

NUEVOS ENFOQUES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS ESPAÑOLAS PARA EL NEGOCIO DE LAS TARJETAS BANCARIAS

Carmelo Mercado Idoeta

carmelo.mercado@urjc.es

Carlos del Castillo Peces

carlos.delcastillo@urjc.es

Daniel Corral de la Mata

da.corral@alumnos.urjc.es

Univ. Rey Juan Carlos de Madrid

ABSTRACT:

The objective of this academic research is to verify how and when Spanish financial institutions will need to reshape their card issuing business models in Spain as a consequence of the negative economic impact of the legally binding agreement signed on 2-12-2005 among the largest retail associations and the financial institutions represented by the three local processors (Servired, 4B and Euro6000). This legal agreement has implied a gradual but very significant reduction of the local interchange rates that apply to financial institutions at cards POS local transactions, and represents a significant decrease of the revenues generated in this financial payments business model.

KEYWORDS: Financial cards, Interchange rates, Financial Institutions Management

RESUMEN:

El objetivo de este trabajo de investigación es contrastar como van a reenfoque las entidades financieras españolas el negocio de las tarjetas bancarias en España, para compensar el efecto negativo que en sus cuentas de resultados está provocando la aplicación del acuerdo del 2-12-2005 suscrito entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras representadas por las tres redes españolas (Servired, 4B y Euro6000), acuerdo que supone una sensible reducción de las tasas de intercambio que se aplican dichas entidades por el uso de las tarjetas bancarias en comercios, y por lo tanto de los beneficios que se generan por este tipo de negocio.

PALABRAS CLAVE: Tarjetas Bancarias, Tasas de Intercambio, Gestión de Entidades Financieras.

1. INTRODUCCION

Para describir la naturaleza del negocio de las tarjetas bancarias, hay que contemplar las siguientes figuras:

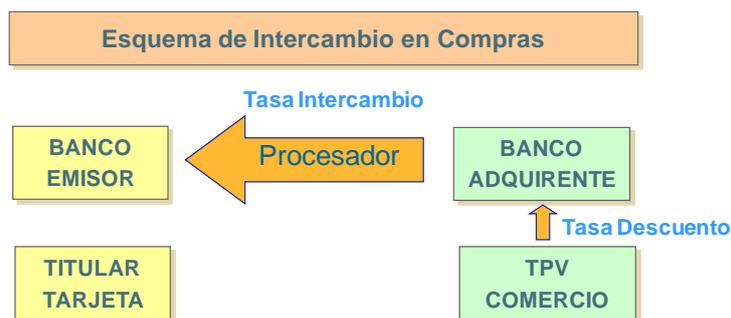
- **Emisor:** Entidad financiera que pone en circulación las tarjetas bancarias
- **Titular:** Es el tenedor de las tarjetas bancarias y usuario de las mismas
- **Adquirente o Merchant:** Entidad financiera que recibe la operativa por medio de los dispositivos habilitados al efecto, bien sea mediante los TPV (Terminal Punto de Venta) para compras en comercios, o en cajeros automáticos (ATM: Automated Teller Machine).
- **Comercio:** Es el depositario del dispositivo habilitado para la recepción de la operativa de tarjeta (TPV).

En definitiva, los titulares de tarjetas disponen de un producto puesto a su disposición por las entidades emisoras que les va a permitir realizar transacciones de compras y retiradas de efectivo. Pero para que la operativa de compras sea posible, el Merchant deberá haber puesto en poder de los comercios vendedores la tecnología capaz de gestionar este medio de pago (TPV). En el caso de la operativa en cajeros, las entidades financieras han instalado un cajero automático (ATM) en sus propias oficinas bancarias, o bien en establecimientos comerciales en los que se arrienda un espacio físico para el mismo.

A este respecto, debemos indicar que en el mundo de las tarjetas bancarias existen tres negocios claramente diferenciados: a) El negocio emisor derivado de la puesta en el mercado de las tarjetas de pago por parte de las entidades financieras. b) El negocio adquirente derivado de la instalación de TPV en comercios con los que las entidades recogen la facturación efectuada con las tarjetas. c) El negocio derivado de la red de cajeros automáticos (ATM).

Por el objetivo de este trabajo nos centraremos en lo relativo a la utilización de las tarjetas bancarias para el pago de compras en comercios, dejando de lado el negocio derivado de la red de cajeros. En lo que respecta al “Esquema de Comisiones o Tasas de Intercambio pagadas/ cobradas en Compras”, la tasa de intercambio siempre parte de la entidad adquirente o merchant (vía TPV) y llega hasta la entidad emisora. Tomando como referencia un punto de vista emisor, se estará recibiendo tasa de intercambio, y en sentido contrario posicionándose como adquirente, se estará cediendo.

No obstante, para tener una visión completa hace falta tener presente que la entidad adquirente, es decir, la cedente de intercambio, carga una cantidad al comercio en el que se está realizando la compra denominada “tasa de descuento”, que al menos desde el punto de vista teórico será más elevada que el total cedido en forma de intercambio. Este exceso cobrado con respecto a lo cedido se justificará en la necesidad de repercutir costes transaccionales, en el fraude soportado, etc., así como en la legítima intención de obtener beneficio. Este esquema de comisiones se refleja en el cuadro siguiente:



Por lo tanto, centrándonos exclusivamente en las comisiones generadas en la operativa de las tarjetas bancarias en comercios, y de forma no exhaustiva, podríamos considerar las siguientes partidas de la cuenta de resultados de este negocio:

a) Negocio emisor:

- (+) Comisiones cobradas del titular de la tarjeta por la emisión/ renovación de la misma
- (+) Comisiones percibidas por las entidades emisoras provenientes de las entidades adquirentes como consecuencia del uso de las tarjetas en comercios, a la que nos referiremos como Tasa de intercambio recibida.

b) Negocio adquirente:

- (+) Comisiones cobradas a los comerciantes por la gestión de los cobros de las tarjetas, conocidas como Tasa de descuento.
- (-) Comisiones cedidas a la entidad emisora de la tarjeta por parte de la entidad adquirente, o Tasa de intercambio cedida.

