N°30

PROGRAMA UC - LIBRE COMPETENCIA

CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN LAS TARJETAS DE PAGO

1. INTRODUCCIÓN.

En los mercados en donde existen múltiples actores, cada participante busca maximizar su propio interés económico, compitiendo entre sí para captar la atención y preferencia de los consumidores. Sin embargo, en algunos mercados en particular, se puede observar una alta participación de mercado en pocos agentes dominantes, lo que define a un mercado como “concentrado”.

Esta situación en sí misma no atenta necesariamente a la libre competencia, en cuanto, es normal que existan mercados que se encuentren altamente concentrados como lo es el caso que comentaremos de la industria de las tarjetas de pago, en donde los principales actores en Chile son Visa y MasterCard quienes cuentan con una participación de mercado de aproximadamente un 95%¹.

Ahora bien, la existencia de pocas empresas con alta participación en el mercado puede generar efectos tanto positivos como negativos, generalmente

como consecuencias beneficiosas se menciona la existencia de economías de escala, mejores eficiencias y capacidad para invertir en investigación y desarrollo. No obstante, lo anterior, es posible que se puedan provocar efectos negativos como la reducción de la competencia, aumento de los precios y la posibilidad de generarse de un abuso de poder de dominio, lo cual atenta contra la libre competencia.

2. FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO

En la actualidad, es cada vez más común realizar nuestros pagos utilizando tarjetas de débito o crédito emitidas por bancos, así como tarjetas prepago ofrecidas por diversas instituciones financieras no bancarias. Este medio de pago es la opción preferida del 60% de los chilenos, desplazando cada vez más al dinero en efectivo².

En nuestro país, los principales actores del mercado de tarjetas son Visa y MasterCard, las cuales son las marcas más utilizadas tanto a nivel nacional como internacional³.

Este protagonismo de las marcas de tarjeta ha reflejado que el mercado en el cual se desenvuelven se encuentra fuertemente concentrado.

¹ Cámara de Diputados “Informe Análisis del Mercado de Medios de Pago en Chile”. Disponible en :https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=219990&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

² Grupo Credicorp (2022) “Chile es el país de la región donde más personas cuentan con tarjeta de débito y donde menos se usa el efectivo” Disponible en: [https://www.grupocredicorp.com/noticias/chile-](https://www.grupocredicorp.com/noticias/chile-es-el-pais-de-la-region-donde-mas-personas-cuentan-con-tarjeta-de-debito-y-donde-menos-se-usa-el-efectivo/)

[es-el-pais-de-la-region-donde-mas-personas-cuentan-con-tarjeta-de-debito-y-donde-menos-se-usa-el-efectivo/](https://www.grupocredicorp.com/noticias/chile-es-el-pais-de-la-region-donde-mas-personas-cuentan-con-tarjeta-de-debito-y-donde-menos-se-usa-el-efectivo/)

³ Revista Forbes (2020) “Visa y MasterCard, en plena evolución, miran hacia el club de billón de dólares” Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/visa-y-mastercard-en-plena-evolucion-se-encaminan-al-club-del-billon-de-dolares/>

Bajo estos supuestos, dentro de un mercado concentrado la o las marcas que cuentan con mayor participación se denominan que tienen “posición de dominio” lo que, por si mismo, no debiese generar una conducta anticompetitiva, salvo en los casos que se abuse de dicha posición.

El mercado de la industria de las marcas de las tarjetas, en el cual actúan Visa, MasterCard y American Express, entre otras, se basa en un modelo de licencia en el cual las marcas otorgan un “permiso” a los emisores de tarjetas (bancos y otras instituciones financieras) para emitir tarjetas de crédito, débito y prepago con su marca.

Los emisores licenciados pagan una tarifa denominada “costo de marca” por cada transacción procesada con las tarjetas.

A su vez, las marcas les otorgan a los emisores acceso a una red de aceptación a miles de comercios y proveedores de servicios en todo el mundo, brindándoles un amplio alcance de cobertura y permitiendo a sus clientes utilizar sus tarjetas en numerosos establecimientos.

La tarifa de marca que pagan los emisores es parte de los costos que integran el “Merchant Discount” que es la comisión final que debe pagar el comercio por haber vendido un producto o servicio por medio de tarjeta.

⁴ Revista Forbes (2020) “*Visa y Mastercard, en plena evolución, miran hacia el club del billón de dólares.*” Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/visa-y-mastercard-en-plena-evolucion-se-encaminan-al-club-del-billon-de-dolares/>

⁵ Para más información de este tipo de conducta revisar:

3. PRINCIPALES ACTORES, VISA Y MASTERCARD.

Tanto Visa como MasterCard se desarrollan como multinacionales que prestan servicios financieros, facilitando las transferencias de fondos entregando productos de pago, tales como tarjetas de crédito, débito, prepago o monederos electrónicos.

