



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

*"2020 - Año del General Manuel Belgrano"*

*La Honorable Cámara de Diputados de la Nación...*

**RESUELVE**

Declarar que vería con agrado que el Poder Ejecutivo Nacional a través del Ministerio de Hacienda y Energía en conjunto a la Comisión Nacional de Defensa a la Competencia, u otra autoridad de aplicación concerniente, tome las medidas necesarias a fin de eliminar, declarar nulas y prohibir las cláusulas de adhesión por las cuales ciertas empresas, como por ejemplo las emisoras de las tarjetas de crédito y agencias de turismo online obligan a los comercios a ocultar del Consumidor el precio de su servicio de intermediación obteniendo con ello un lucro mayor al que resultaría de operar expuestos a la información y competencia.

**FIRMANTE: HECTOR ANTONIO STEFANI**



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

*"2020 - Año del General Manuel Belgrano"*

## **FUNDAMENTOS**

Señor presidente:

Analizando determinados aspectos del funcionamiento de las principales tarjetas de crédito, como los son los casos de Visa, Mastercard y American Express vemos que las empresas emisoras operan como oferentes en dos mercados acoplados: el mercado de cobranza y el de pago. En el primero los compradores son los comerciantes, en el segundo los compradores son los consumidores (tarjetahabientes, usuarios, clientes, etc.)

Si los comercios pudieran elegir entre los oferentes del mercado de cobranza, para recibir el pago de la compra realizada por el Consumidor independientemente de la tarjeta que éste hubiera elegido, entonces el precio del servicio, la comisión y el plazo de pago, se fijaría por la libre competencia. Lamentablemente, esto no es así debido a que el proveedor fija el precio de la comisión. El consumidor elige si paga con tarjeta y con cuál de ellas sin información de dichos valores de comisiones, y los comercios pasivamente pagan las comisiones a las tarjetas. Nótese que al final del día el extra costo implícito en la falta de competencia entre tarjetas lo termina pagando el consumidor, por lo que representa un claro perjuicio al interés económico general.

Esta situación genera ventajas indebidas para las tarjetas de crédito que de manera sutil e ilegal consiguieron impedir el flujo de información entre dos mercados naturalmente acoplados: el de cobranza y el de pago, hacer el precio en el de pago, hacer ocultar el precio en el pago, y obtener su ganancia sin competir en el de cobranza.

En un mercado que se fija por la libertad de acción de la oferta y la demanda, el precio del producto juega un rol crucial al transmitir información entre los actores involucrados para, de este modo, permitir que los clientes



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

*"2020 - Año del General Manuel Belgrano"*

ponderen de manera adecuada y opten a que proveedor comprar, y que los oferentes comprendan donde se encuentran respecto de sus competidores.

En este sentido, sucede que uno de los elementos clave de esta situación se encuentra en la cláusula de adhesión del mercado de cobranza por las cuales las tarjetas de crédito obligan a sus compradores (comercios, hoteles, etc.) a no informar el monto de la comisión de la tarjeta de crédito ni diferenciar respecto del precio de lista que cobran, es decir en el evento del Mercado de Pago). En ocasiones, estas cláusulas se reescriben de manera tal para que su apariencia sea más inocua para que no se aplique sobre el precio de pago en efectivo tasas mayores que para otras tarjetas.

Es mediante y a través de estas cláusulas que las empresas de Tarjetas de Crédito han logrado invisibilizar para los clientes, usuarios, huéspedes, etc., el precio en el mercado de pago, eliminando un elemento crucial sin el cual las fuerzas competitivas no pueden operar. Mediante esta maniobra de ocultamiento, las tarjetas de créditos quedan libres a cobrar la comisión de su voluntad a los compradores que utilizan su mercado de cobranza, dado a que las operaciones en ambos mercados están acopladas.

Otro ejemplo similar se encuentra en la práctica anticompetitiva para las reservas de alojamiento por Internet, donde los tres vendedores con posición dominante, Booking, Expedia y Despegar, obteniendo comisiones del 18 al 30% y plazos de pago de un mes. Dichas agencias de reservas, al igual que las tarjetas de crédito, imponen a los hoteles la cláusula anticompetitiva por la cual consiguen ocultar al Consumidor el precio de su servicio (la comisión).

Es de destacar, no solo la reciente Ley aprobada en esta Cámara, la Ley 27.442 de Defensa a la Competencia, sino también la valiosa actividad que ha tenido la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia que ha llevado a cabo medidas y políticas dirigidas a mejorar la competencia en el mercado, la defensa del usuario y de cese de monopolios. En este sentido, su resolución 17



*H. Cámara de Diputados de la Nación*

*"2020 - Año del General Manuel Belgrano"*

del 2016 acerca de las prácticas anticompetitivas en la materia constituye un enorme paso hacia el mejoramiento y desarrollo del sistema.

Resaltamos que la actual Ley 27.442 ya es suficiente para reprochar la cláusula analizada, dado que según su artículo primero "Están prohibido los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

Asimismo, el tipo de cláusula cuestionada, en definitiva un ocultamiento es contrario al derecho del Consumidor a la información, consagrada en el artículo 42 de la Constitución Nacional: "Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno". Asimismo, también se encuentra detallada en el artículo 4 de la Ley 24.240: "El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee y las condiciones de su comercialización".

Por ello mismo, consideramos que, en misma línea con las acciones previamente tomadas, y las medidas actualmente impulsadas, una medida como la eliminación, declaración de nulidad o prohibición de estas cláusulas contemplaría otro avance más en el intento de permitir que operen las fuerzas de la competencia (comisión y plazo de pago) del servicio ofrecido por las empresas de tarjeta de crédito, y otras. Que el consumidor conozca la comisión implícita en el precio de su compra debería tender a que estos elijan a la tarjeta con la comisión más baja

Visto y considerado lo expuesto solicito a mis pares que me acompañen con la firma de este proyecto.