Por otro lado, analizando la situación actual del mercado español de tarjetas bancarias, se podría afirmar que existe un adecuado desarrollo de los medios materiales necesarios (en términos de TPV y de tarjetas en circulación), pero sin embargo el uso de dichas tarjetas como medio de pago en comercios e incluso de financiación de la compra, todavía no ha alcanzado los niveles que tienen otros países de nuestro entorno con mayor grado de desarrollo en este negocio¹.

Y con este escenario se llegó hasta el año 2005, en el que además de un mayor nivel de competencia en el sector, tanto por la irrupción de nuevos intervinientes (MBNA, Capital One, etc.) como por la aparición de nuevas formas de pago (Paypal, Mobipay, etc.), los pilares del negocio tradicional de las tarjetas bancarias han sido seriamente modificados con motivo de las sentencias del Tribunal de Defensa de la Competencia, que culminaron con la firma del Acuerdo Marco que regula las tasas de intercambio, con importantes decrementos para el periodo 2006-2010.

El Acuerdo Marco sobre tasas de intercambio para el uso de las tarjetas en comercios, suscrito el 2.12.2005 entre las principales asociaciones de comerciantes y las entidades financieras representadas por las tres redes españolas (Servired, 4B y Euro6000), está suponiendo una sensible reducción gradual de dichas tasas,

¹ Véase MERCADO, C, CASTILLO, C, CORRAL, D. “El nuevo entorno del negocio de la tarjetas bancarias en el sistema de pagos español” (apartado 2). Incluido en Creativity and Survival of the Firm Under Uncertainty. European Academic Publisher (2009).

de tal forma que comparando la tasa a aplicar en 2010 (0,64%) con el punto de partida de 2005 (1,55%), la reducción experimentada en términos porcentuales es del 58,71%. Y aún podría ser peor en el futuro, si se aplicará a las tasas de intercambio domésticas el acuerdo suscrito entre la Comisión Europea y Mastercard (0,26%), en cuyo caso la caída desde la tasa aplicada en el año 2005 sería del 83,23%².

Estas caídas en las tasas de intercambio por el uso de las tarjetas en comercios, están provocando una reducción de ingresos en las cuentas de resultados de las entidades financieras, que podemos cifrar para el conjunto de dichas entidades en unos 3.300 millones de euros para el periodo 2006-2010, con una pérdida anual recurrente de al menos 800 millones de euros a partir del año 2011, o incluso cercana a los 1200 millones de euros, si finalmente se aplica a las tasas de intercambio domésticas el acuerdo entre la Comisión Europea y Mastercard³.

Todo lo anterior debería exigir a las entidades financieras un replanteamiento de sus estrategias comerciales en este negocio, para lograr un reequilibrio de sus cuentas de resultados. Este replanteamiento no parece que vaya dirigido a incrementar las comisiones que se cobran a los clientes, ya que, por un lado dichos clientes perciben de forma muy negativa cualquier incremento de comisiones de dichas entidades, y por otro el Banco de España, dentro de su actividad de protección al consumidor, no permite subidas de comisiones que no respondan a la mejora de los servicios actuales.

Por lo tanto, es posible que las estrategias de reequilibrio estén dirigidas al incremento de la actividad, aprovechando la potencialidad que el mercado español presenta en dos frentes que incluso podrían ser concurrentes: en primer lugar conseguir que las tarjetas sean más activas como medio de pago para las compras en comercios, sustituyendo en cierta medida el uso de efectivo, y en segundo lugar, se trataría de conseguir que dichas tarjetas fueran utilizadas de forma más intensiva como instrumento de financiación de la compra.

En este trabajo pretendemos contrastar de que forma van a reenfocar las entidades financieras españolas el negocio de las tarjetas bancarias, para compensar el efecto negativo que en sus cuentas de resultados está provocando la aplicación del acuerdo del 2-12-2005, al suponer una fuerte reducción en las tasas de intercambio que se aplican dichas entidades por el uso de de las tarjetas en comercios.

2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION EMPIRICA REALIZADA

2.1 DELIMITACION DEL AMBITO DE LA INVESTIGACION

El ámbito de este trabajo de investigación es el sector financiero español, y más en concreto, los dos grupos de intervinientes más importantes dentro del mismo, es decir, bancos y cajas de ahorro.

Dado que en el mercado español de medios de pago las entidades financieras se encuentran asociadas en tres diferentes redes, hemos partido de su relación de integrantes como punto de inicio: 101 entidades asociadas a Servired, 27 entidades asociadas a 4B y 37 entidades asociadas a Euro6000, lo que nos proporciona una suma total de 165 entidades. Sobre este censo hemos realizado una serie de descartes en base a distintos criterios:

- o Entidades que no desarrollan actividad adquirente (3)
- o Entidades que sólo estén orientadas al segmento de “banca privada” y/o “banca mayorista o de inversiones”, “bancos que operan exclusivamente a través de Internet” y “financieras de consumo”, ya que se ha considerado oportuno centrarse en aquellas entidades que abarquen la “banca minorista” (particulares y pequeñas y medianas empresas), y que tengan presencia no sólo en la actividad emisora sino también en la actividad adquirente (35).
- o Entidades extranjeras con sucursales en España, al depender de criterios de la matriz (11).
- o Cooperativas de crédito, más en concreto, “cajas rurales”, ya que todas ellas están bajo el paraguas del Banco Cooperativo, entidad que sí será incluida en la investigación (51).
- o Entidades integradas dentro del grupo Banco Popular, y que no tienen independencia en la gestión de los medios de pago (5).

