

ISSN 1727-8694

S E R I E

ESTUDIOS Y
PERSPECTIVAS

OFICINA DE LA CEPAL
EN MONTEVIDEO

Estructura tarifaria del mercado de pagos electrónicos en el Uruguay y otros países de América del Sur

Martín Cricco



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Estructura tarifaria del mercado de pagos electrónicos en el Uruguay y otros países de América del Sur

Martín Cricco



NACIONES UNIDAS



Este documento fue preparado por Martín Cricco, Consultor de la Oficina de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en Montevideo, en el marco del convenio de cooperación técnica entre la CEPAL y el Gobierno del Uruguay (Ministerio de Economía y Finanzas).

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad del autor y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

ISSN 1727-8694 (versión electrónica)

ISSN 1727-8686 (versión impresa)

LC/TS.2017/101

LC/MVD/TS.2017/6

Distribución: Limitada

Copyright © Naciones Unidas, noviembre de 2017. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas, Santiago

S.17-01014

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), División de Publicaciones y Servicios Web, publicaciones@cepal.org. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Solo se les solicita que mencionen la fuente e informen a la CEPAL de tal reproducción.

Índice

Resumen	7
Introducción	9
I. Paraguay	11
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	11
B. Sellos vigentes y emisores	12
C. Estructura impositiva por roles	13
D. Estructura de costos	13
1. Comercios	13
E. Condiciones de pago en Paraguay.....	14
1. Tarjetas de crédito.....	14
2. Tarjetas de débito.....	14
II. Chile	15
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	15
B. Sellos vigentes y emisores	16
C. Estructura de costos asociados al mercado de tarjetas	16
1. Comercios	16
D. Condiciones de pago en Chile.....	20
III. Brasil	21
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	21
B. Sellos vigentes y emisores	22
C. Estructura de costos asociados al mercado de tarjetas	22
1. Comercios	23
D. Condiciones de pago en Brasil.....	25
1. Tarjetas de crédito.....	25
2. Tarjetas de débito.....	25
3. Anticipo de pago.....	25

IV. Uruguay	27
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	27
B. Sellos vigentes y emisores	27
C. Estructura impositiva y beneficios fiscales	28
1. Ley de inclusión financiera	28
2. Beneficios fiscales para alquiler de POS.....	28
D. Estructura de costos asociados al mercado de tarjetas	28
1. Comercios	28
E. Condiciones de pago en Uruguay	30
1. Plazos de pago.....	30
2. Anticipo de pago	30
V. Perú	33
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	33
B. Sellos vigentes y emisores	34
C. Estructura de costos	34
1. Comercios	34
D. Condiciones de pago en Perú.....	35
VI. Colombia	37
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	37
B. Sellos vigentes y emisores	39
C. Estructura de costos	39
1. Comercios	39
D. Condiciones de pago en Colombia.....	41
VII. Argentina	43
A. Características generales del mercado de pagos electrónicos	43
B. Sellos vigentes y emisores	44
C. Estructura impositiva	44
D. Estructura de costos	45
1. Comercios	45
E. Condiciones de pago en Argentina	45
1. Tarjetas de crédito.....	45
2. Tarjetas de débito.....	45
VIII. Análisis comparativo de la región	47
A. Competitividad.....	47
B. Inclusión financiera.....	48
C. Comisión de adquirencia.....	48
1. Tarjetas de crédito.....	48
2. Tarjetas de débito.....	49
D. Alquiler de terminales POS.....	49
E. Plazos de pagos	50
IX. El caso uruguayo	51
X. Conclusiones	53
A. Alternativas al modelo de negocio de tarjetas.....	54
B. Europa PSD2.....	54
C. India UPI.....	55
D. Recomendaciones finales	55
Anexo	57
Bibliografía	65
Serie Estudios y Perspectivas – Montevideo: números publicados	66

Cuadros

Cuadro 1	Alquiler de POS cobrado a los comercios.....	13
Cuadro 2	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios por rubro (Tarjetas de crédito)	17
Cuadro 3	Comisión de adquirencia cobrada a los comercios (Tarjetas de débito).....	17
Cuadro 4	Alquiler de terminal estándar cobrado a los comercios.....	17
Cuadro 5	Alquiler de terminal celular fijo cobrado a los comercios.....	18
Cuadro 6	Alquiler de terminal celular móvil cobrado a los comercios.....	18
Cuadro 7	Alquiler de terminal temporal cobrado a los comercios.....	18
Cuadro 8	Alquiler de terminal estacional cobrado a los comercios	19
Cuadro 9	Alquiler de pago a la mesa cobrado a los comercios.....	19
Cuadro 10	Alquiler de terminales multicódigo cobrado a los comercios	19
Cuadro 11	Alquiler de terminal público cobrado a los comercios	20
Cuadro 12	Alquiler de las modalidades mediante KCC cobrado a los comercios	20
Cuadro 13	Alquiler de POS inalámbrico cobrado a los comercios.....	23
Cuadro 14	Alquiler de POS inalámbrico cobrado a los comercios.....	23
Cuadro 15	Alquiler de POS cable cobrado a los comercios.....	24
Cuadro 16	Alquiler de móvil con lector de tarjetas cobrado a los comercios	24
Cuadro 17	Alquiler de móvil con lector de tarjetas cobrado a los comercios	24
Cuadro 18	Alquiler de POS de línea cobrado a los comercios	29
Cuadro 19	Alquiler de pos con tecnología GPRS cobrado a los comercios.....	29
Cuadro 20	Alquiler de POS con tecnología ethernet cobrado a los comercios.....	29
Cuadro 21	Alquiler de MPOS cobrado a los comercios	29
Cuadro 22	Plazos de pago de las ventas con tarjetas de crédito y débito.....	30
Cuadro 23	Plazo de pagos de las ventas realizadas en cuotas.....	30
Cuadro 24	Coefficientes de descuento para pagos anticipados	31
Cuadro 25	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios	34
Cuadro 26	Distribución de las comisiones de adquirencia entre adquirente y emisor	35
Cuadro 27	Alquiler de terminal POS estándar y costo de instalación cobrado a los comercios.....	35
Cuadro 28	Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios por rubro (Tarjetas de crédito)	39
Cuadro 29	Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios por rubro (Tarjetas de débito).....	40
Cuadro 30	Alquiler de POS estándar cobrado a los comercios.....	40
Cuadro 31	Alquiler de Mini POS cobrado a los comercios	41
Cuadro 32	Alquiler de terminal POS Dial Up cobrado a los comercios	45
Cuadro 33	Alquiler Mini POS cobrado a los comercios.....	45
Cuadro 34	Ranking de competitividad basado en el índice de concentración de Herfindahl-Hirschman	47
Cuadro 35	Ranking de inclusión financiera basado en los indicadores del Microscopio global 2016.....	48
Cuadro 36	Comisiones de adquirencia máxima cobrada a los comercios en los distintos países de la región (de menor a mayor).....	49
Cuadro 37	Comisiones de adquirencia máxima cobrada a los comercios en los distintos países de la región (de menor a mayor).....	49
Cuadro 38	Alquiler de terminales POS estándar cobrado a los comercios en los distintos países de la región (de menor a mayor).....	50
Cuadro 39	Plazos de pago a los comercios de las ventas con tarjetas de crédito en los distintos países de la región (de menor a mayor).....	50
Cuadro A.1	Tipos de cambio utilizados para la conversión de monedas.....	58
Cuadro A.2	Alquiler de POS	58
Cuadro A.3	Comisiones máximas de adquirencia y plazos de pago a los comercios.....	58
Cuadro A.4	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	58
Cuadro A.5	Alquiler de terminal estándar cobrado a los comercios.....	59

Cuadro A.6	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago (Tarjetas de crédito)	59
Cuadro A.7	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago (Tarjetas de débito).....	59
Cuadro A.8	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	59
Cuadro A.9	Alquiler de POS inalámbrico cobrado a los comercios	60
Cuadro A.10	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago	60
Cuadro A.11	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	60
Cuadro A.12	Alquiler de terminal POS estándar	60
Cuadro A.13	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago	60
Cuadro A.14	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	61
Cuadro A.15	Alquiler de terminal POS estándar y costo de instalación cobrado a los comercios	61
Cuadro A.16	Costo de emisión de estados de cuenta cobrado a los comercios	61
Cuadro A.17	Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago	61
Cuadro A.18	Distribución de la comisión de adquirencia entre adquirente y emisor	61
Cuadro A.19	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	61
Cuadro A.20	Alquiler de POS estándar cobrado a los comercios.....	62
Cuadro A.21	Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios y plazos de pago	62
Cuadro A.22	Distribución de las comisiones de adquirencia entre adquirente y emisor	62
Cuadro A.23	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	62
Cuadro A.24	Alquiler de POS estándar cobrado a los comercios.....	62
Cuadro A.25	Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios y plazos de pago	63
Cuadro A.26	Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores.....	63

Gráficos

Gráfico 1	Cuotas de mercado de los adquirentes en Paraguay	12
Gráfico 2	Cuotas de mercado de las marcas en Brasil.....	22
Gráfico 3	Cuotas de mercado de los adquirentes en Colombia (Tarjetas de crédito)	38
Gráfico 4	Cuotas de mercado de los adquirentes en Colombia (Tarjetas de débito)	38
Gráfico 5	Cuotas de mercado de las marcas en Argentina	44

Diagrama

Diagrama 1	Esquema del modelo de negocio propuesto en Europa	55
------------	---	----

Resumen

El mercado de pagos electrónicos es, como la literatura lo conoce, un mercado bilateral o de dos colas. Este tipo de mercados se caracteriza por la existencia de una plataforma o varias que permiten la interacción entre los dos lados del mercado y además un grupo de agentes que generan externalidades en otro grupo distinto. En el caso a ser estudiado se tiene un conjunto de usuarios de tarjetas que interactúan con los comercios y por otro lado se tiene a los comercios interactuando con las redes, adquirentes, procesadores y emisores.

El presente estudio releva los costos asociados a la relación entre adquirente y comercio dentro del mercado de medios de pagos electrónicos de los países de Sudamérica. El estudio muestra los aranceles cobrados, el nivel de concentración del mercado y las condiciones de pagos a los comercios que aceptan tarjetas de débito, crédito u otro tipo de medio de pago electrónico.

El estudio muestra que las comisiones máximas de adquirencia de las tarjetas de débito se encuentran entre 1,5% y 6% en la región, siendo las de crédito algo mayores. Uruguay se ubica en la media de la región. Los incentivos fiscales que Uruguay otorga generan que sea el país con menor costo de alquiler de POS de la región. El informe también resalta la interoperabilidad vigente en Uruguay, la cual contribuye a la competitividad del mercado.

Finalmente este estudio expone dos alternativas al modelo de negocios de tarjetas que podrían contribuir a la competitividad y a una mayor inclusión financiera.

Introducción

El mercado de pagos electrónicos es, como la literatura lo conoce, un mercado bilateral o de dos colas. Este tipo de mercados se caracteriza por la existencia de una plataforma o varias que permiten la interacción entre los dos lados del mercado y además un grupo de agentes que generan externalidades en otro grupo distinto. En el caso a ser estudiado se tiene un conjunto de usuarios de tarjetas que interactúan con los comercios y por otro lado se tiene a los comercios interactuando con las redes, adquirentes, procesadores y emisores.

En el caso de las tarjetas, la externalidad puede ser negativa o positiva y puede venir por el lado de los comercios o de los usuarios. Por ejemplo si el uso de una tarjeta se vuelve más frecuente, esto puede hacer que los comercios perciban la aceptación de esta tarjeta como más rentable. Además todos los participantes son directamente afectados por la estructura de costos que existe en este mercado.

Para hablar de costos es importante entender los roles de cada agente participante en el mercado y cuál es así el poder que tiene en dicho mercado. Entendemos por poder de mercado a la capacidad que tienen los jugadores involucrados de fijar precios o trasladar costos a los demás agentes participantes. Para determinar el nivel de concentración del mercado se calcula el índice de concentración propuesto por Herfindahl-Hirschman el cuál mide la suma de los cuadrados de las cuotas de mercado.

Tenemos entonces usuarios, Red de POS, Adquirentes, Procesadores y Emisores. El emisor emite el plástico que es recibido por el usuario, quien a su vez realiza compras, adelantos o extracción de dinero con su tarjeta de crédito o débito en los comercios que fueron previamente afiliados por las empresas adquirentes o en los ATM's. La Red de POS es la que provee la plataforma o dispositivos en la cual se realizan las transacciones.

Así la empresa adquirente es la encargada de afiliar a los comercios, a quienes cobran comisiones por transacciones efectuadas en dicho comercio con los medios de pagos antes mencionados (tarjeta de crédito, tarjeta de débito y en último tiempo dinero electrónico). El comercio además debe contratar a una empresa de Red, la cual le brinda los servicios de instalación y mantenimiento de las terminales POS y otros canales transaccionales.



Una vez realizada la transacción, la misma es ruteada por la red al adquirente que corresponda y el mismo envía la transacción a la empresa procesadora quien se encarga de autorizar la misma, y de realizar los procesos y generación de reportes correspondientes a las transacciones realizadas durante el mes.

