

COMERCIOS

Códigos de categoría de comercio: por qué un MCC equivocado puede costarle la cuenta

Publicado el 8 de septiembre de 2026

El código de cuatro cifras asignado a cada comercio decide su precio, su tratamiento de riesgo y las normas que se le aplican. Qué hace, quién lo fija y qué pasa cuando es incorrecto.

A todo negocio que acepta tarjetas se le asigna un código de categoría de comercio, o MCC: cuatro cifras que indican qué tipo de negocio es. Un restaurante tiene uno, una aerolínea otro, un sitio de juego en línea otro. El comercio rara vez lo ve, pero casi todo el tratamiento de sus pagos depende de él.

Qué decide el código

- **El precio.** La tasa de intercambio, la mayor parte del coste de un pago con tarjeta, varía según la categoría.
- **El tratamiento de riesgo.** Algunos códigos marcan al negocio como de alto riesgo ante las marcas de tarjetas y obligan al adquirente a registrarlo.
- **Qué normas se aplican.** Categorías como el juego, la negociación financiera y los productos farmacéuticos tienen sus propias normas de las marcas y sus propios requisitos de licencia.
- **Si un pago se aprueba.** Los emisores rechazan de plano algunas categorías, y los titulares pueden bloquearlas. Muchos bancos permiten a sus clientes desactivar los pagos de juego, por ejemplo.
- **Qué hace con él el banco del cliente.** Las recompensas, las comisiones por anticipo de efectivo y los controles de gasto leen el código.

Quién lo asigna

El adquirente, durante el análisis de riesgo, a partir de lo que el comercio dice vender y de lo que muestra su sitio web. Cuando un negocio hace varias cosas, el código debe reflejar la principal, medida por ventas. Un negocio grande con líneas claramente separadas puede recibir cuentas de

comercio distintas, cada una con su código.

Cómo llega a ser incorrecto

- **El negocio cambió.** Empezó en una categoría y creció hacia otra, y nadie avisó al proveedor.
- **La solicitud era vaga.** «Comercio electrónico» o «servicios digitales» describían el negocio de forma imprecisa, y el código siguió a la descripción.
- **Alguien eligió uno conveniente.** Una categoría más suave tiene precios más bajos y menos escrutinio, y un comercio o un agente la eligió por eso.

Los dos primeros son errores. El tercero se llama miscoding, y las marcas de tarjetas lo tratan como una infracción grave, porque todo el sistema de controles de riesgo depende de que el código sea cierto.

Qué ocurre cuando se descubre

Los proveedores y las marcas lo vigilan. Comparan el código con el sitio web, con el tamaño y el patrón de las operaciones y con lo que dicen los titulares en las disputas. Cuando el código no encaja:

1. **La cuenta se reclasifica**, y el precio cambia con ella.
2. **El adquirente puede ser multado** por la marca y repercutirá la multa.
3. **La cuenta puede cerrarse.** Un miscoding deliberado es un incumplimiento de las normas de la marca, uno de los motivos por los que un comercio puede acabar en la lista MATCH de comercios dados de baja.
4. **Pueden revisarse las operaciones pasadas**, sobre todo en categorías reguladas.

En el juego, la negociación financiera y categorías similares las consecuencias son más graves, porque un código erróneo puede haber hecho pasar pagos por alto de controles que exige la ley.

Cómo hacerlo bien

- **Pregunte cuál es su código.** El proveedor se lo dirá, y aparece en algunos extractos.
- **Describa el negocio con precisión al solicitar.** Enumere cada línea de productos y la parte de las ventas que representa.
- **Avisé al proveedor antes de cambiar.** Un producto nuevo, un mercado nuevo o un modelo de cobro nuevo pueden trasladar un negocio a otra categoría. Es mucho mejor preguntar que ser descubierto.
- **Desconfíe de un código demasiado favorable.** Si un agente ofrece precios más bajos describiendo el negocio como algo que no es, el ahorro es para la comisión del agente y el riesgo es para usted.

- **Compruebe que el sitio web y el código coinciden.** Un analista los comparará, y el seguimiento también.

Si su categoría es difícil

Un código correcto en una categoría de alto riesgo cuesta más y reduce la oferta de proveedores. Aun así es la mejor posición. La cuenta tiene el precio de lo que el negocio es, el proveedor sabe lo que ha asumido y nada depende de que nadie mire de cerca. Una cuenta abierta con el código equivocado funciona solo hasta que alguien comprueba, y al final alguien comprueba.

La alternativa a un código más suave es un proveedor que acepte el verdadero. Encontrarlo es más lento que el miscoding y muchísimo más barato que perder la cuenta.

Leer en línea: <https://payments-marketplace.com/es-ES/insights/merchant-category-codes/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288

Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK

connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140