Después de estos ajustes, el tamaño de la población objeto de esta investigación es de 60 entidades, tal y como se pone de manifiesto en la tabla siguiente:

² Véase MERCADO, C, CASTILLO, C, CORRAL, D. “El nuevo entorno del negocio de la tarjetas bancarias en el sistema de pagos español” (apartado 3). Incluido en Creativity and Survival of the Firm Under Uncertainty. European Academic Publisher (2009).

³ Véase MERCADO, C, CASTILLO, C, CORRAL, D. “El nuevo entorno del negocio de la tarjetas bancarias en el sistema de pagos español” (apartado 3). Incluido en Creativity and Survival of the Firm Under Uncertainty. European Academic Publisher (2009).

Redes	Colectivo inicial	EXCLUSIONES					Colectivo final
		Iberia Card CECA	B. Privada B. Mayorista B. Internet Financieras	Bancos extranj.	Coop. Crédito	Grupo Popular	
SERVIED	101	1	19	11	51	0	19
4B	27	1	13	0	0	5	8
EURO6000	37	1	3	0	0	0	33
TOTAL	165	3	35	11	51	5	60

Fuente: Elaboración propia.

Una vez definida la población total, se ha considerado oportuno realizar una segmentación en base al tamaño de las entidades, para así poder determinar si este factor tiene influencia para las conclusiones que se obtengan del trabajo de investigación. Para ello se ha tomado en consideración el parámetro de los activos totales⁴. En base a lo anterior, se han establecido los siguientes grupos por tamaño:

- “Entidades grandes”: aquellas cuyos activos totales a Diciembre de 2008 superan los 80.000 millones de euros. Con este criterio se seleccionan 9 entidades⁵.
- “Entidades medianas”: aquellas cuyos activos totales a Diciembre de 2008 se encuentran entre los 20.000 y los 80.000 millones de euros. Con este criterio se seleccionan 19 entidades.
- “Entidades pequeñas”: aquellas cuyos activos totales a Diciembre de 2008 son inferiores a los 20.000 millones de euros. Con este criterio se seleccionan 33 entidades.

En definitiva, según estos criterios de tamaño, el colectivo de bancos y cajas de ahorro a considerar en esta investigación quedaría como sigue:

ENTIDADES	Población	% Representatividad (número)	% Representatividad (activos totales)
GRANDES	9	15,0%	69,0%
MEDIANAS	19	31,7%	23,0%
PEQUEÑAS	32	53,3%	8,1%
TOTAL	60	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

2.2 DISEÑO DEL PROCESO DE INVESTIGACION

CLASIFICACIÓN DE LAS FUENTES:

Como fuente primaria se ha utilizado un cuestionario que se ha remitido a los responsables de medios de pago de las 60 entidades objeto de la presente investigación.

Como fuentes secundarias adicionales, merecen ser destacadas las siguientes: Banco de España⁶, Servired, 4B y Euro6000⁷, AEB (Asociación Española de Banca)⁸, CECA (Confederación Española de Cajas de Ahorro)⁹, DBK¹⁰ y The Nilson Report¹¹.

⁴ Este mismo criterio fue utilizado por CASTILLO, C. en su tesis doctoral “La normativa ISO 9000 como herramienta para incrementar el valor percibido por el cliente en las entidades financieras españolas”. Universidad Rey Juan Carlos (2005).

⁵ Se ha incluido también en este grupo al Banco Cooperativo, que aunque a nivel de activos totales sería una “entidad pequeña”, a nivel de participación accionarial en Servired supera al Banco de Sabadell (considerado como “entidad grande”). Véase CINCO DÍAS (16/10/2008): “Servired y 4B ahorrarán 100 millones al unir sus plataformas”. En dicho artículo se menciona que el accionariado de Servired se encuentra controlado por La Caixa y BBVA (21% cada uno), Caja Madrid, (14,5%), Banco Cooperativo (9%) y Banco Sabadell (6%).

⁶ Informe del Banco de España accesible en: <http://bde.es/sispage/estadisticas.pdf>

⁷ Información extraída de las memorias de las tres entidades.

⁸ Anuario Estadístico de la Banca en España (2008).

⁹ Anuario Estadístico de las Cajas de Ahorro Confederadas (2008).

CUESTIONARIO

En lo referente al proceso de elaboración del cuestionario, citado anteriormente como fuente primaria y que fue enviado a las 60 entidades seleccionadas, destacamos las siguientes etapas:

- Análisis de cuestionarios utilizados en otros estudios sobre medios de pago en España¹².
- Elaboración de un primer borrador del mismo, que fue sometido a un “pretest” por parte de dos de las entidades financieras participantes y de una de las redes de medios de pago del mercado español.
- Elaboración del cuestionario definitivo una vez incorporadas las sugerencias recibidas en el “pretest” citado.

DIMENSIÓN TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN

En lo que se refiere al envío del cuestionario, se llevó a cabo en una sola fase durante el mes de Junio de 2009, mediante correo ordinario dirigido a los responsables de los departamentos de medios de pago de las entidades seleccionadas.

