

### **Los consumidores y los costes asociados a las tarjetas de crédito y débito** *Efectos y consecuencias de las tasas de intercambio en los usuarios de medios de pago*

## **Conclusiones y propuestas de ADICAE**

Este estudio permite extraer una serie de conclusiones sobre la muy negativa experiencia española registrada desde el acuerdo impulsado por el Gobierno en el 2005 sin la presencia de asociaciones de consumidores para reducir las tasas de intercambio y descuento en los casi 70 millones de tarjetas de crédito y débito.

### **Hechos: 5 grandes perjuicios para los consumidores**

Las bajadas de ambos tipos de tasas han sido muy negativas en cinco frentes para los consumidores y la economía española, dos directos que revelan tanto las estadísticas oficiales como una encuesta realizada por ADICAE mediante 3.561 cuestionarios cumplimentados como válidos, y otros tres tipos de perjuicios inducidos ya apuntados por otros estudios cuyas conclusiones suscribimos:

-1) **Mayores subidas de precios al consumo.** Con carácter generalizado los comerciantes incumplieron su acuerdo reductor del 2005 y no trasladaron su ahorro a sus precios finales. Estos subieron mucho más que en otros países de la Eurozona en los principales sectores beneficiados. También los precios de sus sectores se elevaron más que en años anteriores, pese a que a partir del 2007 la crisis económica presionara en sentido contrario. Así lo corrobora igualmente el que durante esta crisis la rentabilidad de esos sectores comerciales beneficiados haya sufrido menos que en los demás sectores económicos.

-2) **Mayores costes financieros.** Adicionalmente, la banca ha compensado con creces toda la reducción de ingresos que le produjo aquel acuerdo, mediante subidas también mucho mayores en las diversas comisiones y en los tipos de interés de las tarjetas de crédito. Ambos se elevaron igualmente más que en otros países de la Eurozona donde no bajaron las tasas como y, asimismo, a superior velocidad que en años anteriores.

-3) **Menores consumo privado, crecimiento económico y empleo.** En vez de resultar beneficiados por el acuerdo del 2005 los consumidores españoles, estos se han visto perjudicados además por otras estas tres vías macroeconómicas adicionales, ya acreditadas internacionalmente por diversos estudios previos al de ADICAE. Estos perjuicios macroeconómicos se derivan de un inferior desarrollo de los pagos con tarjeta respecto al efectivo, con daños colaterales al sector de pagos electrónicos, los bancos e incluso al final a los propios comerciantes.

-4) **Mayores impuestos y menores prestaciones sociales,** como consecuencia de que el consiguiente avance de los pagos en efectivo favorece el crecimiento de la economía sumergida. La pérdida de impuestos que esta supone obliga al Estado a elevar la presión fiscal de los consumidores como contribuyentes, así como a recortarles prestaciones y servicios sociales.

-5) **Menor competencia del comercio e infracciones contra ella.** En consecuencia, la bajada de las tasas de intercambio y de descuento desde el 2005 hasta finales del 2010 fue un acuerdo de concertación de precios y ha frenado la competencia del comercio, el sector menos abierto a ella, según reflejan los índices comparativos internacionales. Así lo reafirma el que no contribuyó a mejorar la producción o la comercialización y distribución de bienes y servicios, ni a promover el progreso técnico o económico, afectado en España más que en otros países de la Eurozona donde no se impusieron tales reducciones de tasas. Este análisis económico, jurídico y social supone que, además de ser contrario al artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia de España, todos los ya probados incumplimientos del acuerdo contravienen el gran Tratado Europeo. Este, en sus artículos 101 y 102, llega incluso a declarar inaplicables las infracciones a la competencia que benefician a los usuarios, que en este caso español al contrario han sido perjudicados, con datos cuya magnitudes podrían extenderse y ampliarse a toda Europa si la Comisión reproduce el caso español.

