

Mobility Plaza®

¿Le ha llegado la hora a las tasas de transferencia en EE.UU.?

Con un coste anual de 14.000 millones de dólares para el sector de los combustibles y las tiendas de conveniencia, las comisiones por uso de tarjeta siguen siendo uno de los mayores problemas para los minoristas de todo Estados Unidos. Líderes de la industria y el senador estadounidense Roger Marshall hablaron sobre sus esfuerzos para abordar el tema durante NACS Show 2022.



Las comisiones por uso de tarjeta se han convertido en uno de los problemas más importantes para los minoristas estadounidenses en el panorama posterior a la pandemia, debido a una inflación récord en los últimos 40 años. El 2%-3% que Visa y Mastercard cobran a las cadenas por cada compra por tarjeta de crédito representa un coste diario de 37 millones de dólares para las industrias de tiendas de conveniencia y de venta de combustible, uno de los mayores costes fijos a los que se enfrentan.

Aunque ofrecer descuentos para pagos en efectivo parece una alternativa razonable, sacrifica la comodidad para los clientes, ya que las tarjetas de crédito siguen siendo una opción valiosa para mitigar el impacto de la inflación. La falta de una respuesta eficaz a este dilema construye un círculo vicioso, en el que el duopolio antes mencionado controla cerca del 84% del negocio de las tarjetas de crédito, que asciende a casi 5.000 millones de dólares, en un país donde las comisiones medias casi duplican las de otras naciones desarrolladas. Según un reciente informe de ValuePenguin, las empresas con sede en Estados Unidos pagan una media del 1,73% en tasas de intercambio, mientras que los minoristas europeos pagan una media del 0,96%.

Este difícil contexto suscitó muchos debates en los abarrotados pasillos del Centro de Convenciones de Las Vegas durante NACS Show 2022. La asociación, que representa a los más de 148.000

minoristas de conveniencia y combustible del país, organizó la feria para actuar como plataforma para educar a los representantes de la industria en este sentido y para encontrar una forma de refutar eficazmente este escenario. En la sesión general del domingo, titulada "La defensa del sector y el futuro de la movilidad", el presidente saliente de NACS y CEO de The Hub Convenience Stores Inc. Jared Scheeler, abordó el papel de los minoristas en este asunto.

"Cuando un cliente pasa su tarjeta, no piensa ni por un segundo que hay una tasa asociada a esa transacción. Pero como propietarios de negocios, no somos estúpidos. Por supuesto, vamos a incorporar esas comisiones a los precios de nuestros productos y servicios, y eso se va acumulando con el tiempo. Los precios altos no son buenos para nosotros. Lo estamos viendo con el precio de la gasolina y el gasóleo ahora mismo", dijo Scheeler durante el panel.

Los senadores estadounidenses Roger Marshall (republicano de Kansas) y Dick Durbin (demócrata de Illinois) presentaron recientemente la Ley de Competencia de Tarjetas de Crédito de 2022 con el apoyo de NACS. La legislación bipartidista implica que las tarjetas de crédito tendrían una red secundaria aparte de Visa o Mastercard. Los bancos podrán elegir a un actor más pequeño e independiente del mercado para que asuma este papel a la hora de emitir una nueva tarjeta de crédito. Esto daría a los minoristas la opción de elegir a través de qué red dirigir las transacciones, dando a las cadenas más opciones para sus negocios y aumentando la competencia.

"Va a aflojar el dominio de Visa y MasterCard y ayudará a bajar los costes y las comisiones. Sus negocios compiten cada día proporcionando buenos servicios a bajo coste, es hora de que los gigantes de las tarjetas de crédito sepan lo que es realmente la competencia", dijo Marshall.

El Presidente y CEO de NACS, Henry Armour, dijo que el proyecto de ley haría por las operaciones con tarjeta de crédito lo que un proyecto similar (también patrocinado por Durbin) hizo por las tarjetas de débito hace unos años. La asociación de tiendas de conveniencia estima que este proyecto de ley, si se promulga, supondría un ahorro anual de 11.000 millones de dólares para empresas y consumidores, según la consultora de pagos CMSPI.