Durante la recepción de los cuestionarios cumplimentados, se puso de manifiesto la necesidad de contactar telefónicamente con un reducido número de entidades a los efectos de clarificar algunos aspectos concretos.

El proceso de recogida de datos se dio por finalizado el 30 de Septiembre de 2009, fecha en la que comenzó el tratamiento de los resultados y la obtención de las correspondientes conclusiones.

Por otro lado, indicar que para elaborar el censo total de entidades susceptibles de ser analizadas en esta investigación, se han considerado datos de cierre del 2008.

3. HIPOTESIS A CONTRASTAR

Según se indica en el apartado de introducción de este trabajo, el efecto negativo de la aplicación del acuerdo para el conjunto del sector puede cuantificarse en una cifra que para 2011 no será inferior a los 800 millones de euros anuales, pudiendo llegar a ser en el peor de los escenarios de 1200 millones anuales. No obstante lo anterior, hemos querido comprobar esta repercusión negativa a nivel de cada una de las entidades financieras participantes en la investigación, ya que aunque las entidades españolas suelen tener en el negocio de medios de pago una actividad mixta (emisora y adquirente), el efecto del acuerdo podría variar para aquellos casos en los que predominará claramente la actividad adquirente. Por este motivo, hemos formulado la primera de las hipótesis que se indica a continuación:

HIPÓTESIS 1: La caída de las tasas de intercambio ha tenido un efecto negativo en los resultados de las entidades financieras españolas.

Por otro lado, si se confirmara la hipótesis 1 nos encontraríamos ante varios escenarios posibles. El más simple pasaría por aceptar esta nueva realidad económica, asumiendo de forma permanente para este negocio la reducción de resultados antes citada, sobrevenida como consecuencia del movimiento regulatorio. Sin embargo, una segunda opción (que pretendemos validar) pasaría por reenfocar el negocio de los medios de pago en su conjunto, para compensar dicha reducción.

Para este nuevo enfoque nos hemos centrado en la mejora de los aspectos que, como hemos ya comentado, tradicionalmente han resultado ser más débiles en el sistema de medios de pago español. Nos estamos refiriendo al uso de las tarjetas en comercios, y más en concreto a la financiación del consumo que se soporta en tarjeta bancaria¹³.

Por todo ello, para la formulación de la hipótesis que se muestra a continuación hemos tomado como referencia al que hemos denominado “modelo anglosajón”, y que de forma genérica se refiere tanto al esquema imperante en UK como al promovido por EEUU (mercado que muestra usos similares a los del Reino Unido):

HIPÓTESIS 2: Las entidades financieras españolas deben reenfocar en los próximos ejercicios su actual modelo de negocio, tomando como referencia el modelo anglosajón, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español.

¹⁰ DBK (2007): “Competitors: tarjetas de pago”

¹¹ The Nilson Report (varios números)

¹² Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 383.

¹³ Con datos de 2007, en España el “uso en compras con tarjeta en relación con el total” se elevó al 44 %, porcentaje que contrasta con el 72% mostrado por Francia o con el 63% del Reino Unido, mientras que los saldos aplazados en tarjeta alcanzaron el 12,5% del total de los saldos financiados al consumo, cifra muy inferior a la mostrada en la misma fecha por el Reino Unido, que llegaba al 30%. (fuente Visa Europe).

4. RESULTADOS OBTENIDOS

4.1 NIVEL DE RESPUESTA DEL CUESTIONARIO

El cuestionario fue remitido a un total de 60 entidades, habiéndose conseguido respuesta en el caso de 44 de ellas. Esto representa el 73,3% del total de los cuestionarios remitidos y el 89,6% de los activos totales representados por las 60 entidades seleccionadas. Esta discrepancia entre ambos porcentajes de representatividad se debe a que hemos obtenido mayor número de respuestas de las “entidades grandes” que de las “entidades medianas”, y a su vez de éstas que de las “entidades pequeñas”, todo ello en términos porcentuales. En el cuadro adjunto, se recogen las cifras anteriores, incorporando el desglose de las mismas en base a los criterios de tamaño antes descritos.

ENTIDADES	Cuestionarios enviados (número)	Cuestionarios recibidos (número)	% Cuestionarios recibidos (número)	% Cuestionarios recibidos (activos totales)
GRANDES	9	8	88,9%	94,9%
MEDIANAS	19	15	78,9%	82,5%
PEQUEÑAS	32	21	65,6%	72,5%
TOTAL	60	44	73,3%	89,6%

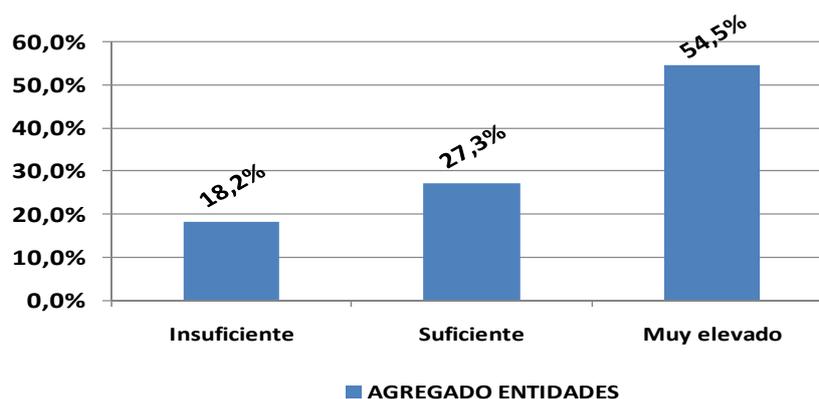
Fuente: Elaboración propia.