Estos son los principales actores en el mercado de prestadores de tarjetas, las cuales poseen en conjunto el 90% aproximadamente de la participación del mercado a nivel mundial ⁴

A nivel nacional, como adelantamos en la introducción, poseen una participación de mercado cercana al 95%, lo que genera la necesidad de analizar posibles riesgos anticompetitivos, principalmente conductas explotativas⁵ que se podrían manifestar a través de esta dominancia colectiva.

Si bien, en Chile no existe un umbral exacto que determine cuando una marca se encuentra en posición de dominio, se ha estimado por la FNE en si cuentan con una participación de mercado superior al 35%⁶, por su parte el TDLC ha determinado en algunos casos dominancia con participaciones inferiores al 35%⁷ lo que a todas luces

<https://librecompetencia.uc.cl/images/AAA/EPP/EPP8.pdf>

⁶ Fiscalía Nacional Económica (2014) Guía de Restricciones Verticales”

⁷ TDLC (2005-2006) Sentencia N°24/2005 y Sentencia 39/2006.

indicarían que Visa y MasterCard cuentan con una posición de dominio y así lo ha confirmado el TDLC mediante las Instrucciones de Carácter General N°5.

4. INSTRUCCIÓN DE CARÁCTER GENERAL N°5 DEL TDLC

En 2022, el TDLC dicta las Instrucciones de Carácter General N°5 (en adelante “I.G N°5”) relativas al mercado de los medios de pago con tarjetas de crédito, débito y prepago.

Estas directrices versaron especialmente en la interoperabilidad entre actores que participan el dicho mercado, prácticas comerciales, incentivos y medidas de implementación para la correcta aplicación del sistema de mercado basado en el modelo de cuatro partes.

4.1. Sobre la dominancia

Sobre la base de los antecedentes aportados por los intervinientes, el TDLC elabora distintas tablas de datos, adelantando que Visa Y MasterCard han tenido consistentemente una elevada participación del mercado en Chile y con una tendencia al alza.

En tarjetas de crédito, los datos debelan que MasterCard y Visa concentran un 86.4% de las tarjetas vigentes y, en lo que respecta a las transacciones, representan el 97.6%⁸

Un concepto clave a mencionar es el de “*unavoidable trading partners*”, el cual aplicaría a Visa y MasterCard por ser considerados socios comerciales

inevitables para los demás actores del mercado, lo que fortalece su posición de dominio

Sobre este punto, en la I.G N° 5 concluye⁹ que, estas marcas con una posición dominante generan riesgos, en cuanto, pueden ejercer su poder de mercado a través de condiciones gravosas que dependerán de su sola discreción y que pueden dar lugar a actuaciones arbitraria o discriminatorias, debiendo por tanto ceñir las reglas instruidas mediante este instrumento.

4.2. Problema del “No-Surcharge”

Una implementación particular de la I.G N°5 fue enfrentar un problema económico en este mercado, que es el “*no-surcharge*” consistente en que el cliente usuario de una tarjeta no paga por cada transacción, sin asumir por parte del usuario el costo que significa esta transacción, el cual lo debe asumir el comercio.

En nuestro país, hasta antes de la I.G N°5, existía la regla de no discriminación o recargo, que prohibía a los comercios cobrar un precio diferente por utilizar determinado medio de pago, lo que traspasaba al usuario tarjante el cargo por la transacción. Esta regla fue eliminada por parte de la I.G N°5 siendo factible actualmente por el comercio hacer estos recargos, pero con límites máximos.

⁸ FNE (2022) “Instrucciones de Carácter General N°5/2022” pp. 55.

⁹ FNE (2022) “Instrucciones de Carácter General N°5/2022” pp. 144-145.



Pablo Eduardo Martínez Muñoz

- Ayudante junior.
- Abogado,
Universidad de
Concepción.

Experiencia

- Diplomado en Libre Competencia,
Universidad Adolfo Ibañez.
- Diplomado en Nuevas Tendencias en
Libre Competencia, Universidad Finis
Terra.
- Egresado Magíster en Regulación,
Universidad Adolfo Ibañez.

CONTACTO



pabloeduardomartinezmuno
z@gmail.com

MÁS SOBRE
EL AUTOR





Enrique Ignacio Espoz Salvo

- Ayudante junior.
- Abogado,
Universidad Adolfo
Ibáñez.

Experiencia

- Diplomado en Libre Competencia con
mención Nuevas Tecnologías y
Mercados Digitales, Pontificia
Universidad Católica de Chile

CONTACTO



espozsalvo@gmail.com

MÁS SOBRE
EL AUTOR