Existe por lo tanto una estructura general de costos asociados al funcionamiento del mercado de pagos electrónicos. Esta estructura es soportada de forma asimétrica por los distintos agentes participantes.

El presente trabajo se focaliza en estudiar los costos que recaen sobre los comercios en Uruguay y otros cinco países de la región. En primer lugar se presenta la estructura de costos y características de cada uno de los siete mercados a analizarse en el presente trabajo. Luego de la descripción de todos los mercados y con el objetivo de entender de donde surgen las diferencias entre los mismos se utilizará una versión simplificada del modelo de dos colas propuesto por Rochet y Tirole para entender de donde provienen las principales diferencias en las estructuras tarifarias de los distintos países que se analizan en este trabajo y analizar los factores que determinan los costos asociados a este mercado en Uruguay.

I. Paraguay

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

Paraguay es un país con una población de aproximadamente siete millones de habitantes. El nivel de inclusión financiera es uno de los más bajos de la región. Según el Microscopio Global 2016 publicado por la revista The Economist, Paraguay se encuentra en el quinto lugar en nivel de inclusión financiera entre los siete países que se estudian en el presente trabajo.

La cantidad de tarjetas vigentes en Paraguay es de 3.220.000 de las cuales el 40% corresponde a tarjetas de crédito y 60% a tarjetas de débito, lo cual implica que la cantidad de tarjetas por cada cien habitantes es 19 en el caso de crédito y 28 en el caso de tarjetas de débito. El porcentaje de bancarización medido como la proporción de adultos que tiene una cuenta en alguna institución financiera formal es del 29% según la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (EIF), publicada por el Ministerio de Hacienda. Esto hace referencia principalmente al bajo nivel de inclusión financiera que existe en el país.

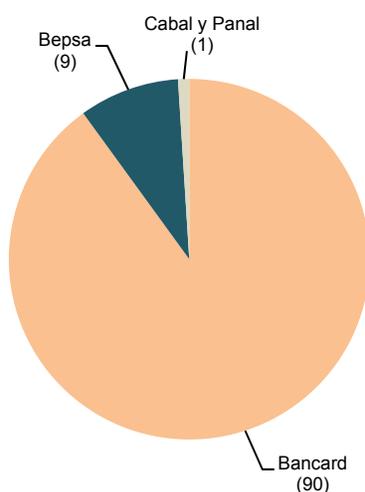
El usuario de tarjetas puede realizar dos tipos de transacciones, extracción (o adelanto) y compras. El volumen de compras semestral en tarjetas de crédito y débito en el 2016 fue de USD 657 millones y USD 270 millones respectivamente. Adelantos en tarjetas de crédito fue de USD 409 millones mientras que una diferencia sustancial hay en la cantidad de extracciones en tarjetas de débito, por el valor de USD 4.800 millones. Esto indica que el principal uso que se le da a las tarjetas de débito en Paraguay es el de realizar extracciones en cajeros automáticos. El 17% de las transacciones en tarjeta se hacen con tarjetas de crédito y el restante 83% con tarjeta de débito.

El total de POS instalados en el país es de 31.156, según datos de la Cámara Paraguaya de Medios de Pagos a diciembre de 2015. En Paraguay no existe presencia directa de las marcas principales como VISA y MasterCard, esto implica un costo de licencia adicional para los adquirentes en Paraguay que trabajan con estas marcas.

Existen cuatro empresas encargadas de redes de POS, adquirencia y procesamiento de tarjetas de crédito y débito. Dos de estas cuatro empresas (Bancard y Bepsa) cumplen al mismo tiempo los roles de Adquirente, Red y Procesadora de tarjetas. Esto evidencia la alta concentración de mercado que existe en el país.

Como muestra el gráfico 1, el 90% del volumen total de transacciones está concentrado en Bancard en su rol de adquirente. El 9% en Bepsa y el restante 1% representa la cuota tanto de Cabal como Panal. El índice de concentración de mercado HH es del 82%.

Gráfico 1
Cuotas de mercado de los adquirentes en Paraguay
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos de los adquirentes.

Una característica importante a ser resaltada es que la dimensión del mercado no permite la separación completa de los roles para las empresas involucradas en dicho mercado. Por lo tanto son Bancard y Bepsa quienes poseen las redes de POS más grandes y a su vez son quienes procesan la mayor parte de las transacciones.

En Paraguay no está contemplada la interoperabilidad en las redes de POS, sin embargo existen solo dos grandes redes que abarcan todas las marcas.

A fines del 2015 el Banco Central emitió la Ley de Tarjetas, que fijó el límite de la tasa de interés para las tarjetas de crédito en tres veces las tasas pasivas promedio vigentes en el mercado. En diciembre de 2016 este límite estaba fijado en 16,05%, sin embargo se ajusta cada mes.

B. Sellos vigentes y emisores

Los sellos vigentes internacionales en Paraguay son:

- VISA
- MasterCard
- Amex
- Diners Club
- Cabal (alcance regional)

Los sellos locales son:

- Dinelco
- Panal

En Paraguay existen 28 emisores operando bajo la supervisión de la Superintendencia de Bancos, según datos del BCP (no tiene en cuenta a las cooperativas emisoras).

C. Estructura impositiva por roles

En Paraguay los impuestos que son cobrados a las empresas involucradas en el mercado de pagos son IVA (10%) e Impuesto a la Renta (10%). Además las empresas adquirentes son agentes retentores. Esto significa que la empresa adquirente está obligada a retener el 1% y el 0,909% de la venta del comercio en concepto de Renta e IVA que debe pagar el comercio al estado. Estas retenciones son vistas por el comercio como un recargo a la tasa original, lo que provoca que la percepción de los mismos sea que la comisión de adquirencia es mayor a la comisión real.

Adicionalmente, no existe ningún tipo de beneficio fiscal para la importación de terminales POS. Tampoco existe beneficio fiscal alguno por realizar compras o pagos de servicios con tarjetas.

D. Estructura de costos

Como ya se ha mencionado, existe toda una estructura de costos asociada al funcionamiento del mercado de pagos electrónicos y a las plataformas que permiten su funcionamiento fluido. Es posible clasificar los costos según quienes absorben los mismos. Los principales costos recaen sobre los siguientes agentes participantes:

1. Comercios

Para el comercio, los costos asociados a la operativa de tarjetas de crédito/débito son los siguientes:

- i) Alquiler de POS / MiniPOS
- ii) Comisión de Adquirencia
- iii) Retención (percibido como un costo)

A finales del año 2015 el BCP estableció topes máximos a las comisiones de adquirencia tanto en débito como en crédito, al igual que el plazo de acreditación de las ventas. Las comisiones de adquirencia que se cobran tienen un tope del 5% para tarjetas de crédito.

En el rango del 1% al 3% de comisión se encuentran los supermercados, estaciones de servicio, compañías aéreas, ventas de bebidas, empresas de transporte, a quienes por el volumen de ventas y los márgenes de utilidad se les cobra la comisión más baja vigente en el mercado. En el orden de 5% (tasa máxima) de comisión se encuentran la mayor cantidad de comercios.

La comisión de adquirencia a su vez es dividida entre emisor y adquirente. En promedio, el 30% es para el adquirente y el 70% para el emisor.

No existe discriminación de precios por modelos (conexión Dial UP, LAN, GPRS/3G) para el caso de terminales POS. Sin embargo, para atacar nuevos segmentos de comercios, las Redes están implementando nuevos dispositivos del tipo mPOS (mobile POS) que se conectan a un smartphone y le permiten leer las tarjetas y realizar transacciones de compra.

El siguiente cuadro muestra el costo del alquiler mensual de los diferentes productos que ofrecen las empresas de red.

Cuadro 1
Alquiler de POS cobrado a los comercios

Descripción	Costo mensual	Costo por transacción
Alquiler de POS	USD 25	N/A
Alquiler de MiniPOS (plan 1)	USD 5	USD 0.36 a partir de la transacción 11
Alquiler de MiniPOS (plan 2)	USD 10	USD 0.36 a partir de la transacción 71

Fuente: Elaboración propia con datos proveídos por las empresas adquirentes.

El MiniPOS cuenta con dos planes como se menciona en el cuadro 1. El primer plan tiene un alquiler mensual de USD 5 y un costo por transacción de Gs. 2.000 a partir de la transacción 11. El segundo plan tiene un costo de alquiler de USD 10 y un adicional de Gs. 2.000 a partir de la transacción 71.

E. Condiciones de pago en Paraguay

1. Tarjetas de crédito

Una vez autorizada la transacción con tarjeta de crédito, la acreditación al comercio se realiza en 48 hrs en el caso de crédito. El monto que se acredita equivale al valor de la venta restando la comisión de adquirencia y las retenciones de IVA y Renta. Este plazo entró en vigencia en el 2015 con la nueva reglamentación de la ley de tarjetas¹.

2. Tarjetas de débito

La acreditación para tarjetas de débito, sin embargo, se hace en línea y la comisión de adquirencia es cobrada a fin de mes por la empresa adquirente.

¹ Ley N° 5476.

II. Chile

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

Chile es un país con un alto porcentaje de población adulta y un alto grado de inclusión financiera. El 98% de la población adulta tiene acceso a algún tipo de producto financiero según la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (SBIF).

La población total es de aproximadamente 18 millones de habitantes. En cuanto a inclusión financiera, Chile ocupa el tercer lugar entre los países analizados en este trabajo (por debajo de Colombia y Perú), según el Microscopio Global 2016.

La cantidad de tarjetas de crédito y débito vigentes en el mercado chileno es de 12.903.669 y 21.733.698 respectivamente. Claramente, la cantidad de tarjetas por habitante es mucho mayor que en el caso de Paraguay. Existen 71 tarjetas de crédito y 119 tarjetas de débito por cada cien habitantes. Esto significa que el 37% de los usuarios tiene tarjeta de crédito y el 63% cuenta con una tarjeta de débito, según datos de la SBIF.

A pesar de que existen más tarjetas de débito que de crédito, el volumen de transacciones que se realizan en crédito es mayor. Específicamente, el 57% del volumen total de transacciones en tarjetas se realizan con tarjetas de crédito y el 43% con tarjetas de débito, según datos de la SBIF.

La particularidad que tiene el mercado de pagos electrónicos chileno es que existe una sola empresa que cumple al mismo tiempo los roles de red, adquirente y procesadora. Así entonces Transbank en Chile tiene el cien por ciento del mercado y por lo tanto el nivel de concentración calculado a partir del índice HH es del 100%, es decir, concentración absoluta (monopolio) del mercado.

Este hecho ubica a Chile en el último puesto en cuanto a competitividad calculada a partir del índice HH. Sin embargo, actualmente existe un nuevo competidor que se encuentra operando desde el 2016 haciendo competencia a Transbank pero aún con poca participación, motivo por el cual no se lo incluye en el presente documento.

El volumen de compras (semestral) con tarjetas de crédito es de aproximadamente USD 9.200 millones, sin tener en cuenta los débitos automáticos por servicios contratados que suman cerca de USD 625 millones. Además los adelantos realizados con tarjetas de crédito suman USD 1.400 millones.

En tarjetas de débito, el volumen total de transacciones alcanzó USD 8.457 millones, según los datos proveídos por el Banco Central de Chile. Un detalle a tener en cuenta es que estas transacciones representan el volumen total de los emisores bancarios. El volumen aproximado de transacciones semestral que manejan los emisores no bancarios es de USD 5.300 millones.

La tasa de interés para tarjetas de crédito en Chile actualmente está entre 9,36% y 36,68% dependiendo de la marca y del emisor. La tasa de interés para todo tipo de crédito en Chile está regulada por la SBIF y el máximo que se puede cobrar es la Tasa Máxima Convencional (TMC) que varía según el plazo y el monto del crédito.

B. Sellos vigentes y emisores

Los principales sellos vigentes en Chile son:

- VISA
- MasterCard
- American Express
- Enjoy Card
- Diners
- Divesa
- Magna
- Ripley
- Tarjeta Unimarc
- Cencosud
- Jumbo
- Más Easy
- Más París

En Chile existen 8 emisores no bancarios y 18 emisores bancarios según datos extraídos de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.

C. Estructura de costos asociados al mercado de tarjetas

En el caso de Chile, los costos están calculados en Unidades de Fomento (UF). Una unidad de fomento equivale a 26.326 pesos chilenos². Esto implica que una unidad de fomento equivale a aproximadamente a USD 41 a febrero de 2017. A continuación se detalla la estructura de costos por agentes:

1. Comercios

a) Comisiones de adquirencia para tarjetas de crédito

Los costos que recaen sobre el comercio son el de comisión de adquirencia y alquiler de terminales POS. En todos los rubros, la comisión de adquirencia que se cobra es la máxima, sin embargo existen descuentos que se realizan dependiendo del volumen de ventas y el ticket promedio. El siguiente cuadro muestra la comisión máxima por rubro (tercera columna) y el mayor descuento aplicable a cada rubro (segunda columna).

² Al momento de realizar el relevamiento y organización de datos, el dólar americano se encontraba a 670 pesos chilenos.

