

---

Business Review Letter No. 1/2019

---



OXFORD COMPETITION  
ECONOMICS

---

# Competencia en el Mercado de Medios de Pago

Lecciones de American Express 2018

por

Víctor Pavón Villamayor

Enero 22, 2019

# Competencia en el Mercado de Medios de Pago: Lecciones de American Express 2018



Dr. Víctor Pavón Villamayor

Business Review Letter No. 1/2019

Enero 22, 2019

## 1. American Express, 2018

**E**n junio de 2018 la Suprema Corte de Justicia de los Estados Unidos resolvió en definitiva la demanda interpuesta por el gobierno de los Estados Unidos —y diversos Estados de la Unión Americana— en contra de **American Express** (Amex) por supuestas violaciones a la *Sherman Act* (*Ohio et. al. v. American Express Co. et. al.*).

En esencia, la tarea de la Suprema Corte consistió en determinar si las denominadas “*antisteering provisions*” instrumentadas por Amex en los puntos de venta eran (o no) de carácter anticompetitivo. Amex había venido instrumentando este tipo de *restricciones verticales* con el objeto de evitar que los establecimientos comerciales indujesen a sus consumidores a usar medios de pago distintos a Amex. La razón es que Amex típicamente cobra a los establecimientos una comisión por transacción más alta que las comisiones que cobran sus principales competidores (Visa y Mastercard), por lo que los establecimientos tienen fuertes incentivos para “re-direccionar” las compras de sus consumidores hacia medios de pago más baratos.

Los demandantes argumentaban que las mayores comisiones (**cuotas de intercambio**) cobradas por Amex incrementaban anticompetitivamente el “precio” promedio pagado por los

establecimientos a los bancos emisores, por lo que estos mayores precios representaban, en los hechos, una violación al §1 de la *Sherman Act*.

La Suprema Corte cuestionó esta línea de argumentación considerando que el **mercado relevante** había sido mal definido, ya que éste había analizado, exclusivamente, un “solo lado” del mercado (la relación comercial entre establecimientos y bancos emisores). En opinión de la Suprema Corte, el mercado relevante tenía que haber sido definido considerando los “dos lados” del mercado, es decir, incluyendo no solo la relación establecimiento-emisor, sino también la relación tarjetahabiente-emisor. En un escenario donde el mercado relevante es concebido como de “dos lados” (***two-sided market***), el efecto anticompetitivo de mayores cuotas de intercambio en la relación establecimiento-emisor podría resultar más que compensado por el efecto pro-competitivo observado en la relación tarjetahabiente-emisor (el mecanismo de compensación específico en este caso estuvo asociado al hecho que Amex emplea un modelo de negocios intensivo en “*customer rewards*” que, si bien son financiados a través de mayores comisiones, generan también importantes ganancias de bienestar para sus tarjetahabientes).

En virtud que los demandantes no evaluaron correctamente ambos efectos en el mercado, la Suprema Corte concluyó que no existían elementos suficientes para identificar un **efecto anticompetitivo neto** en este mercado.

# Competencia en el Mercado de Medios de Pago: Lecciones de American Express 2018



Dr. Víctor Pavón Villamayor

Business Review Letter No. 1/2019

Enero 22, 2019

El análisis de Amex 2018 tiene importantes implicaciones para el caso que actualmente está investigando la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) de México en el mercado de medios de pago con tarjetas.

## 2. Investigación en Medios de Pago, COFECE 2018

**E**n octubre de 2018 la COFECE dio a conocer el inicio de una investigación (Expediente IEBC-005-2018) en el mercado de sistema de pagos cuyo procesamiento involucre una cámara de compensación para pagos con tarjetas. La investigación se encuentra actualmente en proceso y tiene por objeto indagar la posible existencia de **barreras a la competencia y/o insumos esenciales**.

