

X Edición Informe

Tendencias en Medios de Pago

Con la colaboración de



Afi



minsoit payments

An Indra company

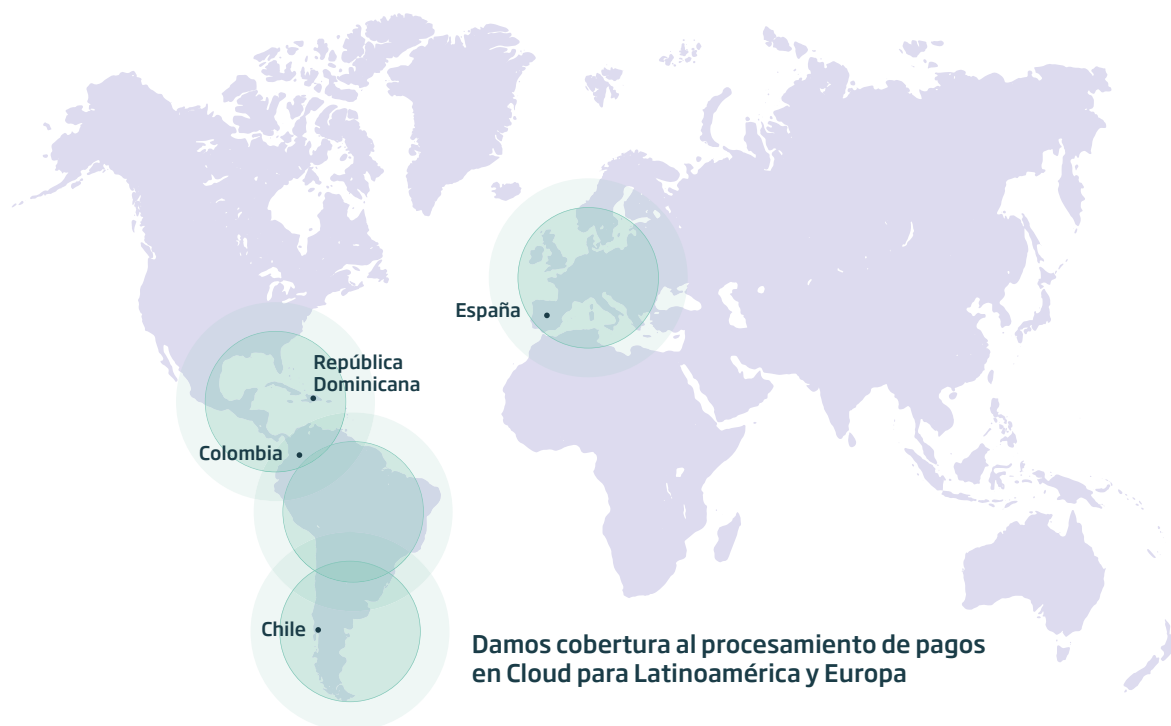
Leading Payments, Processing the Future

Minsait Payments es la filial de medios de pago de Minsait, una compañía de Indra, y tiene como objetivo colaborar con entidades financieras, fintechs y comercios para liderar la industria de los medios de pago desde la innovación, con vocación de transversalidad en todos los sectores. Minsait Payments nació en 2020 con la vocación de agrupar todos los productos, soluciones y servicios de medios de pago de Minsait con vistas a incrementar su agilidad comercial, potenciar la innovación, aplicar un mayor enfoque en la gestión y lograr una mayor flexibilidad estratégica.

Como partners tecnológicos, aportamos soluciones y servicios especializados adaptados a las necesidades del negocio, creando líderes del cambio capaces de afrontar los retos de la industria de los pagos.

Las capacidades de nuestra plataforma y nuestros servicios de procesamiento de pagos en Cloud dan cobertura a más de 40 clientes en 12 países distribuidos entre Latinoamérica y Europa, para lo que contamos con un equipo de más de 1.000 profesionales especializados en pagos.

Líderes en procesamiento en LATAM y Europa



Nuestras cifras en 2020

+220

Millones de tarjetas
a nivel global

+800

Millones de
operaciones anuales

+80

Referencias en
clientes distribuidos
en diferentes regiones

+40%

De clientes confían en
Minsait Payments en
comparación con el año
anterior

Gestionamos toda la cadena de valor

Servicios de procesamiento emisor

Crédito
Débito
Prepago
Fidelidad
Fraude

Servicios de procesamiento adquirente

Gateway
Switching
Acquiring

Nuevas formas De pago e innovación

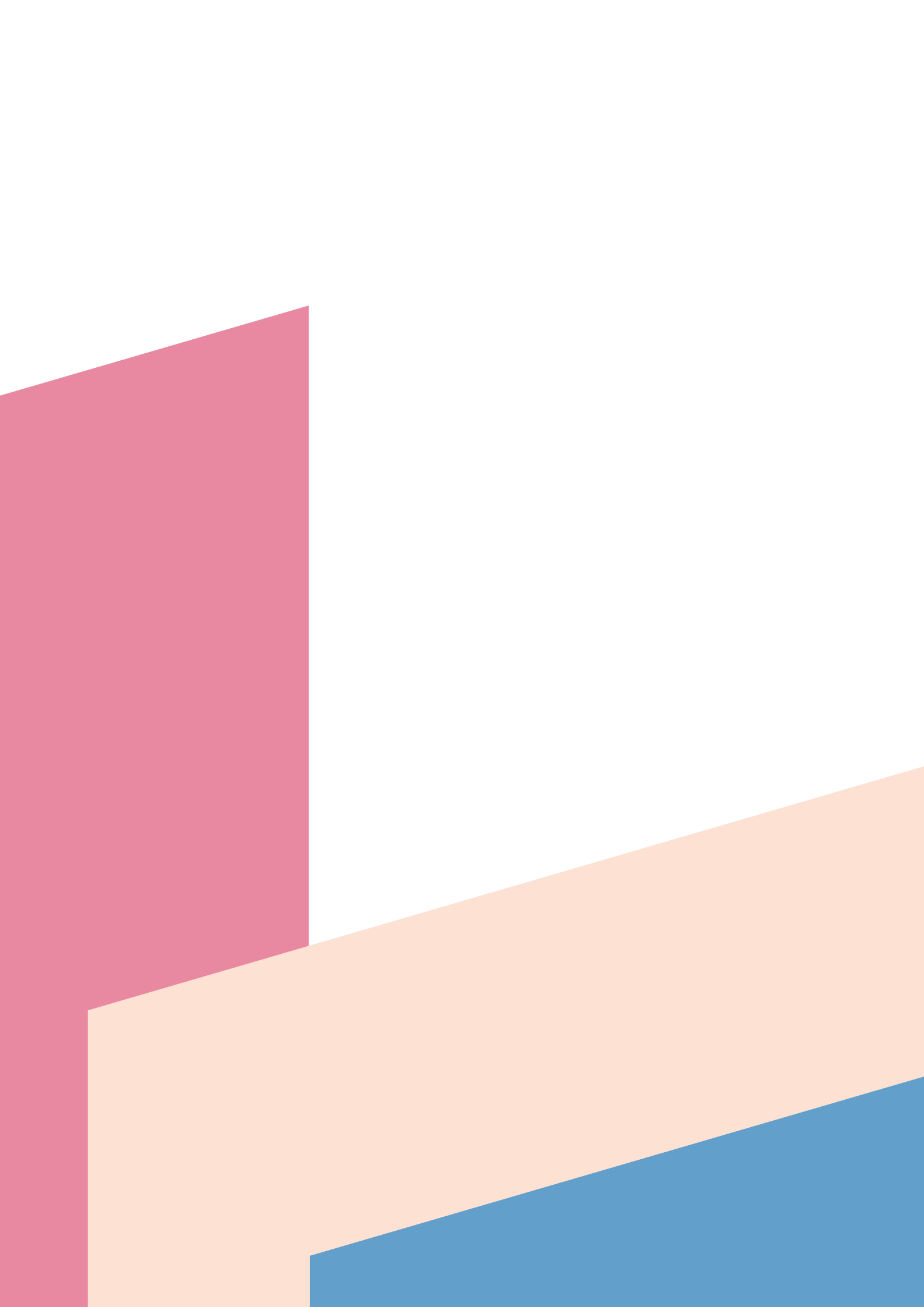
Iniciación de pagos
Agregación financiera
Tokenización /
Pago móvil (XPays y QR)
Onboarding
Transferencias Inmediatas
Pagos P2P
Analytics
3D Secure 2.0

¿Quieres conocer más acerca de nuestras
soluciones de medios de pago?