## **Cifras de los 5 principales perjuicios al consumo**

### **1) Mayores subidas de precios al consumo:**

- Totales: Del 2005 al 2010, el IPC armonizado español subió el 15%, casi un 25% más que en la Eurozona (11,3% de media), pese a la mayor caída de actividad.
- Menores tasas y mayores precios: La reducción de tasas debería haber bajado los precios el 1,22% por si sola en el comercio minorista, pero este los subió un 15% frente al 11,3% de la Eurozona. Mayores fueron las diferencias en otros sectores; ahorro del 1,4% en las telecomunicaciones, que se encarecieron el 21%, más del doble que el 8,9% en la Eurozona; el 1,3% los restaurantes y joyerías, que aplicaron carestías respectivas del 18,8% y 85,9% respectivamente, con 5 y 30 puntos de diferencia respecto a la media del euro; ahorro del 1,2% en el transporte de viajeros, que elevó sus precios el 34%, también el doble que en la Eurozona; el 0,23% en los súper de alimentación, encarecidos el 13,3%, también 1,1 puntos más que en los países del euro, y el 0,07% en las gasolineras, encarecidas un 29,6%, 6 puntos mas que en el promedio del euro.
- Mayores márgenes comerciales sobre ventas: La suma de ahorros por tasas y subidas de precios mejoró un 16,2% los márgenes comerciales del comercio minorista, con una banda que va del 13,5% en los supermercados de alimentación hasta el 87,2% de las joyerías y que pasa por más del 35% en el transporte, 30% en gasolineras y más del 20% en restaurantes y telecomunicaciones.
- La desconvergencia España-Eurozona arrojada por esas sumas de esos ahorros de márgenes y mayores precios alcanzó en el comercio minorista casi el 5% de las ventas y el 6% en restaurantes y gasolineras, aunque superó el 30% en joyerías, 17% en transporte de viajeros y 13% en telecomunicaciones, con solo el 1,3% en los super.
- Mejora de la rentabilidad: La rentabilidad de esos sectores comerciales beneficiados mejoró en los dos primeros años de auge y ha sufrido menos que en los demás sectores económicos durante la crisis. En todo el periodo 2005-2010, mientras la industria y la energía españolas mermaron su rentabilidad media un tercio (de 3,7 a 2,9 a puntos respecto a sus niveles respectivos del 9,8% y 8,9% en el 2005), el comercio y la hostelería solo la ha visto reducida en cuarta parte (2,6 puntos sobre su 10,3% de rentabilidad exhibida el año 2010) pese a la fuerte caída de las ventas totales.
- Los consumidores encuestados dicen ignorar en su inmensa mayoría estos efectos: un 54% reconoce que ni siquiera saben y solo un 16,2% acepta con la respuesta correcta al elegir

entre tres opciones. Pero la gran mayoría opina que, si bajan las tasas, los comerciantes no variarán por ello los precios de los productos y que por el contrario aumentarán las comisiones bancarias para los titulares de tarjetas. Para casi el 90% la principal ventaja de las tarjetas es pagar compras sin necesidad de llevar efectivo encima (89,2%), mientras que la ventaja de obtener descuento sólo es citada por menos del 16%