No obstante, en su estudio sobre las condiciones de competencia en los mercados financieros de 2014, la COFECE ya identificó algunas de sus preocupaciones en el funcionamiento del sistema de pagos a través de cámaras de compensación. En lo concerniente a barreras a la entrada, por ejemplo, la COFECE parece identificar como un obstáculo a la competencia el hecho que agentes económicos especializados en el procesamiento de pagos tengan que recurrir a las dos cámaras de compensación existentes

(*Prosa y E-Global*) para poder operar en este mercado.

La autoridad de competencia mexicana parece estar interesada en ampliar el número de cámaras de compensación en este segmento del mercado financiero con el objeto de incrementar el número de operaciones bancarias y, así, incidir sobre las **tasas de descuento** y las cuotas de intercambio que actualmente se cobran en México.

La noción que las **cuotas de intercambio** en México son relativamente altas es consistente con la posición de la COFECE respecto a la necesidad de llevar a cabo un “rebalanceo tarifario” con base en la sensibilidad de la demanda de medios de pago con tarjeta de los establecimientos a modificaciones en estas cuotas. La autoridad de competencia supone que este rebalanceo tarifario podría conducir a una reducción “óptima” de las cuotas de intercambio que pagan los establecimientos y, por tanto, podría impulsar la penetración de las Terminales Puntos de Venta en el país, lo que a su vez podría fomentar aún más el uso de tarjetas como medio de pago.

La COFECE también se ha pronunciado por llevar a cabo un análisis exhaustivo de los patrones de uso de las tarjetas en México, con especial énfasis en la utilización efectiva de los programas de recompensas que ofrecen actualmente estos medios de pago.

# Competencia en el Mercado de Medios de Pago: Lecciones de American Express 2018



Dr. Víctor Pavón Villamayor

Business Review Letter No. 1/2019

Enero 22, 2019

Estas últimas dos consideraciones de la autoridad de competencia mexicana adquieren particular relevancia en el contexto de la resolución final del caso Amex 2018 en los Estados Unidos.

## 3. Consideraciones

**E**l interés de la COFECE por analizar la sensibilidad de la demanda de medios de pago con tarjeta de los establecimientos con respecto a una reducción en las cuotas de intercambio, en conjunción con un análisis más detallado del uso efectivo de los programas de recompensas otorgados a los tarjetahabientes, tiene una importante virtud: considera simultáneamente los “dos lados” relevantes de este **mercado de plataforma**.

Un posible hallazgo que los programas de recompensas asociados a tarjetas tienen una alta penetración y son usados extensivamente, podría aminorar de manera importante la preocupación de observar cuotas de intercambio promedio relativamente altas. La razón es que, como lo ilustra claramente el caso Amex 2018, es posible identificar equilibrios de mercado donde los posibles impactos anticompetitivos identificados en un lado del mercado (cuotas de intercambio altas) podrían ser más que com-

pensados por los efectos pro-competitivos observados en el otro lado del mercado (ganancias de bienestar por el lado de los tarjetahabientes).

En contraste, si se identifica que los programas de recompensas tienen baja penetración y son de uso limitado, entonces es posible que las altas cuotas de intercambio sean reflejo de una distorsión económica importante en ese lado del mercado que, al no poder ser compensada por ganancias de bienestar en el otro lado del mercado, terminen generando un efecto anticompetitivo neto en el mercado relevante. En este último caso, la posibilidad de una recomendación pública para el ajuste en las cuotas de intercambio parecería un hecho inminente.



**Dr. VÍCTOR PAVÓN VILLAMAYOR**

**Economista** (Oxford. Ph.D.) Antitrust, Regulación & Análisis Económico. CEO, *Oxford Competition Economics Research Group S.A. de C.V.* & Vicepresidente de la Comisión de Competencia Económica de la *International Chamber of Commerce*, México.

### Contacto:

📞 55 5499 9606  
☎ 55 5131 8120  
✉ [vpavon@oxford-economics.org](mailto:vpavon@oxford-economics.org)  
🌐 [www.oxford-economics.org](http://www.oxford-economics.org)