Escanea este QR



O, si lo prefieres, visítanos en
<https://mediosdepago.minsait.com/es>

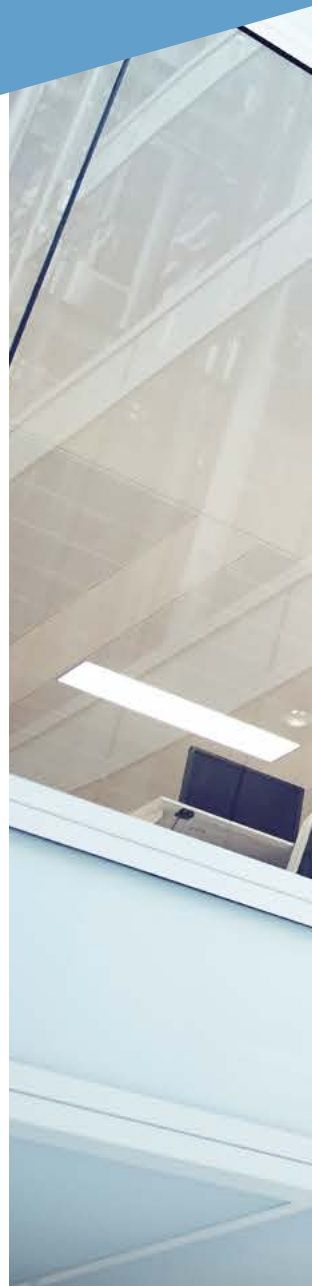


Índice

1. Lo más destacado del X Informe
2. Novedades del sector
3. La visión del sector
4. El sector en cifras
5. Cómo hemos cambiado
6. Demanda en Medios de Pago

Lo más destacado del X Informe

1





Testigos de una década alucinante

El aumento de la complejidad y la competitividad, hace que sea necesario anticipar y comprender las nuevas tendencias, avanzar en la transformación digital y unir fuerzas y capacidades con terceros para garantizar la provisión de los servicios que la sociedad del siglo XXI necesita. Por eso, damos la bienvenida a Italia.

Desde el primero de los ya diez Informes Minsait Payments sobre Tendencias en Medios de Pago, se han identificado numerosas tendencias. Algunas de ellas, apenas “perceptibles al ojo humano” (al usuario particular), que se han ido materializado con mayor o menor velocidad en función de los mercados de referencia. Pero indudablemente, estas tendencias han estado marcadas por la digitalización, la movilidad y la apertura de la competencia, y por un dispositivo que las ha habilitado y al alcance de la mayoría de la población: el smartphone.

Se espera que el tamaño del mercado global de pagos digitales al menos se duplique en los próximos diez años; crecimiento sustentado en las iniciativas de promoción del pago digital, la universalización de los smartphones, de la conectividad de datos y el crecimiento del e-commerce (y m-commerce). De hecho, si replicaran una tasa de crecimiento potencial del 2% de la última década en la próxima (coincidente con objetivos medios de inflación), en 2030 el mercado de pagos retail de la Unión Europea, EE.UU. y los ocho países de Latinoamérica recogidos en este Informe -con una población total de 1.000 millones de personas que representan apenas el 15% de una población mundial que se estima alcanzará los 8.500 millones en 2030- se acercaría al medio billón de pagos anuales por un valor cercano a los 600 billones de dólares. Un mercado en pleno crecimiento en el que la competencia será cada vez más intensa y que será testigo de movimientos corporativos (alianzas, integraciones, fusiones,

adquisiciones) de alcance regional y global y de origen diverso, como diverso es el ecosistema en la actualidad. En un mundo de mayor complejidad y competitividad es clave anticipar y comprender las tendencias globales, regionales y locales, avanzar con firmeza en la transformación digital y unir fuerzas y capacidades con agentes terceros para ampliar el alcance y garantizar la provisión de servicios de pago que necesita la sociedad del siglo XXI.

¡Ciao Italia!

Si en la pasada edición dábamos la bienvenida a Reino Unido con el propósito de contar con una referencia de mercado dinámico e innovador en medios de pago y con atributos vanguardistas por su experimentación temprana con el nuevo paradigma de banca abierta, en la presente edición damos la bienvenida a Italia.

Mirar hacia Reino Unido ha permitido anticipar algunas tendencias aún no materializadas en el resto de los países, que se encuentran en un estadio anterior de desarrollo (por ejemplo, en materia de Open banking) y contrastar otras que se adivinan (por ejemplo, que independizarse del dinero en efectivo es posible). La mirada a Italia ayuda a entender dinámicas que comparten los países del sur de Europa que, juntos, representan el 23% de la población de la Unión Europea.

Un vistazo a 2020, el año de la covid-19

Las espectaculares innovaciones en materia de nuevas capacidades de tratamiento de información estadística, sin embargo, no han permeado en el reporting de transaccionalidad de pagos minoristas-reporting que suele ser respuesta de los participantes de la industria a una petición previa de las autoridades- habida cuenta de que no se han producido avances significativos en la última década, renunciando a una fuente de conocimiento de enorme utilidad, especialmente para la toma de decisiones de política pública y, como no, para decisiones de negocio.

La heterogeneidad mostrada por las fuentes de información pública también hacen referencia a la rapidez o lentitud de la disponibilidad de los datos relevantes, y su frecuencia. Este año 2020, con la covid-19 y sus efectos como protagonistas indiscutibles, ha desvelado la utilidad e importancia de los datos de alta frecuencia para conocer los cambios de hábitos y comportamientos de ciudadanos y empresas prácticamente en tiempo real. Una utilidad que en el ámbito de los pagos es, si cabe, más relevante.

Pero a la vista está que las fuentes de información oficiales tienen ante sí un amplio recorrido de mejora, sin menoscabo de que en conjunto permiten apuntar algunas tendencias observadas. Centrados en el equipamiento del medio de pago más universal solo por detrás del dinero en efectivo -las tarjetas- y los equipamientos para su uso -ATM y POS-, en el año 2020 se constata que:

- **Cae el parque de tarjetas de crédito.** La única excepción observada es México, donde crece. La reducción más acusada la registra Chile, que pierde a agosto de 2020 una de cada seis tarjetas en circulación a finales de 2019
- **Sube o se mantiene el parque de tarjetas de débito.** Las únicas excepciones observadas a este comportamiento son México y Reino Unido
- **Crece la terminalización POS** en Colombia, México, España y Portugal
- **Se contrae la red de ATM** en Colombia, Chile, República Dominicana y España, y solo crece en México y Argentina

En relación a las variables de transaccionalidad y uso, las tendencias observadas (en términos anualizados) son las siguientes:

- **Cae el número de transacciones de pago en POS,** salvo en Chile, si bien este es el país que presenta la serie temporal más acotada en esta variable (abril 2020). Las caídas más pronunciadas se registrarían en Reino Unido (-26%), Perú (-24%), República Dominicana (-22%) y Portugal (-20%). La caída de la transaccionalidad en POS sería más leve en España (-11%), México (-8%) y Argentina (-6%)
- **Cae el valor (en dólares) de los pagos realizados en POS en todos los países.** La caída más acusada la registrarían Portugal (-42%), Colombia (-34%) y República Dominicana (-34%). Las menos acusadas las encontramos en Chile (-9%), España (-12%), Argentina (-15%) y Reino Unido (-18%)
- **Cae el número de retiradas de efectivo en ATM en todos los países:** la mayor caída la registrarían España (-36%), Perú (-33%) y Chile (-21%); la menor, Argentina (-9%), Colombia (-13%) y México (-14%)
- **Cae el valor (en dólares) de las retiradas de efectivo en ATM en todos los países,** aunque apenas perceptible en Argentina (-2%). Las caídas más acusadas se producen en México (-57%) y Reino Unido (-50%). En el resto de países con disponibilidad de datos caería entre el 20% y el 30% con respecto al año 2019

Sin duda, 2020 ha sido un año excepcionalmente complicado, y habrá de ser considerado, una vez confirmada la creación de una vacuna eficaz, un año valle en términos de transaccionalidad de pagos, en sintonía con el resto de indicadores económicos. El crecimiento vendrá, adicionalmente, por el cambio en la distribución de los medios de pago utilizados por los agentes para sus transacciones cotidianas; un efecto sustitución ya evidenciado en 2020, y que se consolidará en los próximos años en todos los mercados.