4.2 ASPECTOS PRELIMINARES

En este apartado se ha recogido la opinión de las entidades participantes en la investigación, sobre los actuales puntos fuertes y débiles del mercado español de medios de pago, que en la mayoría de los casos lo han venido definiendo desde hace años, y que pueden suponer el punto de partida para el reenfoque del modelo de negocio de tarjetas bancarias, cara a compensar la negativa repercusión del movimiento regulatorio ya comentado.

En primer lugar, se ha tratado de contrastar el desarrollo físico de los medios materiales necesarios para la expansión del sistema, esto es, el número de terminales en punto de venta (TPV) en manos de los comerciantes, y el número de tarjetas en manos del público.

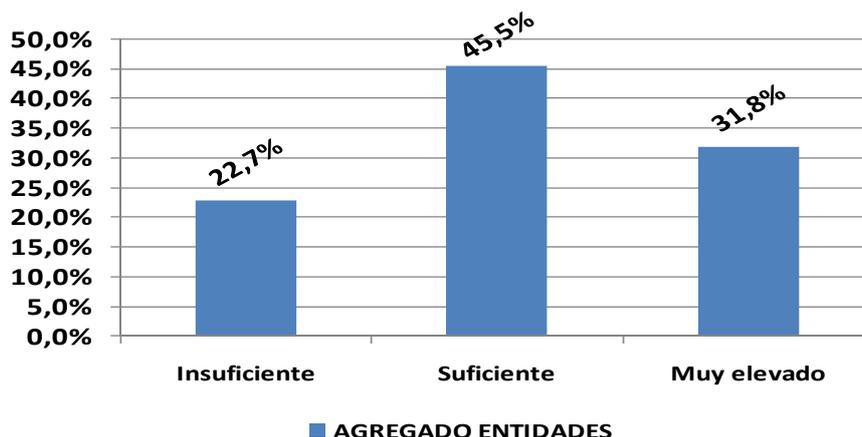
En el gráfico siguiente se reflejan las respuestas obtenidas a la pregunta formulada a las entidades financieras, sobre su valoración sobre el número de terminales en punto de venta (TPV) instalados:



Fuente: Elaboración propia.

- o Los resultados indican que un 81,8% de los encuestados consideran al parque de TPV como “suficiente” o “muy elevado”. Por otro lado un 54,5% lo consideran “muy elevado”.
- o Si tenemos en cuenta los grupos en función del tamaño, los resultados obtenidos son similares, ya que la respuesta “suficiente” o “muy elevado” se mueve en un rango que oscila entre el 75% de las “entidades grandes” y el 86,6% de las “entidades medianas”.

En lo que respecta al número de tarjetas en circulación, en el siguiente gráfico se recogen las respuestas de las entidades financieras a la pregunta que se les ha formulado sobre su valoración sobre el número de tarjetas bancarias emitidas:



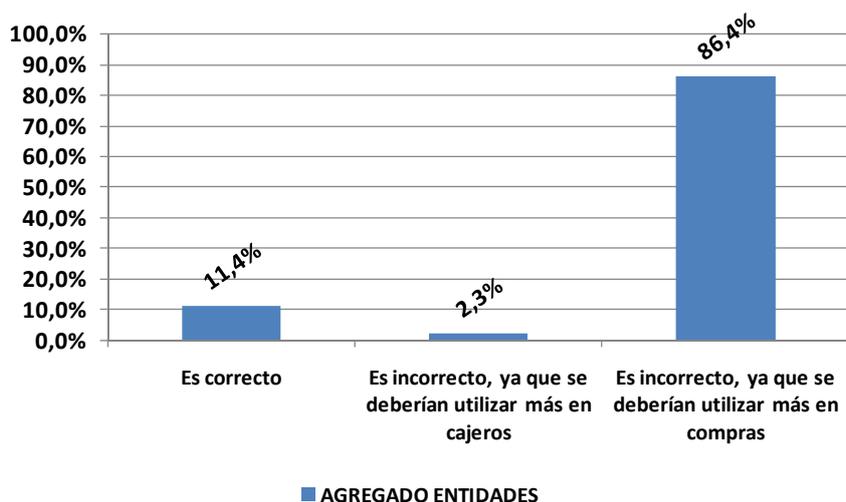
Fuente: Elaboración propia.

o Los datos muestran que un 77,3% consideran al parque de tarjetas como “suficiente” o “muy elevado”. Aunque a diferencia de los resultados del parque de TPV, en este caso la opción más seleccionada ha sido la de “suficiente”, con un 45,5% del total de las respuestas.

o Si tenemos en cuenta los grupos analizados en función del tamaño, los resultados son similares aunque con mayor dispersión, ya que las respuestas “suficiente” o “muy elevado” se mueven en un rango que oscila entre el 66,7% de las “entidades pequeñas” y el 87,5% de las “entidades grandes”. Entendemos que esta mayor dispersión es debida a que probablemente han sido las entidades de mayor tamaño las más activas a la hora de comercializar las tarjetas mediante políticas agresivas de venta cruzada, lo que ha tenido como consecuencia que sus clientelas presenten un mayor nivel de penetración del producto.

El siguiente aspecto preliminar objeto de contraste, ha consistido en comprobar en qué medida el desarrollo de los medios materiales antes descrito se corresponde con una adecuada utilización de los mismos, basándonos en la relación entre el uso de la tarjeta en compras y el total facturado (como suma tanto de las “disposiciones de efectivo en cajeros” como de las “compras en comercios”).