Cuadro 2
Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios por rubro (Tarjetas de crédito)

Descripción	Descuentos	Comisión de adquirencia (máxima)
Vestuario, tiendas por departamento y de especialidades	Hasta llegar al 1,40%	2,95%
Educación	Hasta llegar al 0,40%	2,95%
Servicios financieros, seguros, isapres, y peajes	Hasta llegar al 0,50%	2,50%
Servicios para el hogar y membresías	Hasta llegar al 0,90%	2,95%
Hogar y otros servicios	Hasta llegar al 1,00%	2,95%
Supermercados y alimentación	Hasta llegar al 1,00%	2,95%
Turismo y entretenimiento	Hasta llegar al 1,20%	2,95%
Combustibles	Hasta llegar al 0,78%	1,20%
Servicios básicos	Hasta llegar a 0,002UF	0,01377UF

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del sitio web de Transbank en Chile³.

La mayoría de las transacciones tienen un tope de 2,95% de comisión. Además tienen descuentos basado en los volúmenes de venta y ticket promedio. Las mismas pueden bajar hasta llegar al 0,40% (en el caso de educación). En supermercados y servicios para el hogar pueden bajar hasta el 1%.

b) Comisiones de adquirencia para tarjetas de débito

En el caso de tarjetas de débito, la comisión está fija en 1,49% y también pueden existir descuentos hasta llegar al 0,30% dependiendo del volumen y ticket promedio.

Cuadro 3
Comisión de adquirencia cobrada a los comercios (Tarjetas de débito)

Descripción	Descuentos	Comisión de adquirencia (máxima)
Tarjeta de débito	Hasta llegar al 0,30%	1,49%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del sitio web de Transbank en Chile.

c) Alquiler de terminales POS

El otro costo que recae sobre los comercios es el de alquiler de los productos que ofrece la red. En el caso de Chile cuenta con nueve productos diferenciados, cada uno con un plan de pago distinto.

i) Terminal estándar

Es el más común, para establecimientos permanentes en los cuales el usuario paga directamente en la caja. Las tarifas están consideradas por la cantidad de terminales que posee un Rol Único Tributario (Rut) o comercio.

Cuadro 4
Alquiler de terminal estándar cobrado a los comercios

Tarifa por terminal estándar					
Número de terminales por rut					
1 a 10	11 a 25	26 a 50	51 a 100	101 a 200	201 y más
0,54 UF/mes	0,51 UF/mes	0,45 UF/mes	0,44 UF/mes	0,41 UF/mes	0,36 UF/mes
USD 22	USD 21	USD 18.5	USD 18	USD 16.8	USD 14.8

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

³ www.transbank.cl.

ii) Terminal celular fijo

Este producto está diseñado para comercios sin conexión fija o que hayan dejado su condición de temporal, sin embargo optaron por mantener la tecnología celular. Los costos por terminal son los siguientes.

Cuadro 5
Alquiler de terminal celular fijo cobrado a los comercios

Tarifa por terminal celular fijo				
Número de terminales por rut				
1 a 25	26 a 50	51 a 100	101 a 200	201 y más
0,60 UF/mes	0,58 UF/mes	0,56 UF/mes	0,54 UF/mes	0,51 UF/mes
USD 24.6	USD 23.8	USD 23	USD 22	USD 21

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

iii) Terminal celular móvil

Este producto corresponde a establecimientos con venta a domicilio o venta móvil y que necesitan de una terminal portátil, por ejemplo envíos de comida a domicilio.

Cuadro 6
Alquiler de terminal celular móvil cobrado a los comercios

Tarifa por terminal celular móvil				
Número de terminales por rut				
1 a 25	26 a 50	51 a 100	101 a 200	201 y más
0,60 UF/mes	0,58 UF/mes	0,56 UF/mes	0,54 UF/mes	0,51 UF/mes
USD 24.6	USD 23.8	USD 23	USD 22	USD 21

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

iv) Terminal temporal

Diseñado para comercios con funcionamiento esporádico, por ejemplo eventos, ferias, restaurantes en período de verano, etc.

Cuadro 7
Alquiler de terminal temporal cobrado a los comercios

Terminal temporal	
Período de operación	Tarifa por terminal instalado en el período
Hasta 20 días	0,38 UF (USD 15.5)
De 21 días a 3 meses	1,50 UF (USD 61.5)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

v) Terminal estacional

El comercio puede optar por la siguiente tarifa si funciona todo el año y al menos el 50% de las ventas con tarjetas de crédito o tarjetas de débito se concentran en los meses de diciembre a marzo.

Cuadro 8
Alquiler de terminal estacional cobrado a los comercios

Terminal estacional	
Meses	Tarifa por terminal
Meses de diciembre, enero, febrero y marzo	0,90 UF/mes (USD 36.9)
Resto del año	0,19 UF/mes (USD 7.8)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

vi) Pago a la mesa

Este servicio está compuesto por un terminal inalámbrico, que permite el pago en la mesa, y un terminal fijo que se mantiene como contingencia. El servicio aplica a restaurantes, hoteles, heladerías, etc.

Cuadro 9
Alquiler de pago a la mesa cobrado a los comercios

Pago a la mesa	
Solución celular	Tarifa
1 POS celular + 1 POS fijo	0,90 UF/mes (USD 36.9)
2 POS celular + 1 POS fijo	1,38 UF/mes (USD 56.5)
3 POS celular + 1 POS fijo	1,80 UF/mes (USD 73.8)
4 POS celular + 1 POS fijo	2,06 UF/mes (USD 84.5)
5 POS celular + 1 POS fijo	2,32 UF/mes (USD 95)
6 POS celular + 1 POS fijo	2,58 UF/mes (USD 105.8)
7 POS celular + 1 POS fijo	2,84 UF/mes (USD 116.5)
8 POS celular + 1 POS fijo	3,10 UF/mes (USD 127)
9 POS celular + 1 POS fijo	3,36 UF/mes (USD 137.8)
10 POS celular + 1 POS fijo	3,62 UF/mes (USD 148.4)
> 10 POS celular + 1 POS fijo	Se suma 0,25 UF/mes (USD 10.3) por cada celular sobre la tarifa anterior

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

vii) Terminales multicódigo

Las terminales multicódigo son soluciones para empresas médicas, profesionales u otros en que varios prestadores se encuentran en el mismo espacio físico. Esta terminal tiene la capacidad de operar con más de un código de establecimiento. Debe haber un establecimiento que se hace responsable y al resto se los denomina Prestador.

Cuadro 10
Alquiler de terminales multicódigo cobrado a los comercios

Terminales multicódigo	
Prestador	Tarifa
	0,38 UF/mes (USD 15.5) sólo si el establecimiento presenta venta con tarjetas durante el mes

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

viii) Terminal público

Terminal para sectores del tipo ferias o pequeñas galerías que permite a varios comercios utilizar una misma terminal. Al igual que en el producto anterior, uno de los establecimiento se denomina responsable y el resto prestador.

Cuadro 11
Alquiler de terminal público cobrado a los comercios

Terminal público	
Prestador	0,11 UF/mes (USD 4.5) sólo si el establecimiento presenta venta con tarjetas durante el mes

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

ix) Modalidades mediante KCC (Kit de conexión de comercios)

Por último existe un producto destinado a comercios que venden sus productos o servicios de forma remota a través de internet. Las tarifas son las siguientes.

Cuadro 12
Alquiler de las modalidades mediante KCC cobrado a los comercios

Webpay monocódigo y multicódigo	
Tarifa por establecimiento	0,48 UF/mes (USD 19.7)
Webpay modalidad PST (o mall virtual - múltiples establecimientos)	
Tarifa por establecimiento	0,12 UF/mes (USD 4.9)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

D. Condiciones de pago en Chile

El plazo de pagos para las tarjetas de crédito en Chile no debe exceder los treinta días desde el momento en que se efectúa la transacción, conforme a lo indicado en el Capítulo III.J.1 del Compendio de Normas Financieras del Banco Central y su reglamentación complementaria. Sin embargo, los pagos efectivamente son realizados en 48 hrs para tarjetas de crédito y 24 hrs para tarjetas de débito.

III. Brasil

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

El mercado Brasileiro cuenta con un total de aproximadamente 338 millones de tarjetas de crédito y 400 millones de tarjetas de débito vigentes. La población total de Brasil a la fecha es de 211 millones de personas. Esto significa que existe un total de 160 tarjetas de crédito y 190 tarjetas de débito por cada 100 habitantes.

El volumen de transacciones semestral en el mercado brasileiro es de más de USD 108.000 millones en tarjetas de crédito y USD 64.921 millones en tarjetas de débito. El parque total es de 4.538.445 POS instalados en todo el país, según datos extraídos del Banco Central de Brasil.

Las tarjetas de crédito representan el 46% del total de plásticos vigentes en Brasil, sin embargo representan el 63% del total de transacciones realizadas en tarjetas de crédito y débito.

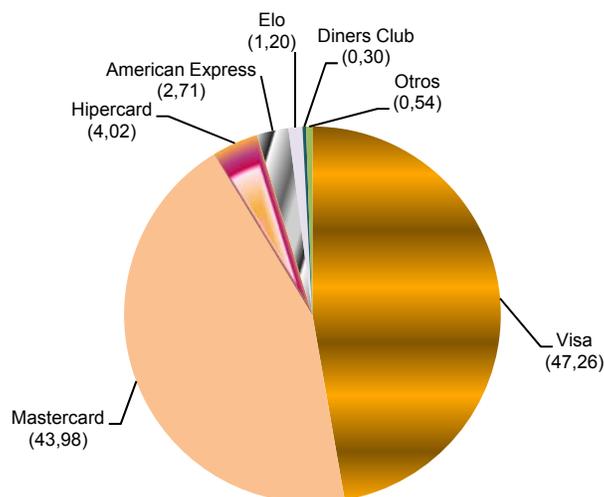
A pesar de las enormes dimensiones de su mercado y que el 80% de la población adulta ya tiene una cuenta bancaria, Brasil ocupa el último lugar (entre los países analizados en este trabajo) en cuanto a inclusión financiera, según el Microscopio Global 2016. Cabe mencionar que el Microscopio Global tiene en cuenta 12 indicadores para el cálculo del índice de inclusión financiera.

Las empresas Rede, Cielo, Global Payments, First Data, Stone, Getnet y Elavon cumplen los roles de adquirente y red de POS mientras que Rede y Cielo también son procesadoras de tarjetas.

El índice HH para Brasil es del 42% debido a que el mercado se encuentra bastante atomizado. Esto lo ubica como el mercado más competitivo de la región ya que las cuotas de mercado están repartidas entre varios jugadores. Además, la ley 12.865 que regula el mercado de medios de pagos de Brasil, contempla la interoperabilidad en las redes de POS. Esto fortalece la competitividad del mercado.

A pesar de esto, existe cierta concentración entre los primeros dos jugadores, Visa y Mastercard, quienes abarcan 47% y 44% del mercado respectivamente. Hipercard tiene una participación de 4,02%, American express tiene el 2,71% del mercado, Elo el 1,20% y Diners Club el 0,30%. Los demás jugadores representan el 0,54% del total de mercado.

Gráfico 2
Cuotas de mercado de las marcas en Brasil
(En porcentajes)



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Brasil.

La tasa de interés para tarjetas de crédito en Brasil es también la más alta de la región. Actualmente llegó a 476% en febrero de 2017 según datos del Banco Central de Brasil. Esto claramente indica que no existe regulación alguna sobre las tasas de interés que se puede cobrar.

B. Sellos vigentes y emisores

Los principales sellos vigentes en Brasil son:

- VISA
- MasterCard
- American Express
- HiperCard
- Elo
- Diners
- Cabal
- Aura

El mercado brasilero se encuentra muy atomizado con una cantidad muy grande de instituciones financieras emisoras de tarjetas.

C. Estructura de costos asociados al mercado de tarjetas

Nuevamente se han calculado los costos al tipo de cambio vigente a febrero de 2017 para poder expresar los mismos en dólares. A continuación se detalla la estructura de costos vigente desagregando los mismos por agentes participantes:

1. Comercios

Los costos que recaen sobre el comercio son el de comisión de adquirencia y alquiler de terminales POS.

a) Comisiones de adquirencia para tarjetas de crédito

En este mercado, las comisiones de adquirencia son bastante homogéneas. Las mismas varían desde 2,50% hasta 3,78% dependiendo del rubro, según datos extraídos de los sitios web de las empresas adquirentes⁴. Además cabe resaltar que las comisiones de adquirencia van de 3,10% a 3,79% (también dependiendo del rubro) en el caso de compras realizadas en cuotas.

b) Comisiones de adquirencia para tarjetas de débito

En el caso de tarjetas de débito, el rango de variación de las comisiones cobradas a los comercios es incluso menor. La más baja del mercado es 1,73% y la más alta llega a 2,48%.

c) Alquiler de terminales POS

Los costos de alquiler son muy variados debido a la existencia de una gran gama de productos. Los mismos se detallan a continuación:

i) POS inalámbrico

Los siguientes cuadros fueron extraídas de dos empresas de red distintas. La primera empresa cuenta con dos planes de alquiler. El plan convencional implica vender más de mil reales por mes con un costo de membresía único de 79,90 reales (USD 25,5). El plan alternativo tiene un costo de 159 reales mensual (USD 50,5).