Tabla 1.1: Matriz comparativa de disponibilidad de información pública en materia de pagos minoristas, 2020

			España	Portugal	Reino Unido	Italia
Estadísticas oficiales (tarjetas)	Publicación	Frecuencia	trimestral	mensual	trimestral	anual
		Fecha	+3 meses	+2 meses	+3 meses	+6 meses
		Último dato disponible	jun-20	sept-20	jul-20	dic-19
		Fuente	BdE	BdP	UK Finance	Bdl
Medios de pago	Transferencias Interbancarias	Nº				Solo totales
		Valor				
	Transferencias Intrabancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias inmediatas	Nº				
		Valor				
	Transferencias tradicionales	Nº				
		Valor				
	Débitos directos	Nº				
		Valor				
	Cheques	Nº				
		Valor				
	Financiación con tarjeta de crédito	Saldo vivo				
Tarjetas	Débito	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito no bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Prepago	Nº				
		Volumen				
		Valor				
Medios de disposición	ATM	Nº dispositivos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	POS	Nº dispositivos físicos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Corresponsales no bancarios	Nº	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
	Tasas de intercambio y descuento	Valor		Tasa dto.		Tasa dto.
Internet	Comercio electrónico	Volumen				
		Facturación				
	Banca Móvil	Nº usuarios				
		Nº				
	Banca Online	Valor				
		Nº usuarios				
		Nº operaciones				
	Pago móvil	Valor				
		Nº				
		Valor				

■ Disponible
 ■ No disponible

Tabla 1.1: Matriz comparativa de disponibilidad de información pública en materia de pagos minoristas, 2020. Continuación

			Argentina	Brasil	Chile	Colombia
Estadísticas oficiales (tarjetas)	Publicación	Frecuencia	anual	anual	mensual	mensual
		Fecha	+4 meses	+ 9 meses	+3 meses	+3 meses
		Último dato disponible	jun-20	dic-19	ago-20	ago-20
		Fuente	BCRA	Bacen	CMF	SFC
Medios de pago	Transferencias Interbancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias Intrabancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias inmediatas	Nº		2020		
		Valor				
	Transferencias tradicionales	Nº				
		Valor				
	Débitos directos	Nº				
		Valor				
	Cheques	Nº				
		Valor				
	Financiación con tarjeta de crédito	Saldo vivo				
Tarjetas	Débito	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito no bancarias	Nº	2018			
		Volumen	2018			
		Valor	2018			
	Prepago	Nº				
		Volumen				
		Valor				
Medios de disposición	ATM	Nº dispositivos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	POS	Nº dispositivos físicos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Corresponsales no bancarios	Nº	(*)			
	Tasas de intercambio y descuento	Valor				
Internet	Comercio electrónico	Volumen				
		Facturación				
	Banca Móvil	Nº usuarios				
		Valor				
	Banca Online	Nº usuarios				
		Nº operaciones				
	Pago móvil	Nº				
		Valor				

■ Disponible ■ No disponible

(*) Se autorizan las corresponsalías bancarias a finales de 2018: <https://cutt.ly/shu0sva>

Tabla 1.1: Matriz comparativa de disponibilidad de información pública en materia de pagos minoristas, 2020. Continuación

			Costa Rica	México	Perú	Rep. Dominicana
Estadísticas oficiales (tarjetas)	Publicación	Frecuencia	trimestral	trimestral	mensual	mensual
		Fecha	> 1 año	+3 meses	+3 meses	+2 meses
		Último dato disponible	jul-19	ago-20	ago-20	sept-20
		Fuente	MEIC	Banxico	BCRP	BCRD
Medios de pago	Transferencias Interbancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias Intrabancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias inmediatas	Nº				
		Valor				
	Transferencias tradicionales	Nº				
		Valor				
	Débitos directos	Nº				
		Valor				
	Cheques	Nº				
		Valor				
	Financiación con tarjeta de crédito	Saldo vivo				
Tarjetas	Débito	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito no bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Prepago	Nº				
		Volumen				
		Valor				
Medios de disposición	ATM	Nº dispositivos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	POS	Nº dispositivos físicos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Corresponsales no bancarios	Nº				
	Tasas de intercambio y descuento	Valor				
Internet	Comercio electrónico	Volumen				
		Facturación				
	Banca Móvil	Nº usuarios		Nº cuentas		
		Nº				
		Valor				
	Banca Online	Nº usuarios				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Pago móvil	Nº				
		Valor				

■ Disponible
 ■ No disponible

Fuente: Afi, a partir de información disponible fuentes oficiales. Último dato disponible a noviembre de 2020

Objetivo aspiracional: la universalidad de los pagos digitales

En 2019 caracterizamos la visión de los ejecutivos y ejecutivas del sector de los pagos con un sentimiento (abrumación) y un objetivo aspiracional (ser el “top of mind”). En 2020, si bien se mantienen, sobre todo la primera, son superados, fruto de la covid-19, por un sentimiento de formar parte de una actividad esencial y por una aspiración de universalidad.

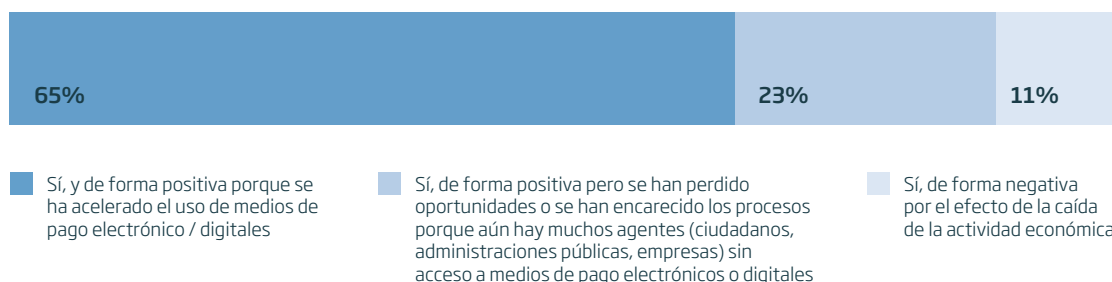
Casi nueve de cada diez considera que la covid-19 ha afectado de forma positiva al negocio de los medios de pago, pero caben dos distinciones. El 65% lo asocia a una aceleración del uso de los medios de pago electrónicos /

digitales, mientras que el 23% cree que se han perdido oportunidades -o se han encarecido los procesos- por la falta de equipamiento que aún sufren muchos ciudadanos, administraciones públicas y empresas, que no disponen de medios de pago digitales.

Con rotundidad, ocho de cada diez considera que la covid-19 ha acelerado el proceso de abandono del dinero en efectivo por su efecto en el cambio de hábitos de pago de la gente. El 59% lo valora además como un proceso irreversible, mientras que el 21% lo considera temporal. Uno de cada cinco, sin embargo, no cree que lo haya acelerado.

