

Visas a medio gas

Seguimos pagando con Visa, claro -o Mastercard, o American Express, o la marca que lleve nuestra tarjeta-, pero con menos alegría que el año pasado. Todas las compañías o redes de medios de pago han notado la desaceleración del consumo en sus cuentas, y se preparan para afrontar unos años difíciles, marcados por la crisis. Hay que aguzar el ingenio para ofrecer nuevos productos, como el pago sin contacto, porque parece que a los españoles no nos convence eso de aplazar los pagos de la tarjeta; la usamos para adelantar compras, sí, pero sólo hasta finales de mes.



▶ La crisis ha llegado también a las tarjetas de crédito. Los españoles seguimos confiando en nuestro dinero de plástico para comprar en comercios y sacar dinero del banco, pero hemos bajado el ritmo tanto en lo que se refiere a hacernos con nuevas tarjetas como en el volumen de las compras, ya sean a crédito o a débito, y también le pedimos menos al cajero automático; como es lógico, la prudencia a la hora de gastar se refleja en un uso más contenido de las tarjetas.

Según los datos de Banco de España, a finales de 2008 había 76,4 millones de tarjetas en circulación en nuestro país, lo cual supone un incremento de cerca del 2% respecto a 2007, pero hay que tener en cuenta que en septiembre se alcanzó un récord de 77 millones de tarjetas en circulación, lo que indica que durante el último trimestre del año "desaparecieron" 600.000 plásticos. Este retroceso de las tarjetas en el cuarto trimestre se nota tanto en las de crédito como en las de débito, aunque fue superior en las pri-

meras: en diciembre de 2008 había 44,8 millones de tarjetas de crédito en circulación: un 3% más que a finales del año anterior, pero un 1% menos que en septiembre. Las de débito, con 31,6 millones de plásticos, habían crecido un 0,3% respecto a 2007, pero en comparación con el tercer trimestre del año cayeron un 0,7% durante el cuarto. El parón del consumo se reflejó también en lo que gastamos en las tiendas con nuestras tarjetas: 23.843 millones de euros, casi un 3% menos que en 2007. A la hora de sacar efectivo del cajero, el volumen se mantuvo: obtuvimos 29.477 millones de euros, un 0,3% más, aunque realizamos menos operaciones: 255.742, un 0,9% menos.

A pesar de la prudencia que requiere el momento, los españoles apreciamos cada vez más a nuestras pequeñas compañeras de plástico. De acuerdo con el estudio sobre el uso de los medios de pago que realiza cada año Mastercard, el 95% de los titulares de tarjetas de crédito las utilizan para comprar en tiendas, lo que indica que en tres

años el número de personas que utilizan este medio para realizar sus pagos se ha incrementado un 18%; por su parte, la tarjeta de débito también va ganando terreno en las adquisiciones, ya que el 85% de sus titulares la utilizan también para abonar sus compras. Esto no significa, sin embargo, que usemos toda la potencialidad de las tarjeta para aplazar el pago de nuestras compras -que es donde realmente se encuentra el negocio de esta actividad-, ya que solemos abonar los importes pendientes íntegramente a final de mes, con lo que no pagamos intereses; así, a diferencia de lo que ocurre en otros países como Estados Unidos, donde las tarjetas funcionan como verdaderos créditos en miniatura, nosotros las utilizamos como una forma de organizarnos el presupuesto mensual. Según el estudio de Mastercard, siete de cada diez españoles tenemos por lo menos una tarjeta bancaria, y los jóvenes de entre 18 y 34 años son los más aficionados a esta herramienta: hasta el 86% la usa. Por sexos, los hombres acumulan más tarjetas que las mujeres: el 76% de ellos tienen por lo menos una, frente al 69% de ellas.