Cuadro 13
Alquiler de POS inalámbrico cobrado a los comercios

POS inalámbrico	
Plan convencional	Plan alternativo
79,90 reales (USD 25.5)	159 reales (USD 50.5)

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red (www.userede.com.br).

El siguiente cuadro muestra el plan de alquiler del mismo producto listado arriba pero de otra empresa de red. El mismo producto tiene un único plan el cual implica una tasa de adhesión de USD 22 con una mensualidad que varía dependiendo del volumen de ventas (desde 1.000 reales hasta 9.000 reales mensual en ventas).

Cuadro 14
Alquiler de POS inalámbrico cobrado a los comercios

POS inalámbrico	
Tasa de adhesión	Mensualidad
69 reales (USD 22)	139 a 439 reales (USD 44 a 140)

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red (www.cielo.com.br).

Este producto está diseñado para los puntos de ventas como por ejemplo restaurantes, hoteles, etc.

⁴ www.globalpaymentsinc.com/pt-br/accept-payments, www.userede.com.br, www.cielo.com.br.

ii) POS cable

Una alternativa es el POS fijo estándar con cable. El costo del mismo también incluye una tasa de adhesión y varía según el volumen de ventas (ventas desde 1.000 a 9.000 reales).

Cuadro 15
Alquiler de POS cable cobrado a los comercios

POS cable	
Tasa de adhesión	Mensualidad
69 reales (USD 22)	109 a 409 reales (USD 35 a 130)

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

iii) Móvil con lector de tarjetas

Este producto está diseñado principalmente para ventas por teléfono. Los siguientes datos fueron extraídos de dos empresas de red distintas.

Este producto tiene un valor de 178,8 reales (USD 57) que puede ser abonado en 12 cuotas de 14,9 reales (USD 4,8).

Cuadro 16
Alquiler de móvil con lector de tarjetas cobrado a los comercios

Móvil con lector	
Tasa de adhesión	Mensualidad
Gratis	178,80 (USD 57)

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

Este producto es el mismo que el anterior con un costo de 238,8 reales (USD 76) o 12 cuotas de 19,9 reales (USD 6,3).

Cuadro 17
Alquiler de móvil con lector de tarjetas cobrado a los comercios

Móvil con lector	
Tasa de adhesión	Mensualidad
Gratis	238,80 (12 cuotas de 19,90)

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

iv) Tienda virtual

Este producto está diseñado para ventas por internet. El costo de inscripción es gratuito y la tarifa mensual es desde 59,9 reales (USD 19) dependiendo del volumen de ventas.

Además de estos productos, existen otros como la billetera digital, el lector pin pad para Transferencias Electrónicas de Fondos (TEF), el POS WIFI y otros más a los cuales no se ha podido acceder al costo.

D. Condiciones de pago en Brasil

El alquiler de los POS es debitado a los comercios directamente de sus ventas en tarjeta de crédito.

1. Tarjetas de crédito

Una vez autorizada la transacción con tarjeta de crédito, la acreditación al comercio se realiza en 2 hasta 30 días. El monto que se acredita equivale al valor de la venta restando la comisión de adquirencia y el alquiler de las terminales POS⁵.

Si la venta fue realizada en cuotas, la acreditación de la primera cuota se realiza a los 30 días y luego cada 30 días las siguientes, contando desde el momento de la captura.

2. Tarjetas de débito

La acreditación para tarjetas de débito, sin embargo, se hace en 48 hrs y la comisión de adquirencia es cobrada a fin de mes por el adquirente.

3. Anticipo de pago

Los comercios tienen la opción de adelantar la acreditación de sus ventas incurriendo en una tasa de pago anticipado. Esta tasa se calcula sobre el importe neto de la transacción, esto es, una vez deducida la comisión de adquirencia.

La tasa por pago anticipado es mensual, sin embargo se calcula la tarifa diaria (cuota mensual/30). Por ejemplo, si el comerciante, a los 10 días de efectuar una venta, desea anticipar un pago que originalmente sería a los 30 días, entonces la tasa de anticipo sería veinte veces la tarifa diaria.

⁵ <https://www.cielo.com.br/solucoes-de-pagamentos/solucoes-na-maquina-cielo/index.html>.

IV. Uruguay

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

Uruguay cuenta con un mercado cuya evolución se ha visto muy marcada desde la publicación de la Ley de Inclusión Financiera en el 2014, cuyo objetivo es promover el acceso a servicios financieros y el uso de medios de pago electrónicos por parte de su población.

La población total del país es cercana a 3.500.000 habitantes. En términos de inclusión financiera, Uruguay ocupa el cuarto lugar entre los países analizados (por encima de Paraguay y Brasil), según el Microscopio Global 2016. El número de tarjetahabientes para el año 2016 representaba el 44% de la población adulta y en promedio cada tarjetahabiente cuenta con 2,56 tarjetas de crédito, según datos del Banco Central de Uruguay.

La cantidad de tarjetas de crédito y débito en Uruguay es de 3.096.763 y 2.624.494 respectivamente. Por cada 100 habitantes, existen entonces 88 tarjetas de crédito y 75 tarjetas de débito. Por lo tanto, el 54,13% de las tarjetas vigentes son de crédito.

El volumen de transacciones realizadas en tarjetas de crédito suma un total de USD 2.893 millones de enero a junio del 2017, según datos del BCU. En el caso de tarjetas de débito, este volumen suma USD 1.846 millones. Así entonces, el 61% de las transacciones son realizadas con tarjetas de crédito y el 39% con tarjetas de débito.

La tasa de interés sobre tarjetas de crédito en Uruguay está en 81,1% para enero del 2017, según datos del BCU.

B. Sellos vigentes y emisores

Los principales sellos vigentes en Uruguay son:

- VISA
- MasterCard
- Amex

- Diners Club
- Cabal (alcance regional)
- OCA (alcance internacional)
- ANDA (alcance local)

En Uruguay existen cerca de 38 instituciones financieras reguladas por el Banco Central de Uruguay.

C. Estructura impositiva y beneficios fiscales

1. Ley de inclusión financiera

El marco legal que rige al mercado está fundamentado principalmente en la ley de inclusión financiera⁶. Según el artículo 10 de esta ley, todos los pagos de remuneraciones y otros derechos que tengan los trabajadores debe ser realizado a través de cuentas en instituciones de intermediación financiera o en instrumento de dinero electrónico. También los honorarios profesionales deben ser realizados mediante estos instrumentos. Además las instituciones financieras que permitan la intermediación de estos pagos, están obligados por la misma ley a no cobrar ningún cargo por la prestación de estos servicios.

Además se prevé una reducción de dos puntos porcentuales sobre la tasa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) aplicable a las enajenaciones de bienes y prestaciones de servicios efectuadas a consumidores finales, siempre que la contraprestación se efectúe mediante la utilización de tarjetas de débito, instrumentos de dinero electrónico u otros instrumentos análogos. También se permite la reducción total del IVA en el caso de que la contraprestación sea efectuada mediante la utilización de tarjetas de débito Uruguay Social, tarjeta de débito para cobro de Asignaciones Familiares o para prestaciones similares que determine el poder ejecutivo.

Adicionalmente, la ley 19.210 establece la interoperabilidad en las redes de POS. Esto contribuye a la competencia y reduce el costo para los comercios haciendo que los mismos no deban contar con un POS para cada marca de tarjeta.

2. Beneficios fiscales para alquiler de POS

Según el decreto 288/012, se estableció un subsidio para el alquiler de POS por parte de los comercios con un límite de 316 pesos para POS DIAL-UP y 772 pesos para POS GPRS. Dicho subsidio es del 70% del arrendamiento hasta el 31 de diciembre de 2017 y 40% hasta el 31 de diciembre de 2018.

D. Estructura de costos asociados al mercado de tarjetas

Entre los principales costos asociados a este mercado, se tiene los costos para el comercio que incluyen principalmente comisión de adquirencia y alquiler de las terminales POS.

1. Comercios

a) Comisiones de adquirencia para tarjetas de crédito

La comisión máxima de adquirencia para tarjetas de crédito es del 4,5% por transacción en modalidad al contado y 4,9% por transacción para compras en modalidad cuotas. Además existe una diferenciación para el rubro alimentación a quienes se les cobra una comisión del 4% por transacción.

También cabe mencionar que se estableció una dispersión máxima del 2% para todas las compras con tarjetas de crédito y de 1,5% específicamente para el rubro de alimentación, según datos proveídos por el Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay.

⁶ Ley 19.210, del 29/04/2014.

b) Comisiones de adquirencia para tarjetas de débito

Los adquirentes acordaron fijar una comisión máxima de 2,5% en un acuerdo realizado en 2011. Dicha comisión tuvo dos rebajas desde este acuerdo ubicándose actualmente en 2,2% por transacción realizada en tarjeta de débito.

Para fines del 2017 se espera que ocurran rebajas adicionales hasta llegar a una comisión del 1,5%.

c) Alquiler de terminales POS

Los costos de alquiler son los siguientes:

i) POS de línea:

Este es el equipo normal que va conectado a la línea telefónica. El costo mensual se detalla a continuación.

Cuadro 18
Alquiler de POS de línea cobrado a los comercios

Producto	Tarifa de alquiler
POS de línea	\$ 316 (USD 11.2) + IVA

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red (<http://www.geocom.com.uy/pos2000>).

ii) POS GPRS

Se trata de un equipo portátil inalámbrico con conexión a internet. El costo mensual es el siguiente.

Cuadro 19
Alquiler de pos con tecnología GPRS cobrado a los comercios

Producto	Tarifa de alquiler
POS GPRS	\$ 772 (USD 27.4) + IVA

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

iii) POS ethernet

Este equipo va conectado a la red de internet y enchufe de corriente. El costo mensual es el siguiente.

Cuadro 20
Alquiler de POS con tecnología ethernet cobrado a los comercios

Producto	Tarifa de alquiler
POS ethernet	\$ 631 (USD 22.38) + IVA

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

iv) MPOS

Se trata de un producto que se conecta al celular y usa los datos del mismo (válido solo para Android o iPhone). El costo mensual es el siguiente.

Cuadro 21
Alquiler de MPOS cobrado a los comercios

Producto	Tarifa de alquiler
MPOS	\$ 198 (USD 7.02) + IVA

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

E. Condiciones de pago en Uruguay

1. Plazos de pago

Los plazos de pagos varían según la tarjeta y el plan, a continuación se tiene los principales plazos establecidos para compras de un solo pago.

Cuadro 22
Plazos de pago de las ventas con tarjetas de crédito y débito

Descripción	Plazo de pago
1 pago con tarjeta de crédito	21 días
1 pago con tarjeta de débito local	24 hrs
1 pago con tarjeta de débito extranjera	48 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red (www.visanet.com.uy).

El siguiente cuadro muestra los plazos establecidos para compras realizadas en más de un solo pago. Los pagos pueden ser realizados hasta en 6 cuotas sin intereses. Más de 6 cuotas implica el pago de intereses.

Cuadro 23
Plazo de pagos de las ventas realizadas en cuotas

Plan	Plazo de pago
2 cuotas	37 días
3 cuotas	52 días
4 cuotas	67 días
5 cuotas	82 días
6 cuotas	97 días
7 cuotas	97 días
8 cuotas	97 días
9 cuotas	97 días
10 cuotas	97 días
11 cuotas	97 días
12 cuotas	97 días
18 cuotas (solo dólares)	97 días

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

2. Anticipo de pago

Los comercios tienen la opción de adelantar la acreditación de sus ventas incurriendo en una tasa de pago anticipado. Los coeficientes para pagos anticipados a los comercios son establecidos de la siguiente manera.

Cuadro 24
Coefficientes de descuento para pagos anticipados

Coefficientes para pagos anticipados		
Cuotas	Pesos	Dólares
Contado	0,84	0.38
2 cuotas	1,45	0.66
3 cuotas	2,07	0.94
4 cuotas	2,7	1.22
5 cuotas	3,33	1.5
6 cuotas	3,96	1.79

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

V. Perú

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

Perú cuenta con una población total de 32.083.270 habitantes. El total de tarjetas vigentes en Perú asciende a 24.170.738 plásticos vigentes, de los cuales el 66% son tarjetas de débito y el 34% tarjetas de crédito. Esto significa que existen 26 tarjetas de crédito y 50 tarjetas de débito por cada 100 habitantes.

Si se considera el nivel de bancarización de Perú, solo el 29% de la población adulta posee una cuenta bancaria según el Global Findex 2016, publicado por el Banco Mundial. A pesar de esto, Perú ha hecho un gran trabajo en cuanto a inclusión financiera ya que según el Microscopio Global 2016 ocupa el segundo lugar entre los países analizados en este trabajo.