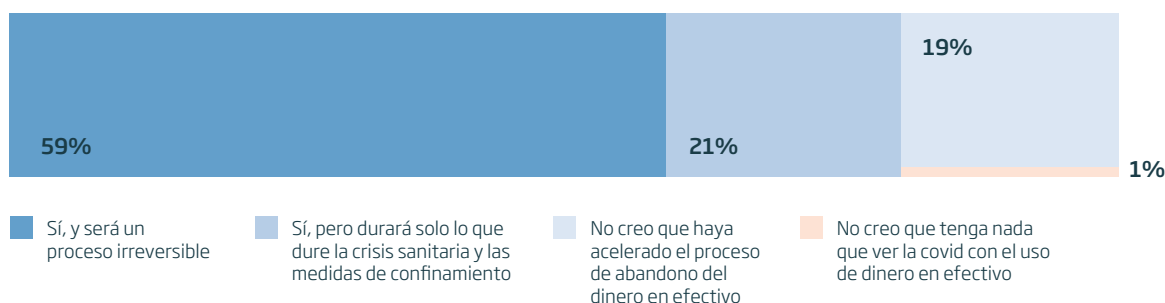
La covid-19 ha afectado de forma positiva al negocio de los medios de pago

Figura 1.1: ¿Considera que la covid-19 ha afectado al negocio de los medios de pago? (señale la opción que considere más oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 1.2: ¿Considera que la covid-19 ha acelerado el proceso de abandono del dinero en efectivo por su efecto en el cambio de hábitos de pago de la gente? (señale la opción que considere oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Testigos de una década

La transformación de los ecosistemas de pagos en la última década ha sido muy notable en Latinoamérica, a pesar de haber sido heterogénea la velocidad de los cambios en función del país, sobre todo, determinada por los diferentes puntos de partida en los que se encontraban sus economías y sistemas financieros al inaugurar el siglo XXI. En Europa, por su parte, los cambios observados constatan ciertas resistencias, especialmente en los casos de España e Italia, que no desvelan modificaciones tan intensas como las observadas en Reino Unido y, en gran medida, Portugal.

La tendencia hacia la omnidigitalización de los pagos es firme en todas las geografías, tendencia que se ha visto acelerada en el año 2020 motivado por la crisis sanitaria global y el confinamiento decretado en la práctica totalidad de geografías. La covid-19 ha hecho eclosionar el pago contactless en todas sus formas, y el e-commerce.

Si bien cada mercado mantiene su personalidad y peculiaridades, todos ellos avanzan hacia una suerte de paradigma en el que las autoridades, relegadas originalmente a un rol de vigilancia, asumen cada día

mayor protagonismo. Un cambio motivado por tres grandes fuerzas que han irrumpido a nivel global en la última década: la inclusión, la geopolítica y la digitalización.

En la última década se confirma la concentración de la transaccionalidad en la tarjeta, con un protagonismo indiscutible en términos de universalidad, de la tarjeta de débito y más recientemente, de la tarjeta prepago. También se constata la obsolescencia y abandono del cheque y el despertar de los pagos desde cuenta, que dominan en términos de valor, junto con su metamorfosis hacia una nueva y creciente modalidad de pagos inmediatos que han comenzado su andadura a ambos lados del Atlántico en su versión móvil y en el segmento P2P.

La **Tabla 1.2** visualiza los países que han protagonizado los cambios más intensos en la composición de los medios de pago minoristas en la última década, desde una perspectiva comparada.

La covid-19 ha hecho eclosionar el pago contactless en todas sus formas, y el e-commerce

Tabla 1.2: Variación de los patrones de uso de los medios de pago, % del volumen y valor total, 2009-2019¹

Variación del peso relativo (volumen)

	Transferencia de crédito	Débitos directos	Pagos tarjetas	Cheques
Brasil	↑ 23,6%	n.d.	→ 8,5%	↓ -33,1%
Chile	n.d.	n.d.	↑ 38,4%	↘ -10,3%
Colombia	→ 3,8%	→ 0,9%	→ -1,1%	↘ -3,7%
México	↑ 45,1%	↑ 42,6%	n.d.	→ 1,1%
Perú	→ 7,6%	→ 0,1%	↗ 25,1%	↓ -32,8%
República Dominicana	→ 4,1%	↑ 20,0%	↘ -7,4%	↘ -16,8%
España	→ -1,1%	↓ -10,2%	→ 12,9%	→ -1,6%

¹ La Tabla 1.2 recoge solo los países que han formado parte del Informe desde la primera edición.

Variación del peso relativo (valor)

	Transferencia de crédito	Débitos directos	Pagos tarjetas	Cheques
Brasil	↗10,0%	n.d.	↗1,8%	→ -11,8%
Chile	n.d.	n.d.	↗9,6%	↓ -32,3%
Colombia	↑20,8%	↗2,6%	↗3,8%	↘ -29,2%
México	↗4,7%	→ 0,1%	↗1,1%	→ -6,2%
Perú	↑32,4%	→ 0,0%	↗13,1%	↓ -46,6%
República Dominicana	↑21,1%	→ -0,1%	↗4,2%	↘ -26,1%
España	↑26,1%	→ -2,5%	↗2,3%	→ -12,4%

Fuente: Afi a partir de superintendencias y bancos centrales

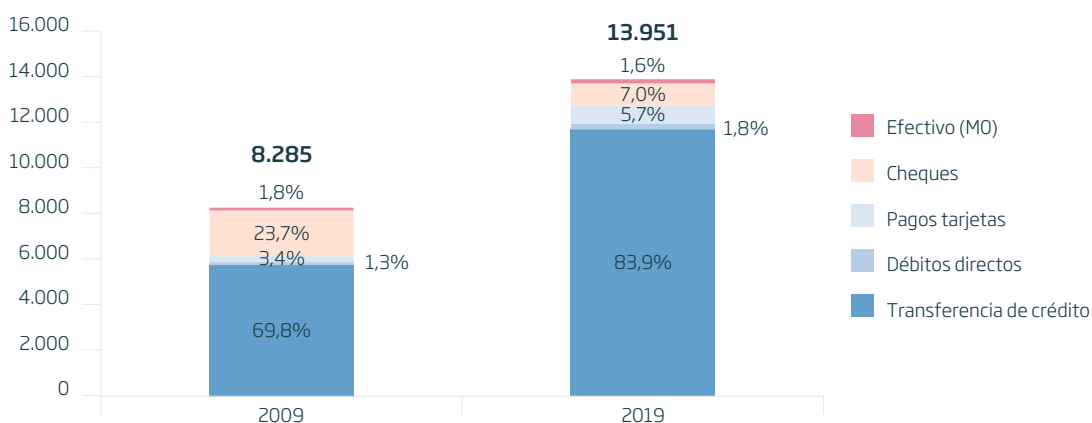
En la última década, el valor pagado por medio de transferencias en Latinoamérica ha pasado de representar el 69,8% de todos los pagos realizados por medios electrónicos en 2009 al 83,9% en 2019 (ver **Figura 1.3**), erigiéndose en el medio de pago líder en términos de valor. Los débitos directos crecen muy tímidamente durante la década y en algunos países ni siquiera se encuentran habilitados. Las tarjetas representan en 2019 un 68% más del peso que representaba el valor pagado con ellas diez años antes, pasando del 3,4% en 2009 al 5,7%.

En términos de volumen (ver **Figura 1.4**), el pago con tarjeta en 2019 concentra en la región latinoamericana ocho de cada diez pagos realizados por medios digitales,

mientras que en 2009 representaban seis de cada diez. Los 6.990 millones de pagos con tarjeta registrados en la región en 2009 se han más que cuadruplicado en una década.