VISA EUROPA SE HACE DE ORO

A Visa no le fue mal el año pasado; la parte europea de la red, que se separó de la rama estadounidense en 2004 y sigue manteniendo su esquema de asociación de entidades financieras -con 4.600 miembros-, gestionó 1.300 millones de operaciones en los comercios españoles (+14%) a lo largo del ejercicio, por un valor de 75.800 millones de euros, un 12% superior al de 2007; el 12,5% de todas las compras que se realizaron en comercios en España en 2008 fue abonada con una tarjeta de la marca. La firma tenía 47,6 millones de plásticos en circulación en nuestro país a finales de año, un 6% más que en 2007. Sus tarjetas de empresa también mostraron una evolución positiva, con un gasto de 6.500 millones de euros y un crecimiento del 11%. Además, Visa Europe obtuvo unos ingentes beneficios gracias a la salida a bolsa de la parte americana de la firma; la red de medios de pago se anotó unos ingresos de 673 millones de euros en Europa en 2008, un 15% más, y un beneficio de 2.420 millones, de los que 2.174 fueron extraordinarios por la venta de su parte de la sociedad estadounidense.

Aunque este año tampoco puede quejarse, porque el número de transacciones sigue creciendo (un 9% durante el primer trimestre), el gasto ya no avanza al mismo ritmo que el año pasado; en los tres primeros meses de 2009 sólo se incrementó un 2%, y dentro del crecimiento de las operaciones destacó el mayor número de pagos de facturas de proveedores de servicios -como agua, electricidad o gas-, que aumentó un 36%. En vista de la situación, la firma anunció ya a principios de año que se centrará en el des-

arrollo de sistemas de pago de bajo importe y sin contacto -Visa Paywave- y en el comercio electrónico, un segmento de gasto que creció un 26% en 2008.

MASTERCARD EXTIENDE EL PAYPASS

Mastercard, la segunda mayor firma de medios de pago del mundo -y empresa cotizada desde 2006- también está acusando el parón del consumo: la compañía obtuvo unos ingresos de 1.156 millones de euros en el primer trimestre del año, un 2% menos que durante el mismo periodo de 2008, y su beneficio se redujo un 18%, hasta los 367 millones de euros. No obstante, la rama europea de la empresa registró avances de entorno al 4% en volumen de gasto, compras y obtención de efectivo. A finales de marzo la firma tenía 195 millones de tarjetas en circulación en el Viejo Continente, y otros 312 millones con la marca Maestro -de débito-, así como 500.000 tarjetas de empresa sólo en el mercado español.

La marca estadounidense está apostando fuerte por una tecnología de pago sin contacto denominada Paypass que ya tiene en funcionamiento en algunos países, como Polonia o Turquía, y que quiere extender a toda Europa; este sistema permite abonar pequeñas compras -de hasta 20 euros- sin tener que pasar la tarjeta o el objeto que utilicemos como emisor por ningún lector; aquél -que puede ser un reloj, o un bolígrafo, por ejemplo- emite una señal que es leída a distancia por un receptor, el cual carga el importe de la compra en nuestra cuenta. La empresa quiere extender esta tecnología, que ya se usa en los sistemas de transporte urbano de grandes ciudades como Hong-Kong, Tokio o Washington, a las pequeñas compras cotidianas, para que la falta de "calderilla" no sea un problema a la hora de realizarlas.



Sistema de pago sin contacto de Mastercard



Tarjeta Banif, Unlimited, lanzada recientemente dentro de la red de Mastercard

La compañía de medios de pago ha lanzado recientemente un nuevo producto en colaboración con Banif: la tarjeta Banif Unlimited, dirigida a los clientes de mayor patrimonio de la división de banca privada del grupo Santander. Esta tarjeta incluye un seguro médico de cobertura en el extranjero de hasta 7,5 millones de euros, un seguro de responsabilidad civil en viajes de hasta 1,5 millones y acceso a las salas vip de los aeropuertos, entre otros servicios. Mastercard ha creado también junto con Banc Sabadell dos tarjetas para pymes y autónomos, denominadas Empresa y Corporate, y una tarjeta de prepago pensada especialmente para hacer regalos, que emitirá Caja Canarias.

AMERICAN EXPRESS, RESCATADA

American Express es otro ejemplo de hasta qué punto se están poniendo feas las cosas en el sector de los medios de pago. En noviembre del año pasado, la compañía pionera en este negocio tuvo que convertirse en entidad bancaria para poder acogerse a las ayudas ofrecidas por el gobierno estadounidense, del que obtuvo 3.500 millones de dólares. Aunque no ha llegado a tener pérdidas -en conjunto-, la veterana compañía de medios de pago, fundada en 1850, ha visto descender vertiginosamente tanto sus ingresos como sus beneficios, de la mano del menor gasto de los titulares de las tarjetas, combinado con un incremento de la morosidad que la ha obligado a reforzar sus provisiones.