En el gráfico siguiente se recogen las respuestas obtenidas de las entidades financieras participantes en la investigación, respecto a su valoración sobre el uso que, teniendo en cuenta el número de TPV instalados y el número de tarjetas emitidas, se viene realizando de éstas últimas.



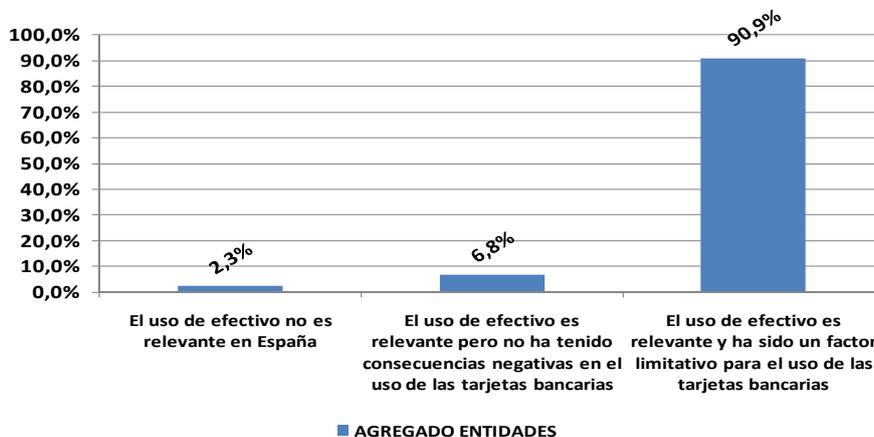
Fuente: Elaboración propia.

o Los datos demuestran sin lugar a dudas que las entidades consideran el uso de las tarjetas como “incorrecto, ya que se deberían utilizar más en compras” (86,4%).

o Si tenemos en cuenta el tamaño de las entidades los resultados son prácticamente idénticos, ya que esa misma respuesta toma valores que van desde el 85,7% de las “entidades pequeñas” hasta el 87,5% de las “entidades grandes”.

Sin pretender adentrarnos en profundidad en los motivos que pudieran haber causado estos inadecuados niveles de uso, sí que hemos querido testar en qué medida el uso de efectivo ha sido un factor limitativo para el uso de las tarjetas, en línea con lo manifestado por el profesor Bernal (2001)¹⁴.

Para confirmar esta cuestión hemos planteado a los principales bancos y cajas si consideran que el uso de efectivo es un factor limitativo para el uso de las tarjetas bancarias, obteniéndose las respuestas que se plasman en el gráfico siguiente:



Fuente: Elaboración propia.

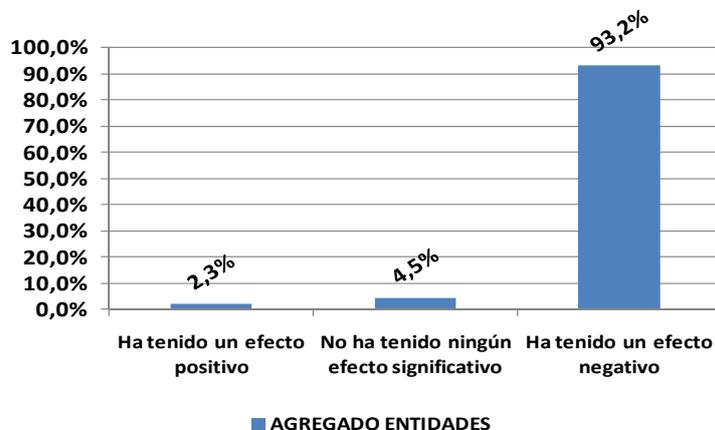
- o Las respuestas obtenidas son concluyentes, ya que un 90,9% de las entidades encuestadas manifiestan que “el uso de efectivo es uno de los causantes del bajo uso de las tarjetas en nuestro mercado”.
- o Teniendo en cuenta el tamaño de las entidades, los resultados son similares, aunque con cierta dispersión, ya que el porcentaje de las que han optado por esa misma respuesta oscila entre el 80% de las “entidades medianas” y el 100% de las “entidades grandes”.

4.3 CONTRASTE DE LAS HIPOTESIS

A continuación vamos a comentar las conclusiones obtenidas en cuanto al contraste de las hipótesis formuladas, en base a los resultados obtenidos de la investigación empírica llevada a cabo.

HIPÓTESIS 1: La caída de las tasas de intercambio ha tenido un efecto negativo en los resultados de las entidades financieras españolas.

Para contrastar esta hipótesis se ha preguntado a las citadas entidades, sobre cuál ha sido el efecto en su cuenta de resultados de la aplicación del acuerdo del 2-12-2005, obteniéndose los resultados que se indican:



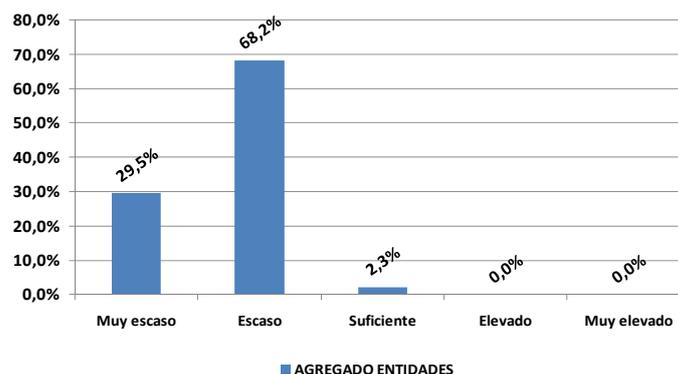
Fuente: Elaboración propia.

¹⁴ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 67 y 68.