El volumen semestral de transacciones de compra realizadas con tarjeta de crédito es de USD 1.292 millones. El volumen de adelantos semestral con tarjetas de crédito es de USD 22 millones. Las transacciones de compra realizadas con tarjetas de débito suman USD 188 millones, sin embargo el mayor volumen se encuentra en extracciones de ATM realizadas con tarjetas de débito, este monto asciende a casi USD 5.500 millones. Este gran volumen de extracciones hace que el 81% de las transacciones con tarjetas son realizadas con tarjetas de débito y las tarjetas de crédito representan solo el 19% del volumen total.

Se identificó cuatro empresas involucradas en el funcionamiento de los medios de pagos electrónicos, éstas son Procesos MC Perú, Visanet, Compañía Peruana de Medios de Pagos, Compañía de Servicios Conexos Expressnet y Diners Club Perú. Procesos MC Perú es el adquirente único de MasterCard así como Visanet es el único adquirente de Visa. El 70% del mercado está dominado por Visanet Perú y en tarjetas de crédito la cuota de mercado es incluso mayor⁷.

⁷ Martínez, Martha. “Promoviendo la competencia en redes de tarjetas de pago”. Revista Moneda.

Según un informe del Ministerio de Economía y Finanzas del Perú no existe ley que establezca la interoperabilidad en las redes de POS⁸. Esto hace que el efectivo siga siendo muy utilizado en las transacciones comerciales.

La tasa de interés para tarjetas de créditos a enero de 2017 es de 45,5%, según datos extraídos del Banco Central de Perú.

B. Sellos vigentes y emisores

Los principales sellos vigentes internacionales en Perú son:

- VISA
- MasterCard
- Amex
- Diners Club

Existen 16 bancos y 11 instituciones financieras quienes son emisores de tarjetas y están regulados por el Banco Central de Perú.

C. Estructura de costos

La estructura de costos para el comercio está dada por el alquiler del POS y las comisiones de adquirencia.

1. Comercios

a) Comisiones de adquirencia

En primer lugar se detallan las comisiones de adquirencia. El cuadro muestra que el adquirente fija una comisión de adquirencia al establecimiento comercial y la forma en la que se distribuye esta comisión es: 20% para el adquirente y 80% para el emisor de la tarjeta.

Cuadro 25
Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios
(En porcentajes)

Tipo de tarjeta	Comisión de adquirencia (máxima)
Crédito	4,15
Débito	3,25

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas adquirentes (www.visanet.com.pe).

La comisión de adquirencia para tarjetas de crédito está entre 1% y 1,5% para establecimientos como supermercados o estaciones de servicios, por los grandes volúmenes que manejan. Para comercios pequeños y medianos la comisión varía entre 3% y 4%. Finalmente para establecimientos como joyerías, la comisión alcanza el 4,15%.

Estas comisiones son divididas entre adquirente y emisor participando el adquirente con el 20% y el emisor con el 80%.

⁸ Ministerio de Economía y Finanzas (2016). “Construyendo sobre bases sólidas: un camino para el avance de los pagos de gobierno a nivel subnacional en el Perú”. Perú.

Cuadro 26
Distribución de las comisiones de adquirencia entre adquirente y emisor
(En porcentajes)

Distribución de la comisión de adquirencia	
Adquirente	Emisor
20	80

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas adquirentes.

b) Alquiler de terminales POS

Además del costo de alquiler, en Perú existe un costo de instalación de USD 60 que debe pagar el comercio solo el primer mes. El alquiler promedio de una terminal POS estándar en Perú es de USD 10 mensual. Si el comercio supera una cantidad de transacciones fijadas previamente, el alquiler es gratis.

Cuadro 27
Alquiler de terminal POS estándar y costo de instalación cobrado a los comercios

Descripción	Transacciones exigidas (mensuales)	Costo de instalación	Tarifa mensual
Terminal POS estándar	40	USD 18.5	USD 10

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de las redes de POS (<https://www.visanet.com.pe/mundovisnet/admin/assets/documentos/>).

c) Costo de emisión de estados de cuenta

En Perú existe además un costo adicional de 5 soles (USD 1,5) por la emisión de estados de cuenta. Este costo también recae sobre el comercio.

D. Condiciones de pago en Perú

El plazo de pagos a los comercios en Perú es independiente del tipo de tarjeta (crédito o débito). En ambos casos el pago es realizado en 48 hrs luego de autorizada la transacción.

VI. Colombia

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

El mercado colombiano se caracteriza por tener el mayor índice de inclusión financiera de la región, según datos extraídos del Microscopio Global 2016. La población total de Colombia es de más de 49 millones de habitantes. Para diciembre del 2015, el 76,3% de la población tenía acceso a por lo menos un producto financiero y la meta es llegar a 84% para 2018.

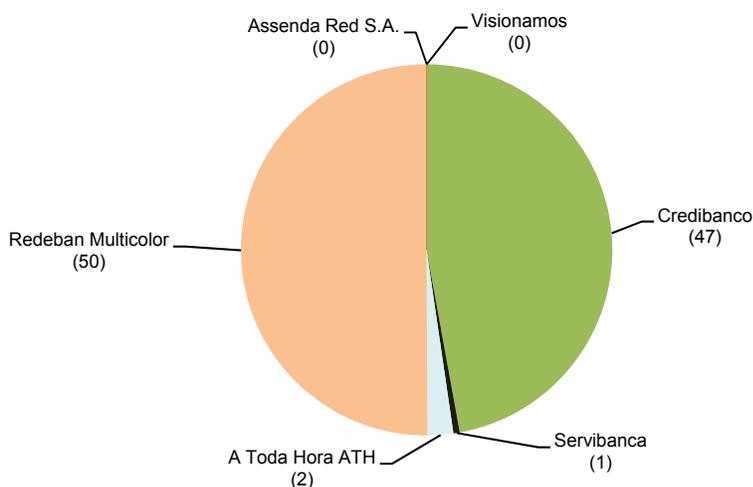
La cantidad de tarjetas de crédito y débito vigentes en el mercado es de 13.752.401 y 22.514.108 respectivamente. Así entonces existen 28 tarjetas de crédito y 46 tarjetas de débito por cada 100 habitantes, según datos extraídos de la Superintendencia Financiera de Colombia a diciembre del 2016.

Las principales empresas identificadas en el funcionamiento del mercado de pagos electrónicos son Credibanco, Redeban, Servibanca, A toda hora ATH, Visionamos y Assenda Red S.A. De estas empresas, Credibanco (con Visa y American Express) y Redeban (con MasterCard) captan el 74% de las transacciones (40% Visa y 34% MasterCard)⁹. Redeban y Credibanco cumplen al mismo tiempo los roles de red y adquirencia. El índice HH es de 47% si se considera las cuotas en tarjetas de crédito y 52% si se considera cuotas en tarjetas de débito.

El volumen total de transacciones semestral en tarjetas de crédito es de aproximadamente USD 10.425 millones de los cuales USD 8.953 millones son transacciones de compra y USD 1.472 millones son adelantos de dinero. El volumen semestral en tarjetas de débito es aún mayor sumando USD 8.450 millones en transacciones de compras y USD 40.761 millones en extracciones de dinero. Cabe mencionar que en el caso de Colombia, estos datos incluyen las transacciones realizadas en el extranjero con tarjetas emitidas localmente y transacciones en el territorio colombiano realizadas con tarjetas emitidas en el extranjero.

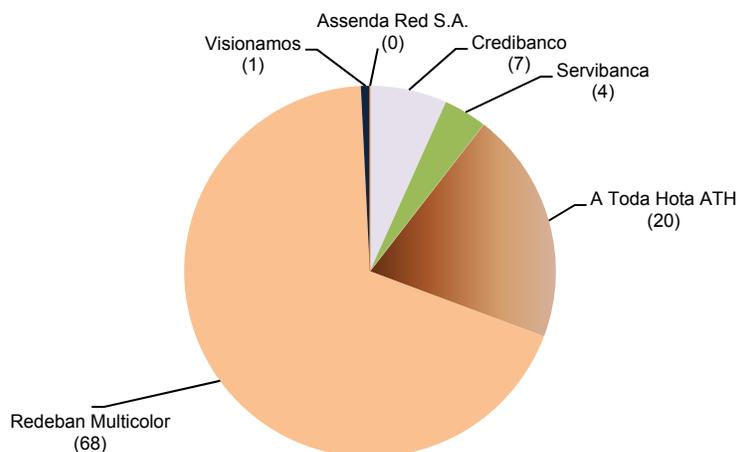
⁹ Muñoz Galvis, F. (2014). “Mercado de tarjetas de crédito en Colombia, un enfoque mediante la dinámica de sistemas”. Universidad Nacional de Colombia.

Gráfico 3
Cuotas de mercado de los adquirentes en Colombia (Tarjetas de crédito)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Gráfico 4
Cuotas de mercado de los adquirentes en Colombia (Tarjetas de débito)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Superintendencia Financiera de Colombia.

El volumen de compras y extracciones realizadas con tarjetas de débito representa el 83% de las transacciones realizadas con tarjetas de crédito y débito. Esto se debe principalmente al volumen de extracciones que son realizadas todos los meses por los usuarios de tarjetas de débito.

En Colombia no existe reglamentación que establezca la interoperabilidad en las redes de POS.

Las tasas de interés cobradas sobre las tarjetas de crédito van desde 23% hasta el 31% dependiendo del emisor, según datos de la Superintendencia Financiera a diciembre del 2016.

B. Sellos vigentes y emisores

Los principales sellos vigentes en Colombia son:

- VISA
- MasterCard
- American Express

Existen 418 instituciones reguladas por la Superintendencia Financiera de Colombia.

C. Estructura de costos

Los costos relacionados al comercio son los siguientes:

1. Comercios

a) Comisiones de adquirencia para tarjetas de crédito

Las comisiones de adquirencia cobradas a los comercios se encuentran en el siguiente cuadro. En promedio, el 62% de esta comisión la cobra el emisor y el 38% el adquirente¹⁰.

Cuadro 28
Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios por rubro (Tarjetas de crédito)
(En porcentajes)

Comisión de adquirencia sobre tarjetas de crédito	
Rubro	Comisión de adquirencia (máxima)
Aerolíneas	2,10
Automotores	3,00
Educación formal	2,00
Electrodomésticos	2,40
Eventos	1,50
Hoteles y clubes sociales	2,50
Medicina prepagada, seguros y clínicas	4,00
Restaurantes	3,30
Ventas especiales	0,30
Almacenes con y sin supermercado	2,40
Cadena de almacenes	1,85
Comercio en general	3,60
Comidas rápidas	2,50
Combustibles y gasolina	0,05
Droguerías	1,80
Donaciones	4,70
Transporte de pasajeros y carga terrestre	1,80
Consultorios médicos, laboratorios y ópticas	3,80
Pagos e impuestos	1,50
Otros	3,50

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban Multicolor S.A.

¹⁰ www.rbmcolombia.com/wps/portal/index.

b) Comisiones de adquirencia para tarjetas de débito

Las comisiones cobradas a los comercios sobre tarjetas de débito son las siguientes. En promedio, el 62% de esta comisión la cobra el emisor y el 38% el adquirente.

Cuadro 29
Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios por rubro (Tarjetas de débito)
(En porcentajes)

Comisión de adquirencia sobre tarjetas de débito	
Rubro	Comisión de adquirencia (máxima)
Aerolíneas	1,40
Automotores	2,70
Educación formal	1,50
Electrodomésticos	2,40
Eventos	1,50
Hoteles y clubes sociales	2,50
Medicina prepagada, seguros y clínicas	1,18
Restaurantes	3,00
Ventas especiales	0,30
Almacenes con y sin supermercado	2,00
Cadena de almacenes	2,06
Comercio en general	3,20
Comidas rápidas	1,87
Combustibles y gasolina	0,40
Droguerías	1,80
Donaciones	3,00
Transporte de pasajeros y carga terrestre	1,30
Consultorios médicos, laboratorios y ópticas	3,00
Pagos e impuestos	1,00
Otros	2,50

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban Multicolor S.A.

c) Alquiler de terminales POS

La particularidad que tiene el sistema de alquiler de POS en Colombia es que son gratis con la condición de que el comercio supere una cantidad de transacciones fijada por tipo de terminal. En caso de incumplimiento de esta cantidad mínima de transacciones, el comercio deberá abonar un monto fijado previamente por tipo de terminal. Las tarifas que se encuentran a continuación están calculadas sin incluir el IVA, el cual es del 19% en Colombia.

i) POS fijo y POS móvil

Si el comercio no cumple con el mínimo de transacciones, entonces debe abonar los montos establecidos en la tercera columna del siguiente cuadro.

Cuadro 30
Alquiler de POS estándar cobrado a los comercios

POS estándar		
Producto	Transacciones exigidas (mensuales)	Tarifa
POS fijo	46	28 525 (USD 9.5)
POS móvil	130	51 324 (USD 17)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban.

ii) MiniPOS

En el caso del mini POS existen dos opciones. El comercio puede comprar el mini POS y en caso de no cumplir con las transacciones exigidas, deberá abonar el valor que se especifica en el cuadro 29. La otra opción para el comercio es obtener el mini POS en comodato en cuyo caso debe pagar el alquiler mensual especificado en el cuadro (en caso de no cumplir con las 30 transacciones exigidas).