## 2) Mayores costes financieros:

- Dentro de la cesta de la compra que erosiona el poder adquisitivo de los consumidores, los precios de los servicios financieros subieron en España un 27%, casi cinco veces más que en toda la Eurozona (5,8%). De todos los países del euro, solo Eslovenia y Eslovaquia han tenido mayores subidas que España. Lo anterior sucedió porque algunos de los principales sectores del comercio minorista han utilizado las bajadas de las tasas de descuento para reducir sus gastos financieros, incluso mientras aumentaba sus ingresos financieros sin bajar los precios al consumo durante el periodo de auge económico que duró hasta el 2008.
- La banca, al contrario que los consumidores, ha logrado defenderse de los menores ingresos por tasas de intercambio (entidades emisoras) y por tasas de descuento (entidades adquirentes). Su resultado ha compensado con creces toda la reducción de ingresos, mediante dos tipos de subidas, mucho mayores en importe total que las bajadas de tasas:
  - A) En las diversas comisiones de emisión y renovación de todas las tarjetas (71,5 millones al terminar el 2010, de ellas casi 42,9 de crédito y 28,6 de débito), la subida ha acumulado más de 2.300 millones de euros entre el 2006 y el 2010, cerca del 80% de los más de 2.700 millones de euros pagados de menos por los comerciantes a los bancos a raíz de que las tasas de descuento bajaran del 1,52% al 0,74% en promedio.
  - B) En los tipos de interés de las mayoritarias tarjetas de crédito, que al terminar 2010 alcanzaban un promedio del 19,32% en España, frente al 16,59% en toda la Eurozona (incluida la propia España, que representa casi un 13% de ella). Ese sobrecoste de 273 puntos básicos afrontado por los consumidores españoles supuso 1.911 millones de euros solo en el año 2010, antes de que subieran las primas de riesgo con fuerza. A ello contribuyó el que los saldos deudores de los consumidores crecieron desde los casi 26.000 millones de euros del 2005 hasta los 70.000 millones al terminar el 2010.
- Estos resultados son avalados por los consumidores encuestados, entre quienes las comisiones son el principal aspecto percibido como negativo de las tarjetas (54,8%) y casi todos (96%) piensan que han aumentado los beneficios del banco. Sólo un 8,7% cree que gracias a ese aumento de las comisiones se ha mejorado la seguridad y un escaso 4,5% relaciona la variación de comisiones con una inversión para mejorar el servicio, objetivos que también figuraban entre los del acuerdo del 2005.
- El 83,5% de los encuestados opina que las comisiones de las tarjetas subirán y solo el 4,7% que también bajarían si se reducen las tasas que los bancos cobran a los comercios. Informados de lo que son las tasas de intercambio y descuento, un 62,7% considera que si bajan las subirán las comisiones que pagan por tener tarjetas, solo un 8,1% dice creer que no, y el resto no sabe o no contesta.
- En cambio, las opiniones o deseos de los consumidores indican que una reducción de las tasas de intercambio y de descuento nunca deberían suponer más cargos. De ahí que el 87,4%, sea partidario de imponer topes, frente a solo el 3,4% contrario.
- Los consumidores consideran que el "precio justo de las tarjetas", debería ser un máximo de 20 euros al año, la tercera parte de que resulta ser. Pero un 20% no recuerda o no contesta sobre el precio que paga y el 41,1% señala un importe inferior a 20 euros al año.

### **3) Menores consumo privado, crecimiento económico y empleo:**

- Desde el 2008 en que empezó la crisis hasta el 2012, la aportación de las tarjetas al consumo (y con ella al crecimiento y el empleo) fue en España una cuarta de la media mundial, según un estudio de la agencia Moodys (2013) en los 56 países de mayor renta mundial. En estos las tarjetas elevaron el consumo un 0,7% , y en España solo un 0,16% (5.700 millones de euros de valor añadido en los cinco años), a pesar de que el menor desarrollo del negocio suponía en principio un estímulo al mayor crecimiento.
- Tampoco cabe atribuir la mayoría de ese diferencial negativo hispano a los ajustes por la crisis de deuda de la periferia europea, pues en Irlanda las tarjetas aportaron un 0,99% al consumo desde el 2008, en Portugal un 0,39% y en Italia un 0,21%.
- Según la encuesta de ADICAE, un 30% utiliza las tarjeta solo 1 a 4 veces al mes, otro 33% la usa a diario o casi a diario, y el 37% la utiliza de 2 a 3 días por semana.
- El 66,7% señala usar las tarjetas poco (37,1%) o muy poco (29,6%). Es decir, pagan sus compras con ellas algunos días, dos o tres días a la semana o muy poco: de una a cuatro veces por mes. Tan sólo un tercio de los encuestados las utiliza casi todos los días (26,2%) o de cuatro a seis días por semana (7,1%).