Así, en el primer trimestre de 2009 la entidad registró unos ingresos de 5.926 millones de dólares (4.267 millones de euros), un 18% inferiores a los del primer trimestre de 2008, y un beneficio neto de 437 millones de dólares (315 millones de euros), un 56% menor que el obtenido un año antes. Por divisiones, la más castigada fue la de las tarjetas estadounidenses, que generaron 3.100 millones de dólares, un 17% menos, y unas pérdidas de 25 millones; el negocio internacional aportó 1.000 millones, un 14% menos, con un beneficio neto de 39 millones (-71%), y el de empresas facturó 944 millones (-17%), con un beneficio de 86 millones (-43%). Estos resultados, que se consideran buenos teniendo en cuenta las circunstancias, han

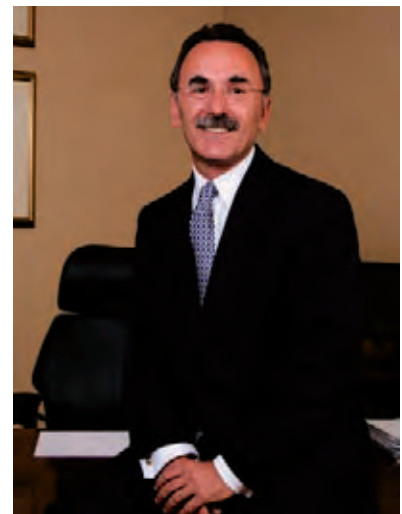
llevado a American Express a anunciar nuevos despidos en el marco de su plan de recorte de gastos; la firma prescindirá de 4.000 empleados -de un total de 61.500-, que se suman a otros 7.000 que ya ha despedido.

La compañía estadounidense, que en España comercializa tres tarjetas -la normal, verde; la Gold, dorada, y la Platinum, plateada- cerró el ejercicio 2008, uno de los más difíciles de su historia, con unos ingresos de 28.365 millones de dólares (20.458 millones de euros), un 3% superiores a los del año anterior, y un beneficio neto de 2.699 millones de dólares (1.945 millones de euros), un 33% menos. American Express tiene 92 millones de tarjetas en circulación, de las que 43 millones son de clientes particulares estadounidenses, 16 millones de particulares del resto del mundo, y el resto de empresa y de negocios.

SERVIED: AÚN LAS USAMOS POCO

Servired, la compañía que gestiona la red de medios de pago de las cajas -que son la mayoría de sus 102 accionistas- ha registrado un descenso del 8% en el volumen de compras realizadas con sus tarjetas durante el primer trimestre del año, que sumaron 14.306 millones de euros, y no cuenta con que esta tendencia vaya a mejorar a corto plazo. La red, que da cobertura a tarjetas Visa y Mastercard emitidas por sus socios, tenía 40,5 millones de tarjetas en circulación a finales del año pasado, casi un 2% más que en 2007, de las que 21 millones eran de crédito y el resto de débito. Con ellas se realizaron compras por valor de 65.916 millones de euros en 2008, lo que supone un incremento interanual del 4%, y se retiraron de los cajeros 64.593 millones, un 2% más. Ya en el primer trimestre de este año se han acusado descensos tanto en el volumen de compras (-8%) como en el de dinero retirado del cajero, que fue un 3% inferior, así como en el número de operaciones totales (-2%) y por tarjeta (-3%), y en el gasto medio por operación, que fue de 68 euros (-3%), y por tarjeta (720 euros, un 6% menos).

Luis Furnells, consejero delegado de la firma, explica que "la caída del consumo está afectando gravemente a las compras con tar-



Luis Furnells, consejero delegado de Servired

jeta, y por tanto a la actividad de Servired". La compañía, que está inmersa en un plan estratégico para aumentar su tamaño, está preocupada también por la baja utilización de las tarjetas en España a la hora de realizar compras: sólo un 16% de las adquisiciones se abonan con este medio de pago, una cifra alejada de la media europea.