Cuadro 31
Alquiler de Mini POS cobrado a los comercios

MiniPOS		
Producto	Transacciones exigidas (mensuales)	Tarifa
Modelo en comodato	30	22 869 (USD 7.6)
Modelo en venta	30	8 853 (USD 2.95)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban.

D. Condiciones de pago en Colombia

En Colombia, tanto para tarjetas de crédito como débito, el plazo de pago es de máximo tres días hábiles.

VII. Argentina

A. Características generales del mercado de pagos electrónicos

Argentina cuenta con una población total de 44.187.913 habitantes. El total de tarjetas de crédito en este mercado es de 52.434.945 y las tarjetas de débito hacen un total de 39.795.701. Esto equivale a 119 tarjetas de crédito y 90 tarjetas de débito por cada 100 habitantes.

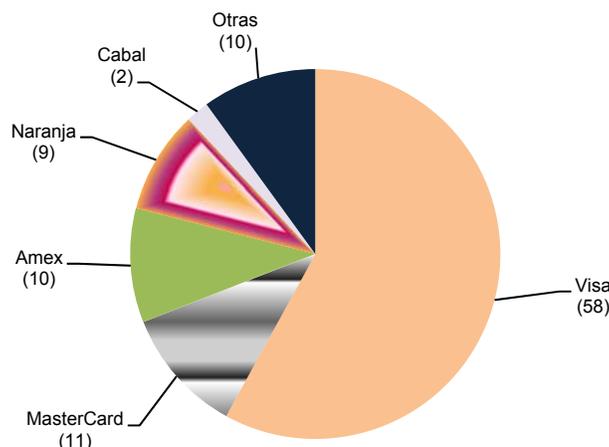
En cuanto a inclusión financiera, Argentina se ubica en el último lugar entre los países analizados en este trabajo, según el Microscopio Global 2016. Apenas el 33,1% de la población adulta tiene una cuenta bancaria¹¹.

En Argentina existen principalmente seis tarjetas, Visa, MasterCard, Credencial, Cabal, Diners y American Express. Las primeras cuatro operan en un sistema en el cual cada banco puede emitir diferentes marcas. Las últimas dos operan en un sistema en el cual el propietario de la marca emite su propia tarjeta, según datos de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC). Además existen otras redes que funcionan como sistemas cerrados y son propiedad de comercios y otras marcas a nivel regional o municipal. La distribución del mercado se muestra en el siguiente gráfico 5.

El índice de concentración de mercado HH calculado a partir de estas cuotas de mercado es de 37%, lo cual indica cierta competitividad en este mercado. Sin embargo, un dato importante a tener en cuenta es que en el caso de Visa, la única empresa adquirente es PRISMA y la única adquirente de MasterCard es First Data. Estas dos empresas manejan más del 70% del mercado de adquirencia, procesamiento y red de POS. Esto indica la existencia de un alto grado de integración vertical en el mercado de pagos electrónicos en Argentina.

¹¹ Tuesta, D., Sorensen, G., Haring, A. y Cámara, N. (2015). “*Inclusión financiera y sus determinantes: el caso argentino*”. BBVA research.

Gráfico 5
Cuotas de mercado de las marcas en Argentina



Fuente: Elabora

El volumen total del mercado de medios de pagos electrónicos en Argentina es de USD 13.228 millones mensuales, según datos del Banco Central de la República Argentina. Además el gasto en tarjetas representó el 12,7% del consumo personal¹². Este volumen incluye a todos los medios de pagos electrónicos. Las tasas de interés sobre las tarjetas de crédito en Argentina están por encima del 40% a febrero del 2017, según datos del Banco Central de la república Argentina (BCRA).

B. Sellos vigentes y emisores

Los principales sellos vigentes en Argentina son:

- VISA
- MasterCard
- American Express
- Diners
- Cabal (alcance regional)
- Naranja (alcance local)

Existen 78 entidades financieras reguladas por el Banco Central de la República Argentina.

C. Estructura impositiva

En Argentina, los comercios deben pagar 21% de IVA sobre la comisión de adquirencia.

En cuanto a la normativa vigente sobre el mercado de tarjetas de crédito y débito, la ley que regula este mercado es la ley 25.065. Sin embargo existe un proyecto de ley que pretende fijar un tope de 2% a la comisión de adquirencia en tarjetas de crédito y 1% en tarjetas de débito.

Adicionalmente, desde el 30 de abril del 2017 los comercios están obligados a aceptar pagos con tarjetas de débito. Para facilitar el ingreso de los comercios monotributistas, a los mismos se les ha otorgado gratuidad en los servicios de alquiler de POS durante un período de dos años.

¹² Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. Agosto, 2016. Resolución N° 17. Anexo I.

D. Estructura de costos

Los costos relacionados al comercio son los siguientes:

1. Comercios

a) Comisiones de adquirencia para tarjetas de crédito

La comisión de adquirencia para tarjetas de crédito tiene un tope del 3,0% establecido en la ley 25.065.

b) Comisiones de adquirencia para tarjetas de débito

La comisión de adquirencia para tarjetas de débito tiene un tope del 1,5% establecido en la ley 25.065.

c) Alquiler de terminales POS

Los siguientes costos de alquiler no incluyen el IVA (21% en Argentina).

i) *Terminal POS Dial Up*

La terminal POS estándar Dial Up tiene un alquiler mensual de USD 16,5.

Cuadro 32
Alquiler de terminal POS Dial Up cobrado a los comercios

Producto	Tarifa de alquiler
Terminal POS Dial Up	257 pesos (USD 16.5)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de LaPOS (www.lapos.com.ar).

ii) *Mini POS*

El Mini POS tiene un costo de venta de USD 15,8 y además es cobrada una comisión por el uso de la plataforma mercadopago. Dicha comisión es del 4,95% por transacción autorizada.

Cuadro 33
Alquiler Mini POS cobrado a los comercios

Producto	Alquiler (por transacción)	Costo del lector
Mini POS	4,95%	247,7 pesos (USD 15.8)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Posnet para el producto mercadopago (www.posnet.com.ar).

E. Condiciones de pago en Argentina

1. Tarjetas de crédito

El plazo de pago a los comercios de las ventas con tarjetas de crédito es de 18 días hábiles, según datos de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

2. Tarjetas de débito

El plazo de pago a los comercios de las ventas con tarjetas de débito es de 48 hrs a 72 hrs hábiles, según datos de la AFIP.

VIII. Análisis comparativo de la región

A continuación se presenta un panorama completo de los costos y algunos índices a nivel regional. Estos incluyen costos de adquisición, costos de alquiler, índice de competitividad e inclusión financiera, etc. ya mencionado antes en el presente documento. Sin embargo se pretende hacer énfasis en la comparación de estos indicadores entre todos los países analizados.

A. Competitividad

Se utiliza el índice de Herfindahl-Hirschmann para construir un ranking de competitividad entre los países estudiados. El país más competitivo de la región, basado en este indicador, es Brasil con un índice de 41,93%. Si bien, no se ha podido computar el índice HH para Argentina basado en las cuotas de mercado de los adquirentes (se computó el índice basado en las transacciones por marca de tarjeta), según datos de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, la empresa Prisma en su rol de adquirente posee una cuota de mercado del 70%. Esto indicaría que Argentina cuenta con un índice de al menos 49% o más, lo cual ubica a Argentina por debajo de Brasil y Colombia.

Cuadro 34
Ranking de competitividad basado en el índice de concentración de Herfindahl-Hirschman
(En porcentajes)

Ranking de competitividad	Índice HH
Brasil	41,93
Colombia	47,00
Paraguay	81,82
Chile	100,00

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de bancos centrales y entidades de cada país.

B. Inclusión financiera

Para ordenar los países según su nivel de inclusión financiera se ha utilizado el indicador del Microscopio Global 2016¹³, el cual utiliza 12 indicadores del nivel de inclusión financiera. Estos indicadores son:

1. Apoyo del gobierno a la inclusión financiera.
2. Capacidad de regulación y supervisión para la inclusión financiera.
3. Regulación prudencial.
4. Regulación y supervisión de carteras de crédito.
5. Regulación y supervisión de actividades de captación de depósitos.
6. Regulación de seguros dirigidos a poblaciones de bajos ingresos.
7. Regulación y supervisión de sucursales y agentes/corresponsales.
8. Requisitos para entidades de crédito no reguladas.
9. Pagos electrónicos.
10. Sistemas de información crediticia.
11. Reglas de conducta de mercado.
12. Mecanismos de reclamación y operación de los mecanismos de resolución de controversias.

Basado en estos indicadores, el ranking de inclusión financiera de los países analizados es el siguiente.

Cuadro 35
Ranking de inclusión financiera basado en los indicadores del Microscopio global 2016

Posición	Ranking de inclusión financiera
1	Colombia
2	Perú
3	Chile
4	Uruguay
5	Paraguay
6	Brasil
7	Argentina

Fuente: Elaboración propia con datos del Microscopio Global 2016.

C. Comisión de adquirencia

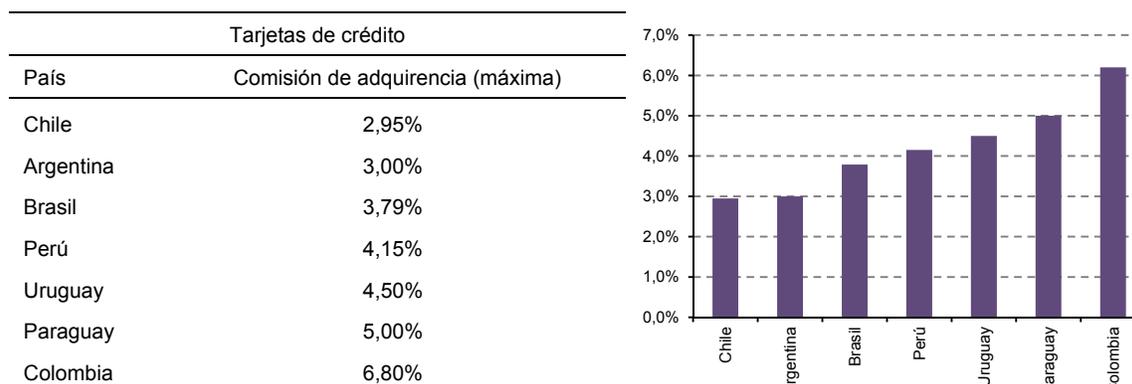
La comisión de adquirencia constituye un costo variable para el comercio. Como ya se ha mencionado, esta comisión es la tasa que cobra el adquirente al comercio sobre sus ventas.

1. Tarjetas de crédito

Las comisiones de adquirencia máxima sobre tarjetas de crédito para los distintos países son las siguientes.

¹³ (2016). Microscopio Global. Análisis del entorno para la inclusión financiera. The Economist Intelligence Unit.

Cuadro 36
Comisiones de adquirencia máxima cobrada a los comercios en los distintos países de la región (de menor a mayor)

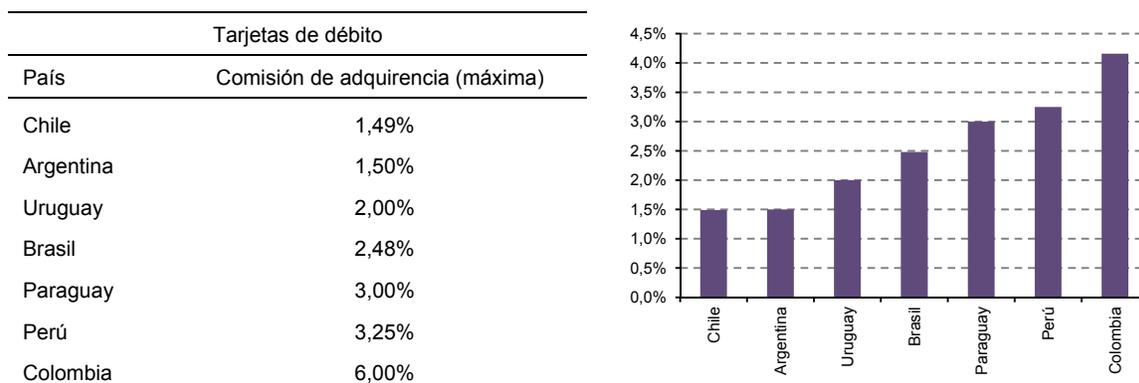


Fuente: Elaboración propia con datos de los adquirentes de cada país.

2. Tarjetas de débito

Las comisiones de adquirencia máxima sobre tarjetas de débito para los distintos países son las siguientes.

Cuadro 37
Comisiones de adquirencia máxima cobrada a los comercios en los distintos países de la región (de menor a mayor)



Fuente: Elaboración propia con datos de los adquirentes de cada país.

D. Alquiler de terminales POS

El alquiler de terminales forma parte del costo fijo para el comercio. En este apartado se considera el alquiler de terminales POS estándar de línea de cada país. Resulta importante resaltar los casos de Perú y Colombia en los cuales si se cumple un mínimo de transacciones entonces el alquiler de POS no tiene costo. En caso de no cumplir con el mínimo de transacciones requeridas, entonces el comercio debe abonar la tarifa mencionada en el siguiente cuadro 38. También se debe resaltar el caso de Uruguay, único país con subsidio al alquiler de POS, lo cual disminuye sustancialmente el costo del alquiler percibido por el comercio. Es el único país de la región con este tipo de política.