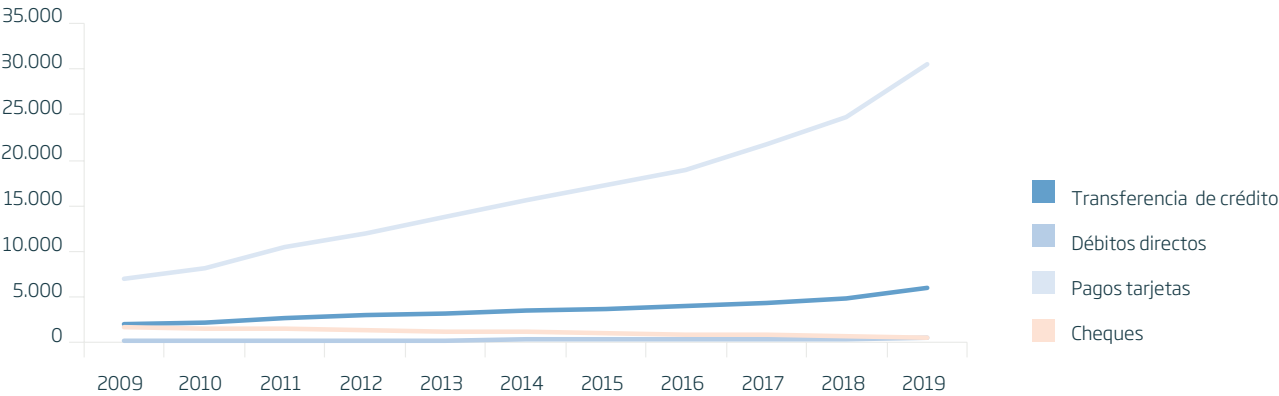
Las transferencias interbancarias siguen manteniendo una proporción similar en términos de transaccionalidad a pesar de haberse triplicado en número. El número de débitos directos se duplican en una década, pero caen en peso relativo. Y los cheques liquidados, que caen en volumen y valor, siguen no obstante ocupando la segunda posición como medio de pago más utilizado en Latinoamérica.

Figura 1.3: Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2009 y 2019, por instrumento, miles de millones USD



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

Figura 1.4: Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2009-2019, millones

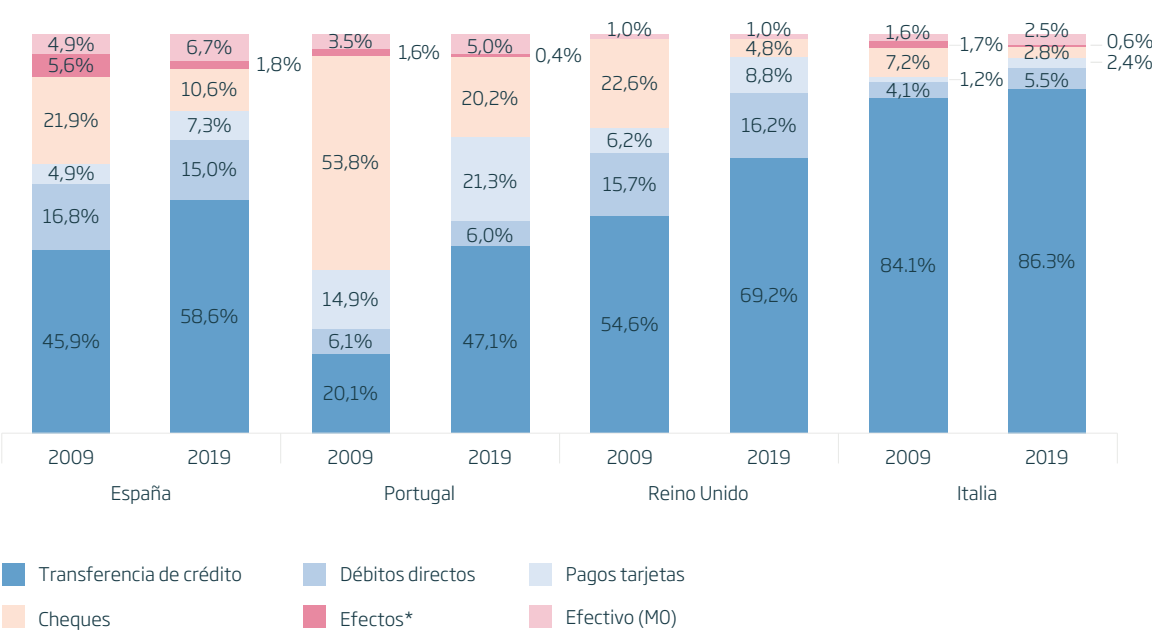


Fuente: Afi, a partir bancos centrales y superintendencias de bancos.

La dimensión y uso de los medios de pago minoristas en Italia han registrado cambios pocos pronunciados en la última década, desde una perspectiva comparada. Así, si bien el medio de pago que mayor valor canaliza en Italia, al igual que en el resto de países europeos analizados, es la transferencia de crédito, su representatividad con respecto al total apenas ha aumentado dos puntos. Portugal proyecta una transformación más notable en la última década. Las transferencias de crédito representaron en 2019 más del doble de lo que

representaban en términos de valor y volumen en 2009, y pasan a ser el principal medio de pago en valor, cuando en 2009 lo era, con una diferencia abismal, el cheque. Sin embargo, aunque ha reducido su presencia, representó en 2019 el 20,2% del valor total de las operaciones de pago, el doble de lo que representan en España, y cuatro veces más que en Reino Unido (4,8%). En Italia apenas representan el 2,8% del valor transado en 2019, convirtiéndose en el país con menor representación de los recogidos en el Informe.

Figura 1.5: Valor de las operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia en 2009 y 2019, por instrumento, miles de millones USD

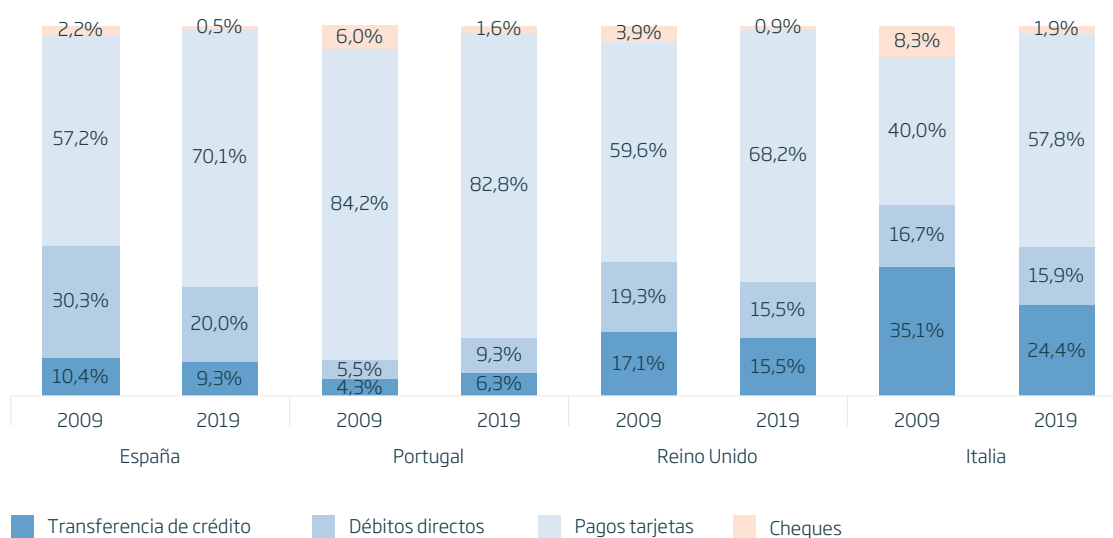


Fuente: Afi, a partir de superintendencias y bancos centrales.

Los débitos directos disfrutaban de una presencia muy relevante en España y Reino Unido (15% y 16% del total en términos de valor), aunque no consiguen avanzar posiciones en la última década. En Portugal e Italia concentran el 6% y 5% del valor total de los pagos respectivamente. Siguen manteniendo la segunda posición como medio de pago en términos de valor, solo por detrás de las transferencias, en todos los países europeos salvo en Portugal, donde esta posición la mantiene el cheque.

