

Elasticidades, precio y efectos de red en un mercado de dos lados. El caso de las tarjetas de crédito en Colombia

María Angélica Arbeláez R.¹
Carlos Sandoval M.

Abstract

In Colombia, as in many other countries, the structure and functioning of the card payment industry -a typical two-sided market- has been subject to intense debate, which has led to several regulations, some of them directly affecting prices levels of prices. This situation is partly explained by the complexities of in the price formation process: many agents with diverse characteristics participating in the market and network externalities. This study is intended to measure, in the case of Colombia, the price-elasticity of the credit card demand of cardholders and merchants, as well as the elasticity of the demand of one side to changes in the other side's demand. The results prove the existence of positive network externalities, with demand elasticities different for each group. They also suggest that the most efficient way to promote the card payment market as a whole usage and acceptance of cards, is through encouraging cardholder demand.

Resumen

La estructura y funcionamiento de la industria de tarjetas de pagos -un típico mercado de dos lados- ha sido objeto de un intenso debate a nivel internacional y nacional, el cual ha resultado en regulaciones diversas con efectos directos sobre los precios. Esto se explica en parte por la complejidad de la formación de precios en este mercado, pues no sólo participan una diversidad de actores, sino además existen efectos de red. En el presente estudio se hace una medición para el caso de Colombia de las elasticidades precio de la demanda de tarjetas de crédito de tarjetahabientes y comerciantes, así como de las elasticidades de una demanda frente a la otra. Los resultados ponen en evidencia la existencia de efectos positivos de red con elasticidades disímiles de una demanda respecto a la otra para cada grupo. Sugieren, además, que la vía más eficiente para promover el mercado de tarjetas global es decir incrementar su uso y aceptación es a través del impulso de la demanda de los tarjetahabientes.

Keywords:

Palabras clave: Tasa de Interés; Profundización Financiera.

Clasificación JEL: D4; G21; L13; R12.

Primera versión recibida en febrero de 2008; versión final aceptada en abril de 2008.

Coyuntura Económica volumen xxxviii, No. 1, primer semestre de 2008, pp. 61-75. Fedesarrollo, Bogotá - Colombia.

¹ Investigadora Asociada de Fedesarrollo e investigador Junior de Fedesarrollo, respectivamente. Los autores agradecen los valiosos comentarios de Orlando Gracia y Gustavo Leño, de funcionarios de Deloitte y AC Nielsen, y los importantes aportes de Marta Misas, Rocío Betancourt y Luis Alberto Zuleta.