### **4) Mayores impuestos y menores prestaciones sociales:**

- Como apuntan numerosos estudios (además del de Moodys, Funcas, Gestha, etc), la gran mayoría de los consumidores encuestados comparten la opinión de que los pagos en efectivo favorecen el crecimiento de la economía sumergida, y con ella la pérdida de impuestos que obliga al Estado a elevar la presión fiscal, así como a recortarles prestaciones y servicios sociales.
- Por ello, casi el 80% (79,7%) opinan que los comerciantes no deberían aplicar precios mayores a quienes paguen con tarjeta respecto a quienes lo hagan en efectivo, mientras que a la inversa el 75,3% dice que tampoco se debería encarecer por usar metálico.

### **5) Menor competencia del comercio e infracciones contra ella:**

- Pese a que las estadísticas oficiales de organismos internacionales señalan que el sector comercial español es uno de los menos abiertos a la competencia de Europa (caso de los indicadores de la OCDE), los resultados del acuerdo del 2005 han elevado también la brecha de convergencia con el resto de la Eurozona.
- Todo lo apuntado anteriormente y los análisis económico, jurídico y social de ADICAE indican que, además de contrario al artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia de España, los ya probados incumplimientos contravienen el gran Tratado Europeo, y en concreto de sus artículos 101 y 102.

**En conclusión,** ni el consumidor se ha beneficiado con bajadas de los precios, ni el sector ha ganado eficiencia económica, ni España ha avanzado hacia la convergencia con Europa, sino todo lo contrario. Tampoco la seguridad de estos medios de pago, ni la confianza de los consumidores en los mismos, se han visto reforzados, a pesar de la traslación de costes que desde el sector financiero se ha producido hacia los usuarios.

## Propuestas para evitar perjuicios mayores a los consumidores

-1a) **Revisar** o renunciar al **proyecto europeo de bajada de las tasas de intercambio**, tras dar audiencia a ADICAE y a las organizaciones similares de consumidores de otros países en los procesos de decisión. En su lugar, la nefasta experiencia española aconseja **impulsar con regulaciones y controles la reducción de todos los costes y precios pagados por los consumidores al sector financiero y al comercio**. Y si por la evolución tecnológica o de los hábitos del consumo han de bajar las tasas de descuento (como en los pequeños pagos), asegurar que eso repercuta en beneficio de los consumidores, no en su perjuicio como en España. Por tanto, hay que crear mecanismos para vigilar que el comercio traslade todos sus menores costes en menores precios, dando plena y efectiva participación a los consumidores en los observatorios, foros y demás instituciones de control social europeos y nacionales.

-2a) **Estimular la reducción de todas las comisiones y tipos de interés** que frenan el desarrollo de las tarjetas y en general de todos los demás medios de pago electrónicos. Además de establecer mecanismos que impidan que los menores ingresos de la banca derivados de una reducción de las tasas de intercambio se vean compensados mediante incrementos de comisiones e intereses a los consumidores (o en su defecto renunciar a bajadas de tasas de intercambio impulsadas desde el poder ejecutivo), hay que mejorar el proyecto de directiva sobre transparencia en las cuentas bancarias, incluyendo especialmente en ellas todas las operaciones de débito pero también de crédito realizadas con tarjetas.

-3a) Promover el consumo privado, y así el crecimiento económico y empleo, con **campañas de educación financiera** y a favor de un uso seguro y eficiente de los pagos electrónicos.

-4a) **Desincentivar la economía sumergida con estímulos apropiados**, dar ejemplo con un mayor uso intensivo de los ingresos y pagos electrónicos desde las administraciones públicas, e incluso elevar las sanciones a la utilización del efectivo para el fraude y la corrupción, prácticas que terminan por perjudicar a los consumidores por la vía trasera de provocar mayores impuestos y menores prestaciones sociales.

-5a) **Aumentar la competencia del comercio y los servicios financieros y castigar las infracciones contra ella** de manera que favorezcan realmente a los consumidores y no a los lobbies de la banca y del gran comercio.