Cuadro 38
Alquiler de terminales POS estándar cobrado a los comercios en los distintos países de la región (de menor a mayor)

Alquiler de POS	
País	Tarifa mensual (en USD)
Colombia	9.5
Perú	10
Uruguay ^a	11.2
Chile	22
Paraguay	25
Brasil	25.5
Argentina	

Fuente: Elaboración propia con datos de los adquirentes de cada país.

^a Notar que por la ley de inclusión financiera, este alquiler es compensado al comercio con subsidios como se ha mencionado en el capítulo 4 del presente documento.

E. Plazos de pagos

Los plazos de acreditación de las ventas realizadas con tarjetas de crédito también varían según el país.

Cuadro 39
Plazos de pago a los comercios de las ventas con tarjetas de crédito en los distintos países de la región (de menor a mayor)

Plazos de pago para ventas con tarjeta de crédito	
País	Plazo de pago
Paraguay	48 hrs
Perú	48 hrs
Chile	48 hrs
Colombia	3 días
Uruguay	21 días
Brasil	De 2 a 30 días
Argentina	

Fuente: Elaboración propia con datos de los adquirentes de cada país.

IX. El caso uruguayo

Desde el punto de vista de organización industrial, el rol que cumple el mercado de pagos electrónicos es el de resolver un juego de “la gallina y el huevo”. Una tarjeta de crédito o débito, así como otros medios de pagos electrónicos tiene valor para el usuario siempre y cuando sea aceptada por un número suficientemente grande de comercios.

Desde esta óptica, entonces, la tarea de los adquirentes es la de atraer a ambos lados del mercado sin perder dinero. Por este motivo se los llama una industria de dos lados. Los adquirentes deben competir con otros adquirentes para atraer a dos tipos de agentes económicos, usuarios y comercios.

En este sentido, el modelo de Rochet y Tirole (2003) predice que competencia en precios en el mercado de adquirencia llevaría a menores comisiones e indirectamente a menores precios de venta de bienes y servicios en los comercios.

Si se analizan las predicciones del modelo propuesto por Rochet y Tirole (2003), debería esperarse aranceles más bajos en los mercados más competitivos. Además se observa que existe una relación negativa entre comisiones máximas de adquirencia y competitividad medida a través del índice HH en la región, lo cual es consistente con las predicciones teóricas del modelo, esto es, a mayor competencia los aranceles tienden a ser más bajos.

El mercado de medios de pagos electrónicos es muy diverso. Existe el caso de monopolio en Chile, el caso de Argentina con integración vertical completa del mercado de medios de pagos electrónicos, el caso más competitivo de Brasil con mayor diversificación de roles, etc.

En Uruguay, si bien es cierto que el mercado de adquirencia está concentrado en los mayores jugadores, a través de la interoperabilidad que se encuentra prevista en la ley 19.210 de inclusión financiera, se ha eliminado la posibilidad de integración vertical total. Esto contribuye a la competitividad del mercado permitiendo que más empresas puedan entrar a competir al mercado de redes.

Otro aspecto importante de resaltar en el mercado Uruguayo es el de los beneficios fiscales existentes a favor de los comercios y usuarios de tarjetas. Los comercios perciben un costo de alquiler de POS inferior al real debido a que los mismos se encuentran subsidiados por el gobierno.

Por el lado de los usuarios, pueden reducir parte o incluso la totalidad (en algunos casos) del IVA realizando transacciones con tarjetas en lugar de hacerlo con efectivo.

En términos del modelo propuesto, esto implica un aumento de los beneficios de utilizar tarjeta para los usuarios y también para los comercios, lo cual fomenta el uso de las tarjetas como medio de pago.

La comisión de adquirencia máxima de Uruguay es igual al promedio de la región en el caso de tarjetas de crédito y se encuentra por debajo del promedio de la región en el caso de tarjetas de débito.

Los costos que soporta un comercio en Uruguay entonces son:

- Alquiler de POS: USD. 11,2 + IVA.
- Comisión de adquirencia sobre tarjetas de crédito: 4,5% por transacción.
- Comisión de adquirencia sobre tarjetas de débito: 2% por transacción.

A estos costos hay que restarle el subsidio del 70% del valor del alquiler del POS.

X. Conclusiones

Finalmente se agrupan los aspectos centrales que definen al mercado uruguayo en cinco bloques. Los mismos se relacionan con los beneficios fiscales, interoperabilidad en las redes de POS, plazos y condiciones de pago, transparencia y comisiones de adquirencia.

Los primeros dos aspectos distinguen positivamente a Uruguay de los demás países de la región por ser dos características presentes exclusivamente en este mercado, disminuyen el costo para los usuarios y además fomentan la competitividad.

- 1. Beneficios fiscales en alquiler de POS y uso de tarjetas**

Los beneficios fiscales contribuyen a abaratar considerablemente el costo de alquiler de POS al comercio y el uso de medios de pago electrónicos a los usuarios. Estos beneficios existen exclusivamente en Uruguay y hacen que Uruguay sea el país con alquiler de POS más barato de la región.

- 2. Interoperabilidad en las redes**

La interoperabilidad en las redes de POS prevista en la ley 19.210 contribuye a la competitividad en el mercado de redes permitiendo que una red pueda aceptar varios sellos. Esto no sucede en otros países de la región obstaculizando la entrada a nuevos competidores al mercado de redes.

Los aspectos en los cuales todavía queda margen para mejorar pueden agruparse en los siguientes tres:

- 1. Plazos de pago**

Los plazos de pagos en Uruguay son de 21 días para tarjetas de crédito lo cual ubica a Uruguay entre los países con los plazos más largos de la región. Es recomendable reducir este plazo y de esta forma abaratar el costo de financiamiento que finalmente recae sobre los comercios.

- 2. Transparencia**

Países de la región como Colombia y Chile han adoptado leyes de transparencia en los datos lo cual permite un mejor control de la situación global del mercado permitiendo que cualquier persona pueda acceder a la estructura de costos globales asociadas al funcionamiento del mercado de pagos electrónicos.

3. Comisiones de adquirencia

Las comisiones de adquirencia se encuentran aproximadamente en la media de la región, sin embargo es posible mejorarlas cambiando en cierta forma la estructura del modelo de negocio como se propone a continuación.

A. Alternativas al modelo de negocio de tarjetas

El modelo de negocios de las tarjetas de crédito y débito está fundamentado en los siete jugadores que ya se han mencionado a lo largo del trabajo. Estos son, usuarios, comercios, red de POS, adquirentes, procesadores, banco emisor y banco pagador.

En Europa y en India se propuso un sistema de pagos alternativo al de las tarjetas de crédito y débito en el cuál se proponen cambios en la estructura de negocios. Estos cambios complementan a jugadores como adquirentes, red de POS y procesadores creando un nuevo ecosistema en el cual es el usuario quien tiene la decisión de cual medio de pago utilizar. En dicho ecosistema deberán existir las llamadas empresas proveedoras de servicios de pagos, PSP por sus siglas en inglés (Payments Service Providers).

De esta forma se reduce la cantidad de intermediarios permitiendo que los comercios puedan conectarse directamente a la cuenta del usuario para obtener sus pagos por ventas.

Actualmente, en Argentina también se propuso implementar una plataforma de pago en la cual el usuario paga al comercio a través de su Smartphone facilitando la transferencia. Esto beneficia al comercio debido a que no debe pagar comisión alguna por la venta y además la misma es acreditada en el momento. También beneficia al usuario facilitando el medio de pago sin la necesidad de ninguna tarjeta.

B. Europa PSD2

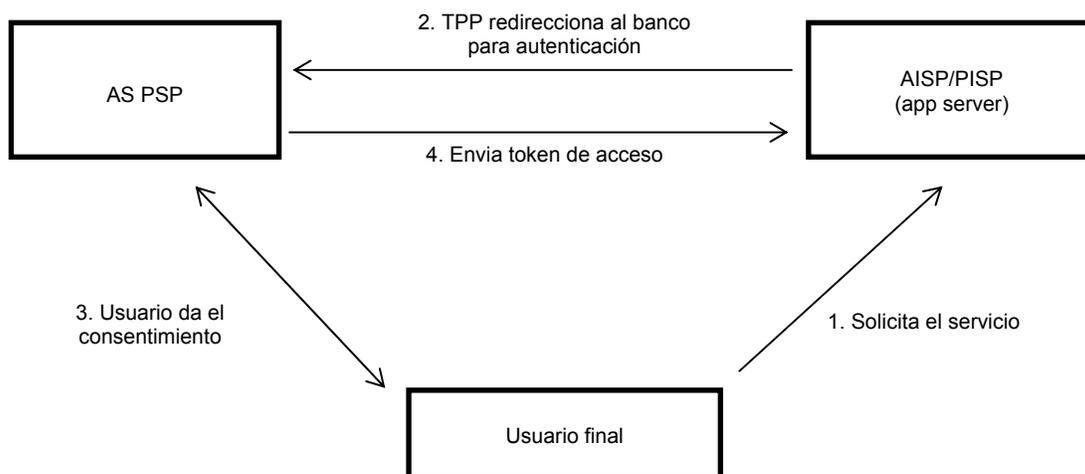
En Europa existen planes de implementar dicho sistema a partir de enero del 2018 y el mismo estará regulado por la Second Payment Services Directive (PSD2) a cargo de la Financial Conduct Authority (FCA).

La regulación del PSD2 ha sido extendida para incluir dos nuevos tipos de empresas proveedoras de servicios de pagos: las Payment Initiation Service Providers (PISP) y Account Information Service Providers (AISP). El primer servicio (PISP) es utilizado por los usuarios para autorizar el pago de algún bien que desea adquirir. El AIS es un servicio online que provee información sobre una o más cuentas de pago en poder del usuario con los distintos proveedores de servicios de pago (PSP). Cualquier PSP podría ofrecer estos servicios a sus usuarios y brindar, de esta forma, transparencia a las operaciones que realizan los usuarios. Esto permitiría en el futuro una mejor relación entre usuario y proveedores de servicios de pagos.

Las AIS proveen información a los comercios para poder determinar patrones de compras y desarrollar estrategias de marketing basadas en estos patrones. Además brinda información sobre sus gastos a los usuarios permitiendo que los mismos puedan prever una mejor calidad de gasto futuro.

Todos los proveedores de servicios de pagos estarán obligados a trabajar con las PIS y AIS, a quienes también se las denomina Third Party Providers (TPP), lo cual permite un mayor control de todas las transacciones y para los usuarios permitiría un mejor manejo de sus cuentas.

Diagrama 1
Esquema del modelo de negocio propuesto en Europa



Fuente: Elaboración propia.

C. India UPI

En India, el sistema es llamado Unified Payments Interface (UPI) y ya fue lanzado en abril del 2016 por la National Payments Corporation of India (NPCI). La entidad encargada de regular este sistema es el banco central de India (Reserve Bank of India).

Una de las ventajas de este sistema es la implementación del Bharat QR code el cual permite enviar o recibir dinero de otros usuarios que no tienen una cuenta basada en UPI. Esto permite prescindir del POS o cualquier máquina especializada para realizar una transacción.

El código QR consiste en cuadrados negros sobre un fondo blanco, el cual contiene información sobre algún producto. Esto permite que el usuario no deba ingresar los datos del bien que desea adquirir, simplemente lo escanea con un Smartphone.

Actualmente existen formas de pago basados en códigos QR como el de Visa (mVISA) y el de Mastercard (Masterpass QR). La principal característica que distingue al Bharat QR code es que integra a las principales compañías de medios de pago, actualmente VISA, Mastercard y Rupay. De esta forma, sin importar que marca de tarjeta tenga el usuario, el mismo puede realizar pagos a cualquier cuenta bancaria con Bharat QR code.

Esta plataforma permite que los usuarios no deban cargar con sus tarjetas y disminuye el riesgo de fraude. Además beneficia a los comercios acreditándoles sus ventas en el instante y no cargando con comisiones por el uso de tarjetas. Adicionalmente el comercio no necesita un POS para realizar la venta lo cual implica un costo de alquiler nulo.

D. Recomendaciones finales

Finalmente se proponen algunas líneas de trabajo para el mejoramiento del mercado de pagos electrónicos en Uruguay:

- Revisión de los plazos de pago a los comercios con el objetivo de reducirlos razonablemente.
- Estudiar la posibilidad de implementar una ley de transparencia que permita un mejor control de los costos asociados al mercado de pagos electrónicos y una mejor relación entre comercios y adquirentes.
- Estudiar la posibilidad de implementar un sistema de pagos, similar al planteado por el PSD2 en Europa y el UPI en India, bajo la supervisión del Banco Central del Uruguay.

Anexo

Cuadro A.1
Tipos de cambio utilizados para la conversión de monedas

País	Moneda local	Tipo de cambio (moneda local/dólar)
Uruguay	Peso uruguayo	28,2
Chile	Peso chileno	670
Argentina	Peso argentino	15,63
Colombia	Peso colombiano	3 000
Brasil	Real	3,14
Perú	Sol	3,25
Paraguay	Guaraníes	5 540

Fuente: Elaboración propia con datos de los bancos centrales de la región.