- Los resultados CONFIRMAN LA HIPOTESIS, ya que un 93,2% de las entidades consideran que el acuerdo ha tenido un “efecto negativo”.
- No existen diferencias reseñables al tomar en cuenta la opinión de las entidades segmentadas en función de su tamaño, ya que los porcentajes de las respuestas de las entidades que opinan que el acuerdo ha tenido un “efecto negativo” oscilan entre el 87,5% de las “entidades grandes” y el 95,2% de las “entidades pequeñas”.

HIPÓTESIS 2: Las entidades financieras deben reenfocar en los próximos ejercicios su actual modelo de negocio, tomando como referencia el modelo anglosajón, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español.

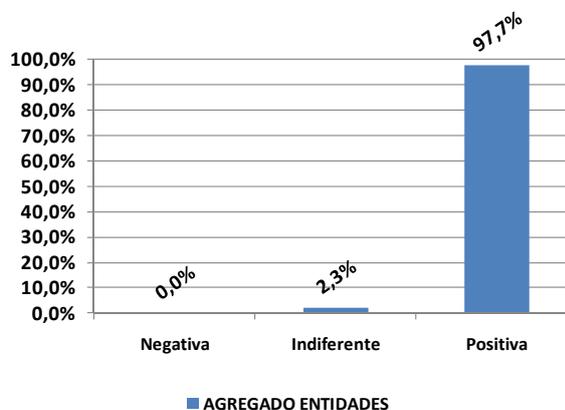
En primer lugar hemos requerido de las entidades financieras la valoración que les merece el porcentaje de financiación sustentado en tarjeta, obteniéndose las siguientes respuestas:



Fuente: Elaboración propia.

- El resultado es concluyente, ya que un 97,7% de las entidades encuestadas consideran al porcentaje financiado en tarjeta como “muy escaso” o “escaso”, siendo esta última opción la más seleccionada (68,2%).
- Al efectuar el análisis en función de los tres grupos según su tamaño nos encontramos con resultados similares. La única diferencia estriba en el peso de la opción “muy escaso”, que mientras que en las “entidades pequeñas” y en las “entidades medianas” presenta valores similares al del agregado de entidades, en las “entidades grandes” es del 50% (prácticamente el doble). Entendemos que esta diferencia es debida a lo que apuntaba el profesor Bernal¹⁵, en el sentido de que “tradicionalmente en España las tarjetas bancarias han sido entregadas a sus titulares como simples complementos de las cuentas corrientes o de otros servicios financieros y no como productos independientes”, por lo que los clientes no conocen todas sus ventajas, entre las que se encuentra la posibilidad de financiación de las compras. En este sentido, han sido las “entidades grandes” las más activas en este tipo de venta de las tarjetas bancarias, dada su mayor base de clientela.

Una vez contrastado que a las entidades financieras les parece bajo el aplazamiento de pago soportado en tarjeta, hemos pretendido obtener la valoración de un posible acercamiento a modelos de mercado que se distinguen precisamente por lo contrario. Para ello hemos consultado a los responsables de medios de pago, de qué forma les afectaría una aproximación al que hemos denominado a lo largo de esta investigación como “modelo anglosajón”, obteniendo las siguientes respuestas:



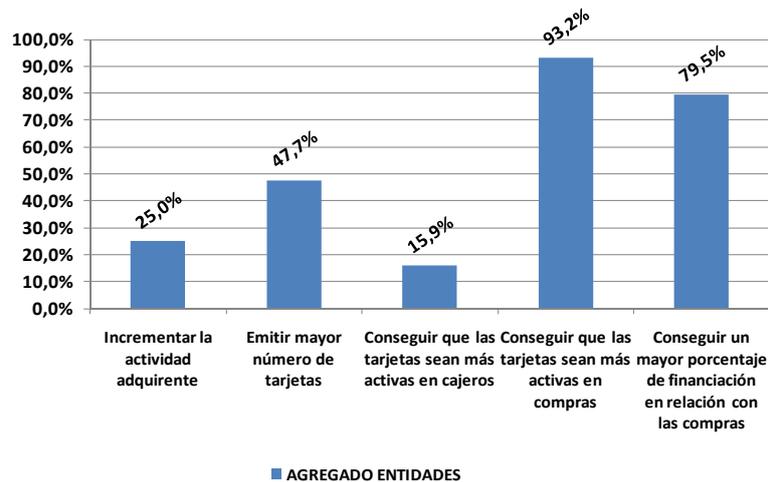
Fuente: Elaboración propia.

¹⁵ Véase BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas, pág. 361.

- o El resultado no deja lugar a dudas, puesto que un 97,7% de las entidades consideran dicho acercamiento como “positivo”.
- o Al hacer el análisis en función del tamaño de las entidades los resultados son prácticamente idénticos.

Por último, hemos querido contrastar el lugar que ocupa el “incremento de la financiación en tarjeta”, dentro de las posibles líneas futuras de actuación a llevar a cabo por las entidades financieras en el negocio de los medios de pago.

Para ello hemos preguntado en el cuestionario que posibles actuaciones podrían llevarse a cabo en el futuro, teniendo en cuenta el escenario previsible, con las siguientes respuestas obtenidas:



Fuente: Elaboración propia.