En relación a los pagos con tarjeta, estos representan en Portugal el 21,3% del valor de las operaciones de pago en 2019, por delante de Reino Unido (8,8%), España (7,3%) e Italia, donde representan el 2,4%. En términos de volumen, Reino Unido lidera en transaccionalidad con cerca de 20.000 millones de pagos con tarjeta registrados en 2019, cuatro veces más que los 4.536 millones registrados en España, y lejos de los 3.500 millones de Italia o los 2.200 millones de Portugal. Representan, respectivamente, el 68,2%, 70,1%, 57,8% y 82,8% del total de pagos realizados.

Figura 1.6: Número de operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia, 2009-2019, millones



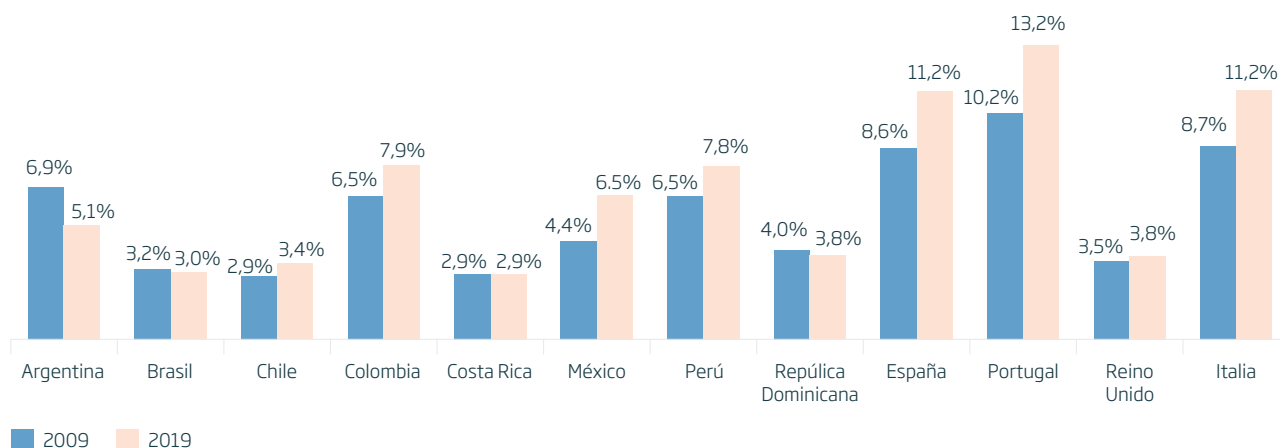
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

Nota: Los datos de Reino Unido hacen referencia al año 2013 debido a que es el primer año con información completa disponible.

En Latinoamérica el peso del efectivo en circulación sobre el PIB doméstico oscila entre el 7,9% y 7,8% de Perú y Colombia, respectivamente, hasta el 2,9% y 3,0% de Costa Rica y Brasil, respectivamente.

de Costa Rica y Brasil. En Europa, salvo Reino Unido que se sitúa por debajo del 4%, oscila entre el 11,2% de España e Italia y el 13,2% de Portugal.

Figura 1.7: Efectivo en circulación, dólares, 2009-2019, % del PIB



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales.

El parque de tarjetas de débito es superior a las de crédito en todos los países analizados a excepción de Argentina, donde la tendencia se invierte. España, Reino Unido, Brasil y Chile comparten un patrón similar, con entre 1,3 y 1,6 tarjetas de débito por cada una de crédito en circulación en 2019. El parque de débito duplica al de crédito en Colombia, Costa Rica, República Dominicana y Portugal; lo cuadruplica en Italia y Perú; lo quintuplica en México.

Las estadísticas sobre dimensión del parque y transaccionalidad de las tarjetas prepago abierto (dinero electrónico) siguen sin ser visibles al público general, salvo en algunos países. Por tal motivo, se ha procedido a realizar una estimación (**Tabla 1.4**) del parque de tarjetas de prepago en circulación en cada uno de los países analizados, a partir de los hallazgos del capítulo 6 de este Informe.

En la última década se ha intensificado la tendencia de usar las tarjetas como medio de pago directo vs medio de disposición de dinero en efectivo en ATM, aunque se observan excepciones (Italia) así como distintas intensidades.

De esta forma, el valor de las operaciones de pago con tarjeta en POS supera el valor de los retiros con tarjeta en ATM en Reino Unido (donde los pagos representan en 2019 cuatro veces el valor de los retiros), Portugal (2,2), Chile (1,5), España (1,3) y Brasil (1,2). En Italia y Argentina la ratio retrocede hasta la unidad, y no la alcanza en República Dominicana (0,8), México y Colombia (0,5). Perú registra la ratio más reducida (0,2, esto es, el valor de retiros en ATM quintuplica el valor pagado con tarjetas en POS), sin cambios sustanciales en la última década.

Tabla 1.3: Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2019

	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total
Argentina	48.551.233	60.183.669	108.734.902
Brasil	348.807.697	221.498.255	570.305.952
Chile	21.653.909	17.171.047	38.824.956
Colombia	33.091.474	16.054.855	49.146.329
Costa Rica	5.709.944	2.719.504	8.429.448
México	146.840.500	27.670.136	174.510.636
Perú	24.262.296	6.951.449	31.213.745
R. Dominicana	5.424.514	2.655.032	8.079.546
España	48.350.000	37.250.000	85.600.000
Portugal	20.868.000	8.328.000	29.196.000
Reino Unido	96.833.000	64.851.000	161.684.000
Italia	57.207.000	14.252.000	71.459.000

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.
Nota: No incluye tarjetas de crédito del retail.

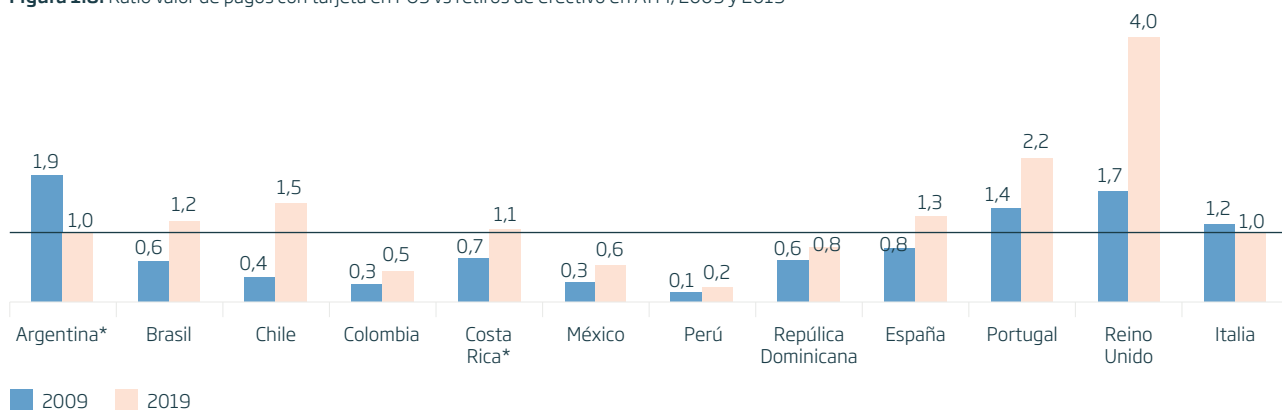
El parque de tarjetas de débito es superior a las de crédito en todos los países analizados, a excepción de Argentina

Tabla 1.4: Estimación del parque de tarjetas prepago, selección de países, 2020

	N° (estimado) tarjetas prepago (julio 2020)	N° reportado de tarjetas prepago
Argentina	3.433.156	3.366.271 (junio 2019)
Brasil	17.170.301	1.611.000 (2018)
Chile	2.556.359	n.d.
Colombia	3.989.055	n.d.
México	6.479.438	n.d.
Perú	1.534.143	n.d.
República Dominicana	923.576	226.378 (2020)
España	7.561.094	n.d.
Italia	27.514.132	28.407.000 (2019)
Portugal	1.529.320	2.106.000 (2019)
Reino Unido	6.257.471	n.d.

Fuente estimación: Afi, a partir de estudio de mercado. Fuente reporte: BCE (Italia y Portugal), BCRA (Argentina), Yellow Book (Brasil).