A. Paraguay

Cuadro A.2
Alquiler de POS

Descripción	Costo mensual	Costo por transacción
Alquiler de POS	USD 25	N/A
Alquiler de MiniPOS (plan 1)	USD 5	USD 0.36 a partir de la transacción 11
Alquiler de MiniPOS (plan 2)	USD 10	USD 0.36 a partir de la transacción 71

Fuente: Elaboración propia con datos proveídos por las empresas adquirentes.

Cuadro A.3
Comisiones máximas de adquirencia y plazos de pago a los comercios

Descripción	Comisión de Adquirencia (máxima)	Plazo de pago
Tarjeta de crédito	5%	48 hrs
Tarjeta de débito	3%	En línea

Fuente: Elaboración propia con datos proveídos por las empresas adquirentes.

La siguiente es la tasa de interés que es cobrada a los usuarios de tarjetas de crédito por los emisores.

Cuadro A.4
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjeta de crédito	16,05% ^a

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del BCP.

^a Establecida por ley.

B. Chile

Cuadro A.5
Alquiler de terminal estándar cobrado a los comercios

Tarifa por terminal estándar					
Número de terminales por rut					
1 a 10	11 a 25	26 a 50	51 a 100	101 a 200	201 y más
0,54 UF/mes	0,51 UF/mes	0,45 UF/mes	0,44 UF/mes	0,41 UF/mes	0,36 UF/mes
USD 22	USD 21	USD 18.5	USD 18	USD 16.8	USD 14.8

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

Cuadro A.6
Comisiones de adquisición cobrada a los comercios y plazos de pago (Tarjetas de crédito)

Tarjetas de crédito			
Descripción	Descuentos	Comisión de adquisición (máxima)	Plazo de pago
Vestuario, tiendas por departamento y de especialidades	Hasta llegar al 1,40%	2,95%	48 hrs
Educación	Hasta llegar al 0,40%	2,95%	48 hrs
Servicios financieros, seguros, isapres, y peajes	Hasta llegar al 0,50%	2,50%	48 hrs
Servicios para el hogar y membresías	Hasta llegar al 0,90%	2,95%	48 hrs
Hogar y otros servicios	Hasta llegar al 1,00%	2,95%	48 hrs
Supermercados y alimentación	Hasta llegar al 1,00%	2,95%	48 hrs
Turismo y entretenimiento	Hasta llegar al 1,20%	2,95%	48 hrs
Combustibles	Hasta llegar al 0,78%	1,20%	48 hrs
Servicios básicos	Hasta llegar a 0,002UF	0,01377UF	48 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

Cuadro A.7
Comisiones de adquisición cobrada a los comercios y plazos de pago (Tarjetas de débito)

Tarjetas de débito			
Descripción	Descuentos	Comisión de adquisición (máxima)	Plazo de pago
Categoría retail general	Hasta llegar al 0,30%	1,49%	24 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Transbank.

El siguiente costo es el de tasa de interés cobrada por los emisores a los usuarios de tarjetas de crédito.

Cuadro A.8
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjetas de crédito	Entre 9,36% a 36,68%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la SBIF.

C. Brasil

Cuadro A.9
Alquiler de POS inalámbrico cobrado a los comercios

POS inalámbrico		
Descripción	Tasa de adhesión	Mensualidad
POS inalámbrico	69 reales (USD 22)	139 a 439 reales (USD 44 a 140)

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas de red.

Cuadro A.10
Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago

Descripción	Comisión de Adquirencia (máxima)	Plazo de pago
Tarjetas de crédito	3,78%	2 hasta 30 días
Tarjetas de débito	2,48%	48 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos de los adquirentes.

El siguiente costo es la tasa de interés cobrada por los emisores a los usuarios de tarjetas de crédito.

Cuadro A.11
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjeta de crédito	476%

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Brasil a febrero de 2017.

D. Uruguay

Cuadro A.12
Alquiler de terminal POS estándar

Descripción	Costo mensual
POS de línea	USD 11.2 + IVA

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas de red.

Cuadro A.13
Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago

Descripción	Comisión de Adquirencia	Plazo de pago
Tarjeta de crédito	4,50%	21 días
Tarjeta de débito	2,00%	24 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas adquirentes.

Cuadro A.14
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjeta de crédito	81,10%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Banco Central de Uruguay.

E. Perú

Cuadro A.15
Alquiler de terminal POS estándar y costo de instalación cobrado a los comercios

Descripción	Transacciones exigidas (mensuales)	Costo de instalación	Tarifa mensual
Terminal POS estándar	40	USD 18.5	USD 10

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas de red.

Cuadro A.16
Costo de emisión de estados de cuenta cobrado a los comercios

Descripción	Costo
Emisión de estados de cuenta	USD 1.5

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas de red.

Cuadro A.17
Comisiones de adquirencia cobrada a los comercios y plazos de pago

Tipo de tarjeta	Comisión de adquirencia (máxima)	Plazo de pago
Crédito	4,15%	48 hrs
Débito	3,25%	48 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas adquirentes.

Cuadro A.18
Distribución de la comisión de adquirencia entre adquirente y emisor
(En porcentajes)

Distribución de la comisión de adquirencia	
Adquirente	Emisor
20	80

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de una de las empresas adquirentes.

El siguiente costo es la tasa de interés que es cobrada por los emisores a los usuarios de tarjetas de crédito.

Cuadro A.19
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjeta de crédito	45,5%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del Banco Central de Perú.

F. Colombia

Cuadro A.20
Alquiler de POS estándar cobrado a los comercios

POS estándar		
Producto	Transacciones exigidas (mensuales)	Tarifa
POS fijo	46	28 525 (USD 9.5)
POS móvil	130	51 324 (USD 17)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban.

Cuadro A.21
Comisiones de adquisición cobradas a los comercios y plazos de pago

Descripción	Comisión de adquisición (máxima)	Plazo de pago
Tarjetas de crédito	6,20%	3 días
Tarjetas de débito	4,16%	3 días

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban.

Cuadro A.22
Distribución de las comisiones de adquisición entre adquirente y emisor
(En porcentajes)

Distribución de la comisión de adquisición	
Adquirente	Emisor
62	38

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban.

El siguiente costo es el de la tasa de interés cobrada por los emisores a los usuarios de tarjetas de crédito.

Cuadro A.23
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjeta de crédito	23% a 31%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la Superintendencia Financiera de Colombia.

G. Argentina

Cuadro A.24
Alquiler de POS estándar cobrado a los comercios

Producto	Tarifa de alquiler
Terminal POS Dial Up	257 pesos (USD 16.5)

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de LaPOS.

Cuadro A.25
Comisiones de adquirencia cobradas a los comercios y plazos de pago

Descripción	Comisión de adquirencia (máxima)	Plazo de pago
Tarjetas de crédito	3%	18 días
Tarjetas de débito	1,5%	48 a 72 hrs

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Redeban.

El siguiente costo es el de la tasa de interés cobrada por los emisores a los usuarios de tarjetas de crédito.

Cuadro A.26
Tasa de interés cobrada a los usuarios por los emisores

Descripción	Tasa de interés
Tarjeta de crédito	40%

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del BCRA.

Bibliografía

- Banco Central de Chile (s.f.), Capítulo III.J.1 Normas Financieras. *Emisión u operación de tarjetas de crédito*.
- Banco Central de Chile (s.f.), Capítulo III.J.2 Normas Financieras. *Emisión u operación de tarjetas de débito*.
- Banco Central del Uruguay (2016), *Sistema de pagos minorista. Reporte Informativo N°14*.
- Cámara Argentina de Comercio y Servicios (2016), *Informe sobre la cuestión de las tarjetas de crédito/débito*. Buenos Aires.
- Cámara Paraguaya de Medios de Pago (2016), *Datos Generales del Mercado de los Medios de Pago*. Asunción: Seminario de medios de pago.
- Cámara, N., Peña, X., & Tuesta, D. (2013), Determinantes de la inclusión financiera en Perú. *BBVA research*.
- Cano, C. G., Esguerra, M. d., García, N., Rueda, L., & Velasco, A. (2014), Inclusión financiera en Colombia. *Banco de la República de Colombia*.
- Comité Latinoamericano de Economistas de FELABAN (2016), Informe trimestral económico bancario regional. *Federación Latinoamericana de Bancos*.
- Freixas, X., & Rochet, J.-C. (2008), *Microeconomics of Banking*. MIT Press.
- Intelligence Unit (2016), Microscopio Global 2016. Análisis del entorno para la inclusión financiera. *The Economist*.
- Ministerio de Economía y Finanzas (2015), *Decreto 263/015. Reglamento de la ley 19.210*.
- Muñoz Galvis, F. (2014), Mercado de tarjetas de crédito en Colombia, un enfoque mediante la dinámica de sistemas. *Universidad Nacional de Colombia*.
- Payments UK. (2016), *The Second Payment Services Directive (PSD2)*.
- República del Paraguay (2015), Ley 5476.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003), Platform Competition in Two-sided Markets. *European Economic Association*.
- Secretaría General de FELABAN (2016), II Informe de inclusión financiera. *Federación Latinoamericana de Bancos*.
- Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (2014), *Información de Entidades no Financieras*. Banco Central de la República Argentina.
- Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (2016), *Información de Entidades Financieras*. Banco Central de la República Argentina.
- Superintendencia Financiera de Colombia (2016), *Evolución de las tarifas de los servicios financieros*.
- Tarjetas de crédito, débito y medios de pago electrónicos s/investigación de mercado, Expte. N° S01:0204600/2016 (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia 2016).
- TECNOCOM (2016), Informe Tecnocom sobre Tendencias en medios de pago.
- Tuesta, D., Sorensen, G., Haring, A., & Cámara, N. (2015), Inclusión financiera y sus determinantes: el caso argentino. *BBVA research*.



NACIONES UNIDAS

Serie**CEPAL****Estudios y Perspectivas – Montevideo****Números publicados**

Un listado completo así como los archivos pdf están disponibles en

www.cepal.org/publicaciones

31. Estructura tarifaria del mercado de pagos electrónicos en el Uruguay y otros países de América del Sur, Martín Cricco (LC/TS.2017/101; LC/MVD/TS.2017/6), 2017.
30. Seguridad social en el Uruguay. Un análisis de los resultados de la ley de flexibilización del acceso a las jubilaciones, Martín Lavalleja y Victoria Tenenbaum (LC/TS.2017/97; LC/MVD/TS.2017/5), 2017.
29. Gasto público social en la infancia y adolescencia en el Uruguay, Maira Colacce, Pilar Manzi y Victoria Tenenbaum (LC/TS.2017/82; LC/MVD/TS.2017/4), 2017.
28. Origen del valor en las exportaciones del Uruguay, Martín Brun y Álvaro Lalanne (LC/TS.2017/48; LC/MVD/TS.2017/3), 2017.
27. El cuidado de la población uruguaya y la creación del Sistema de Cuidados: una mirada de largo plazo, Maira Colacce y Pilar Manzi (LC/TS.2017/43; LC/MVD/TS.2017/2), 2017.
26. Oportunidades comerciales en África Subsahariana, Carmen Estrades (LC/TS.2017/42; LC/MVD/TS.2017/1), 2017.
25. Inclusión financiera en el Uruguay. Análisis a través de índices sintéticos, Graciela Sanroman, Zuleika Ferre y José Ignacio Rivero (LC/L.4228; LC/MVD/L.55), 2016.
24. Situación económico-financiera de los hogares uruguayos. Análisis a partir de la Encuesta Financiera de los Hogares Uruguayos (EFHU), Graciela Sanroman, Zuleika Ferre, José Ignacio Rivero y Guillermo Santos (LC/L.4227; LC/MVD/L.54), 2016.
23. Análisis del seguro de desempleo en el Uruguay, Andrés Dean (LC/L.4187; LC/MVD/L.53), 2016.
22. Formación y determinación de precios en el Uruguay, Andrés Rius y Leandro Zipitria (LC/L.4139; LC/MVD/L.52), 2016.
21. La negociación colectiva. Algunas reflexiones para el Uruguay de hoy, Rodrigo Arim (LC/L.4138; LC/MVD/L.51), 2016.
20. El proceso de formalización en el mercado laboral uruguayo, Verónica Amarante y Marcela Gómez (LC/L.4137; LC/MVD/L.50), 2016.
19. Los ingresos y egresos de los gobiernos departamentales entre 1990 y 2013, Álvaro Lalanne y Martín Brun (LC/L.4049; LC/MVD/L.49), 2015.
18. Impuestos verdes: viabilidad y posibles impactos en el Uruguay, Bibiana Lanzilotta (LC/L.4036; LC/MVD/L.48), 2015.
17. Análisis de los aspectos fiscales de la minería de gran porte en el Uruguay, Giorgio Brosio (LC/L.4006; LC/MVD/L.47), 2015.

ESTUDIOS Y PERSPECTIVAS

Series

C E P A L

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
ECONOMIC COMMISSION FOR LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN
www.cepal.org