EURO6000, BAJA EL IMPORTE MEDIO

Euro6000, red que da servicio a 37 cajas, registró 926 millones de operaciones con sus tarjetas entre marzo de 2008 y marzo de 2009; el importe de estos movimientos ascendió a 63.000 millones de euros. A finales del año pasado esta red tenía 15,1 millones de tarjetas en circulación, de las que seis millones eran Maestro -la marca de débito de Mastercard-, 5,5 millones Mastercard, 2,4 millones Visa Electrón -de débito- y 786.000 Visa, más 325.000 de otras marcas. Con ellas se realizaron 604 millones de operaciones en comercios -teniendo en cuenta tanto las compras como el uso de los datáfonos propios con tarjetas de otras redes-, y 322 millones de movimientos en cajeros automáticos. Aunque el número de operaciones se mantuvo estable durante el primer trimestre, la red ha notado un descenso del importe medio de las operaciones, así como de las retiradas de efectivo, y sobre todo una caída de las operaciones de productos más caros y menos recurrentes.



Tarjetas de la red Euro6000

4B, MENOS CRÉDITO

El Sistema 4b, del que son socios el grupo Santander, Banco Popular y otras 15 entidades financieras, tenía 20,7 millones de tarjetas de crédito y débito con los logos 4b, Visa, Mastercard y Maestro en circulación a finales del año pasado, un 3% más que en 2007; de estos casi 21 millones de tarjetas, 8,6 eran de débito y 12 de crédito, aunque mientras que las primeras experimentaron un crecimiento del 10% a lo largo del año, la emisión de las segundas se redujo un 1,7%.

Estos plásticos realizaron 469 millones de operaciones durante el ejercicio, casi un 12% más que el año anterior, de los que 305 millones correspondieron a las unidades de débito y 164 millones a las de crédito. Por volumen, las tarjetas de esta red movieron 36.674 millones de euros en 2008, un 8% más: 19.486 millones fueron pagos en comercios y 17.188 millones retiradas de efectivo, y ambas magnitudes crecieron prácticamente lo mismo -cerca de un 8%- respecto a 2007.

VISA REPSOL, CAÍDA PERO MENOR

Otro tipo de tarjetas que han proliferado durante los últimos años al calor de la bonanza económica y que ahora ven como el parón del consumo las deja funcionando a medio gas son las tarjetas de afinidad; éstas van desde la tarjeta de cliente de nuestra tienda de ropa favorita, que sólo nos permite acumular puntos con las compras, hasta verdaderas tarjetas de crédito o débito que podemos usar en cualquier momento, como la Visa Repsol. Esta tarjeta, que la petrolera emite a través del BBVA y la Caixa, salió al mercado en 1998, y desde entonces se han entregado dos millones de unidades de tres tipos: clásica, oro y electrón. La tarjeta ofrece descuentos en la compra de carburantes en las gasolineras del grupo Repsol, así como también en las compras realizadas en otros establecimientos -excepto gasolineras de la competencia-. El perfil de su usuario es el de una persona con un elevado consumo de carburantes y que utiliza mucho la tarjeta para pagar, y aunque el gasto con ellas se ha visto reducido tanto en estaciones de servicio como en otras tiendas, la caída ha sido menor que en el resto del mercado de las tarjetas.

Las compañías de medios de pago se encuentran, por tanto, en un momento delicado; saben que los consumidores no vamos a dejar de utilizar nuestras tarjetas, pero el negocio se resiente por la caída de las operaciones. Y en el horizonte se dibuja la alargada sombra de la Sepa, el área única de pagos en euros, que la Comisión Europea quiere implantar antes de finales de 2012; cuando entre en funcionamiento este sistema de pagos unificado, las redes de medios de pago no podrán cobrar comisiones por las operaciones realizadas dentro de la UE, lo que recortará sus ingresos y perjudicará especialmente a las pequeñas. Éstas son las que lo van a tener más difícil a corto plazo, y en algunos países europeos ya se han producido fusiones entre redes de pequeño tamaño; todo parece indicar que veremos más en los próximos años.

Rosa Abejón