Figura 1.8: Ratio valor de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2009 y 2019



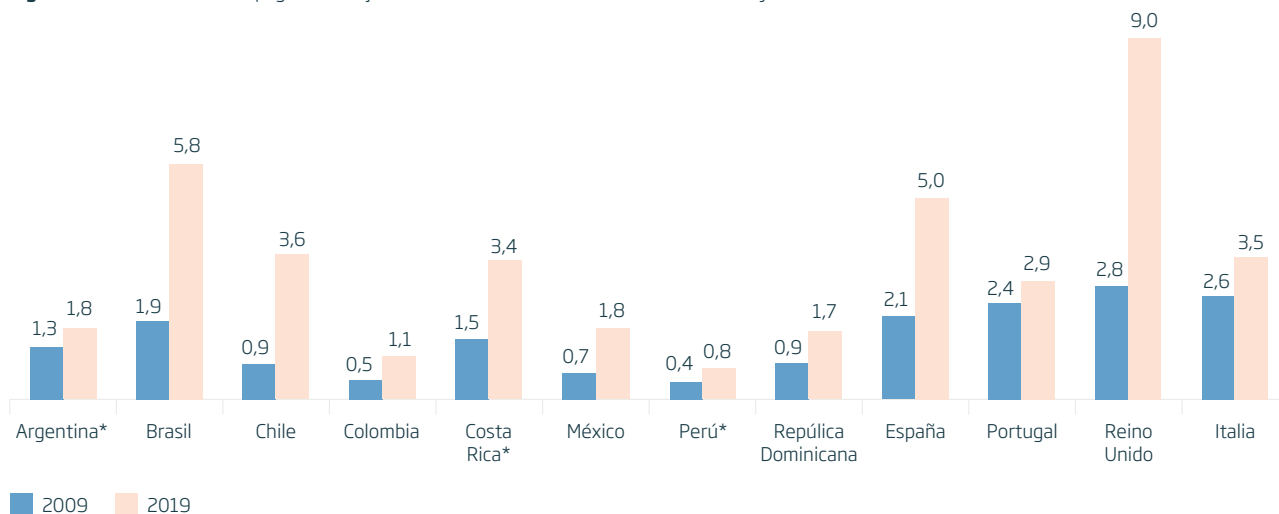
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

* Debido a la ausencia de datos, el primer año observado para Costa Rica es 2012, mientras que para Argentina es 2011.

En términos de intensidad de uso, los POS de Reino Unido reciben 9,0 veces el número de operaciones que reciben los ATM en dicho país. Lidera en intensidad en Latinoamérica Brasil, con una ratio de 5,8 veces, y la

tercera posición global la ocupa España, con 5,0 veces. Todos los países registran una mayor transaccionalidad en POS que en ATM.

Figura 1.9: Ratio volumen de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2009 y 2019



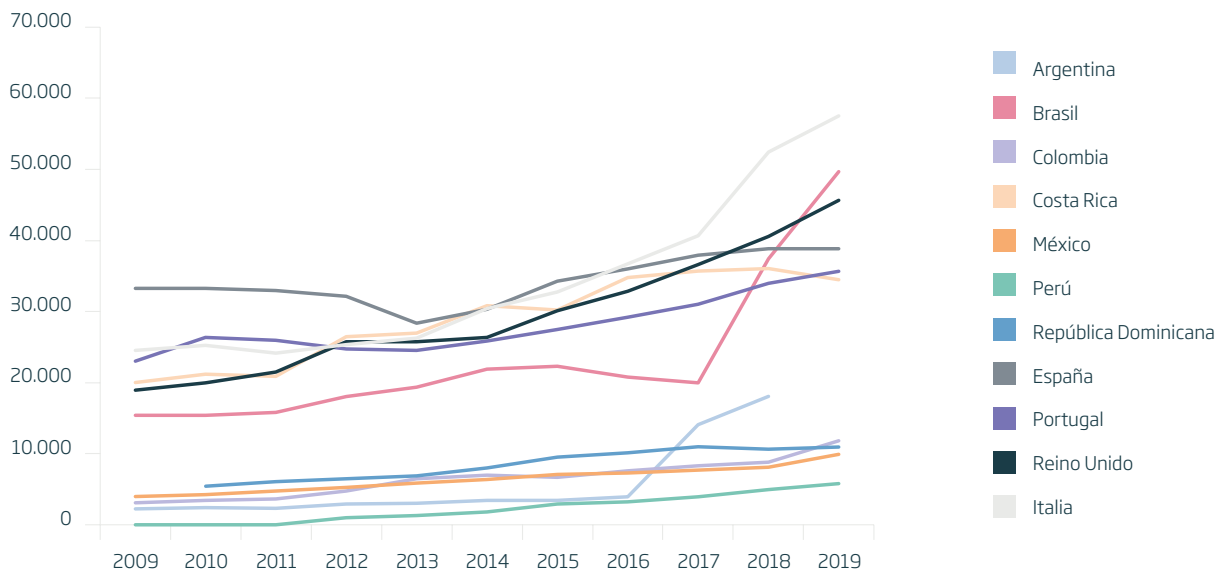
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

* Debido a la ausencia de datos, el primer año observado para Costa Rica es 2012, mientras que para Argentina y Perú es 2011.

Se constata el liderazgo indiscutible de Italia y Brasil en cuanto a cobertura POS per cápita, con ambos países en torno a los 50.000 POS por millón de habitantes. Entre los 30.000 y 50.000 se sitúan Reino Unido

(45.600), España (38.800), Portugal (35.600) y Costa Rica (34.500). Por debajo de 10.000 por millón se sitúan República Dominicana, México y Perú.

Figura 1.10: Número de POS por cada millón de habitantes, 2009-2019

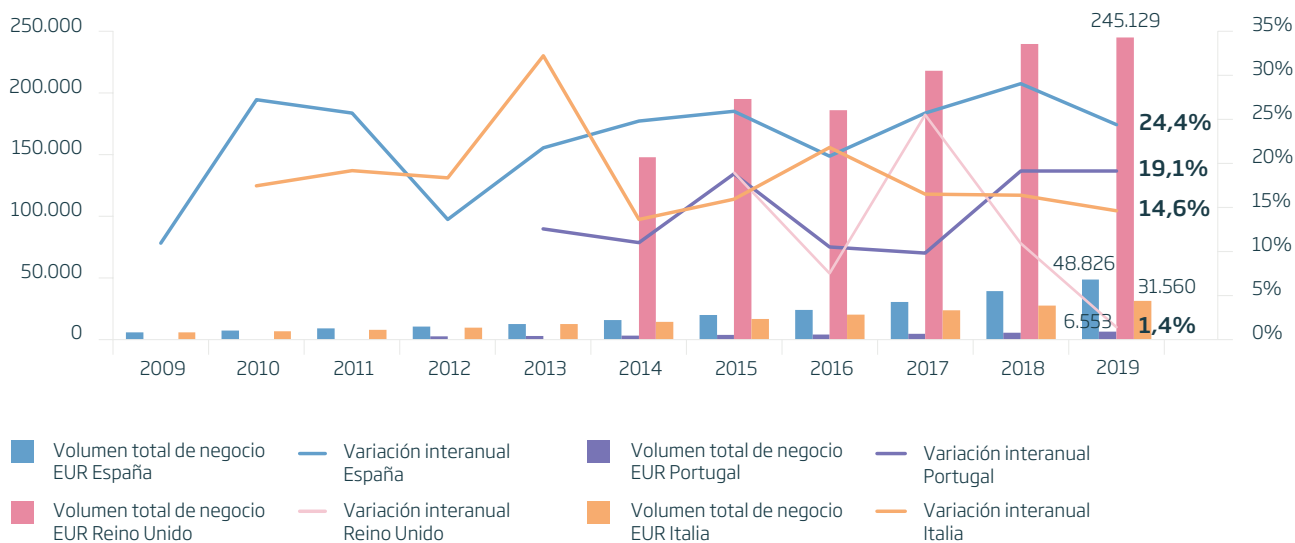


Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Datos no disponibles para Chile. El dato de Reino Unido se han estimado teniendo en cuenta el dato del periodo anterior.