En los resultados obtenidos podemos observar como dos de las alternativas propuestas gozan de una clara predilección por parte de los encuestados:

- o “Conseguir que las tarjetas sean más activas en compras” figura en primer lugar con un 93,2% de las respuestas. Este hecho es una consecuencia directa de lo ya comentado en este trabajo, en el sentido de que pese al adecuado dimensionamiento del sistema en lo que respecta al número de TPV y tarjetas en circulación, las entidades financieras consideran que el uso que se viene realizando de éstas es “incorrecto, ya que se deberían utilizar más en compras”.
- o “Conseguir un mayor porcentaje de financiación en relación con las compras” se sitúa inmediatamente a continuación con un 79,5%. Esta segunda actuación está claramente relacionada con la primera, ya que el hecho de que se produzca un mayor uso de las tarjetas en compras, incrementa la base sobre la que las entidades podrían trabajar para conseguir un aumento de la financiación en tarjeta.
- o El resto de las alternativas se encuentran a una gran distancia: “emitir mayor número de tarjetas” figura en tercer lugar con un 47,7%, e “incrementar la actividad adquirente” figura en cuarta posición con un 25%.
- o Si tenemos en cuenta el tamaño de las entidades, el orden no varía en lo que respecta a las dos prioridades básicas, el “incremento de la actividad en compras” y el “incremento del porcentaje de financiación sobre tarjeta”. Sin embargo, sí que es posible apreciar que mientras que en las “entidades medianas” y en las “entidades pequeñas” se sitúa como tercera prioridad el “emitir un mayor número de tarjetas”, para las “entidades grandes” esa posición es ocupada por el “incremento de la actividad adquirente”. La explicación que encontramos, radica en que han sido las “entidades grandes” las que han sido más activas en los últimos ejercicios, a la hora de fomentar la colocación de tarjetas en el mercado mediante políticas agresivas de venta cruzada, por lo que en sus bases de clientela el parque de tarjetas presenta un mayor nivel de saturación.

En definitiva, y como consecuencia de todo lo anterior, los resultados CONFIRMAN LA SEGUNDA HIPÓTESIS, ya que hemos podido corroborar que bancos y cajas consideran que el porcentaje actual soportado en tarjeta es “muy escaso” o “escaso” (97,7%), lo que les lleva a valorar de forma mayoritaria como positiva la aproximación al enfoque de negocio anglosajón (97,7%). Por otro lado, consideran al incremento de financiación en tarjeta como una de las posibles líneas de actuación futuras para este negocio (79,5%).

5. CONCLUSIONES

En primer lugar hemos de señalar que las entidades participantes tienen un alto nivel de coincidencia al señalar los puntos fuertes y débiles del mercado español de medios de pago:

- o En cuanto a los puntos fuertes, se señala el buen desarrollo de los medios materiales necesarios para la expansión de la actividad de dicho mercado (TPV,s instalados y tarjetas emitidas). En este sentido hemos de indicar que un 81,8% de los participantes consideran al parque de TPV como “suficiente” o “muy elevado”. Así mismo un 77,3% de las entidades consideran al parque de tarjetas como “suficiente” o “muy elevado”.
- o En cuanto a los puntos débiles del citado mercado, se señala por un lado el incorrecto uso que se realiza de las tarjetas en comparación con los países de nuestro entorno, ya que éstas se utilizan fundamentalmente en cajeros y en menor medida en comercios (86,4% de las entidades financieras así lo señalan), lo que según dichas entidades se debe principalmente a la preferencia en el mercado español por el uso de “efectivo” para la realización de compras en comercios (90,0% de las entidades así lo señalan). Por otro lado, también se indica la baja utilización de la tarjeta bancaria como soporte para la financiación de las compras en comercio, también en comparación con países de un mayor desarrollo de este negocio (97,7% de las entidades así lo consideran).

En segundo lugar, los resultados de la investigación llevada a cabo confirman que la aplicación del acuerdo marco del 2-12-2005, que reduce de forma significativa las tasas de intercambio que se aplican entre las entidades financieras a causa del uso de las tarjetas bancarias en comercios, está afectando de forma negativa la cuenta de resultados del negocio de medios de pago de dichas entidades (93,2% de las entidades participantes en la investigación así lo manifiestan).

Ante esta situación, dichas entidades deberán reenfoque el negocio de medios de pago, de tal forma que se pueda compensar con otros ingresos ese efecto negativo en sus cuentas de resultados. En este sentido, esta investigación pone de manifiesto que las entidades financieras consideran que dicho reenfoque debe contemplar una mejora de los puntos débiles del mercado español de medios de pago antes citados, mediante un acercamiento a lo que hemos denominado como “modelo anglosajón”, basado en niveles de financiación al consumo en tarjeta muy superiores a los del mercado español, para lo que previamente será necesario desarrollar una mayor utilización de dichas tarjetas como medio de pago en comercios, y no como instrumento para obtener efectivo en los cajeros automáticos, con el que proceder al pago de las compras (97,7% de los bancos y cajas de ahorros participantes en la investigación consideran positiva una aproximación a dicho modelo, y un 79,5% de dichas entidades ya están contemplando el incremento de financiación en tarjeta como una de las posibles líneas de actuación futuras para este negocio).

6. BIBLIOGRAFIA

- . BERNAL, E. (2001): “El mercado español de tarjetas de pago bancarias: situación actual y perspectivas”, Civitas.
- . CASTILLO, C. (2005): “La Normativa ISO 9000 como herramienta para incrementar el valor percibido por el cliente en las entidades financieras españolas”. Tesis doctoral leída en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- . CINCO DIAS (16/10/2008): “Servired y 4B ahorrarán 100 millones al unir sus plataformas”.
- . DBK (2007): “Competitors: tarjetas de pago”.
- . MERCADO, C., CASTILLO, C. CORRAL, D. (2009): “El nuevo entorno del negocio de las tarjetas bancarias en el sistema de pagos español”. Incluido en Creativity and Survival of the Firm under Uncertainty. European Academic Publishers.