El comercio electrónico minorista en Latinoamérica se ha multiplicado por casi siete en el periodo. Destaca, con gran diferencia, el comportamiento y dimensión del e-commerce en Reino Unido, uno de los mayores mercados en ventas online. España, por su parte, ha visto multiplicar por nueve el volumen de facturación

e-commerce desde 2009. Italia, un mercado un 35% más grande en términos de población que España, generó en 2019 una facturación de e-commerce de 31.000 millones de euros, un 35% inferior a la registrada en España ese año. Portugal muestra mayor timidez.

Figura 1.11: Comercio electrónico en España, Italia, Portugal y Reino Unido, 2009-2019, millones EUR



Fuente: Afi, a partir de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Banco de Portugal, The UK Cards Association y UK Finance. No hay datos disponibles anteriores a 2014 para Reino Unido.

Cómo hemos cambiado

La tendencia más clara que se vislumbraba en 2011 era el nacimiento, aún entonces impreciso en los detalles, de los pagos en movilidad, con una hoja de ruta que, por aquél entonces, pasaba por desarrollar la tecnología contactless como condición necesaria para desplegar una infraestructura de aceptación de pagos que diera soporte al despliegue del Near Field Contact o NFC. Este despliegue ya se ha conseguido, una década después, en buena parte de los países de Europa.

En Latinoamérica, sin embargo, el proceso de despliegue de la infraestructura de aceptación sigue en marcha, si bien se ha cruzado en ese camino una alternativa que ha alterado significativamente las hojas de ruta iniciadas: el código QR. De hecho, en 2018 previmos en este Informe el regreso del código QR a nuestras vidas, después de un par de décadas de absoluta irrelevancia salvo desde hace pocos años en Asia y más recientemente en Latinoamérica.

Aunque todavía no existía una exuberante oferta, ni tampoco concreta, más allá de PayPal, ya se intuía en la primera mitad de la década de 2010 una amenaza proveniente de nuevos entrantes digitales, tanto de las bigtech como de las entonces incipientes fintech. Un detonante, en un contexto de crisis financiera (la de 2008), fue la popularización de los smartphones

La tendencia más clara que se vislumbraba en 2011 era el nacimiento, aún entonces impreciso en los detalles, de los pagos en movilidad

y las aparejadas aplicaciones. Otro, la publicación del whitepaper de bitcoin que abogaba por la descentralización y desintermediación de los servicios de pagos. Aunque las criptodivisas como medio de pago minorista no eran consideradas en esos primeros años del bitcoin una preocupación a corto plazo por no cumplir con las tres funciones básicas del dinero (medio de pago, unidad de cuenta y depósito de valor), nadie dudaba de su potencial disruptivo en años futuros, como se está de hecho observando una década después.

En 2016 llegó finalmente el pago móvil a España con un amplísimo despliegue en la oferta. En aquellos años el pago móvil ya comenzaba a tener presencia también, de forma incipiente, en Latinoamérica, con un predominio de soluciones prepago o dinero electrónico y con transaccionalidad limitada, muchas de ellas lideradas por operadores de telefonía junto con una creciente oferta de wallets bancarios para segmentos socioeconómicos más elevados.

En los primeros años de la década de 2010, en Europa, el negocio de emisión resultaba más atractivo que el negocio de adquirencia, hasta la llegada del Reglamento de Tasas de Intercambio (IFR²) que buscaba contribuir a la construcción de un mercado único en Europa para las tarjetas de pago, prevenir restricciones a la competencia y evitar sobrecostos a negocios y consumidores. Con esta decisión, Europa marcó el camino a otros países, y la regulación de la tasa de intercambio es desde entonces una tendencia indiscutible en muchos mercados recogidos en este Informe. Los efectos de las limitaciones a las tasas de intercambio en el mercado europeo se evidenciaron en el Informe de evaluación encargado por la Comisión Europea y publicado en marzo de 2020³ en atención al artículo 17 del Reglamento. Semanas después de la publicación de dicha evaluación, varios bancos europeos anunciaron el lanzamiento de EPI, “Iniciativa de Pagos Europea”, una suerte de esquema europeo de tarjetas de pago que aspira a dotar a Europa de un mayor grado de soberanía en los pagos, aspiración que se ha hecho más evidente y explícita con la adopción en septiembre de 2020 del “Paquete de Finanzas Digitales”.

En la década de 2010 se inauguraron numerosos sistemas de pagos móviles inmediatos, soluciones de industria o del Banco Central: Paym (Reino Unido, 2014), SINPE Móvil (Costa Rica, 2015), Bizum (España, 2016), MBPay (Portugal, 2019), Bancomat Pay® (Italia, 2019), CoDI (México, 2019) y PIX (Brasil, 2020). Quedan, no obstante, varios países por desarrollar estas innovaciones en pagos cotidianos: Argentina, Colombia, Perú y República Dominicana.

El año 2017 fue considerado por el conjunto del sector como una suerte de año de transición y de gestación de soluciones y cambios legales y reglamentarios que verían la luz a partir de 2018, tales como el Reglamento delegado que complementaba la entrada en vigor de la PSD2 ese año en Europa, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), la Ley de Tecnologías Financieras de México (primera del continente), la reglamentación del prepago en Chile y el Decreto 2076 para finalmente precisar el funcionamiento de las SEDPE en Colombia, figura aprobada allá por 2014 con la Ley Pague Digital.

En 2018 observábamos un escenario futurista en el que la Internet de las Cosas transformaría la capacidad de comunicación de los objetos, cuya auto-gestión generaría enormes volúmenes de micropagos automáticos o autónomos y una mayoría de población digitalizada y acostumbrada a la inmediatez y a la ubicuidad (que aún hoy, sin embargo, no es mayoritaria).

En 2019 el protagonismo lo ostentó el avance, al menos regulatorio, del Open Banking. Y la década termina con la disrupción provocada por la covid-19, que ha acelerado la digitalización y ha fijado en la mente de todos que “el dinero que más vale hoy es el que reúne el atributo contactless”.

En la década de 2020, la digitalización ha marcado el paso de todos los negocios de la industria de los pagos. El software sustituye al hardware en prácticamente todas sus modalidades y facetas (desde las sucursales bancarias a las apps; los POS físicos a los SoftPOS; de los servidores a la computación en la nube) a través de la virtualización que permiten las tecnologías digitales hoy al alcance de todos, así como la disponibilidad de ingentes cantidades de datos.

Europa ha sido una región pionera en la integración del mercado único de pagos para que ciudadanos, empresas y otros agentes puedan realizar y recibir pagos la moneda común, dentro y fuera de las fronteras nacionales, en las mismas condiciones y con los mismos derechos y obligaciones. Los pagos inmediatos, considerados estratégicos en el ámbito europeo, avanzan con paso firme inaugurando, en 2020, nuevas modalidades como el Request-to-Pay, para otorgar mayor dinamismo y control a los usuarios.

En la década de 2020 se habrán de ultimar los detalles de dicha integración para que la aspiración pase a ser una realidad y sea efectiva y armonizada en todo el territorio. Con este propósito, la nueva revisión de la PSD2 anunciada para el último trimestre de 2021 abordará, en favor de las estrategias de pagos minoristas, aspectos relacionados con las reglas de competencia existente entre los tres grandes grupos de agentes hoy activos en los ecosistemas de pagos: entidades bancarias, fintech y bigtech. Además, en el frente digital y de datos, la Comisión Europea está preparando su Ley de Servicios Digitales, que para los bancos puede ser un apoyo en su creciente competencia con las bigtech.

² REGLAMENTO (UE) 2015/751 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 29 de abril de 2015 sobre las tasas de intercambio aplicadas a las operaciones de pago con tarjeta.

³ Disponible en: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_442

Y es que ya hoy, bigtech y fintech son participantes activos de la industria de los medios de pago, ya sea de forma autónoma o en alianza con entidades financieras. En este sentido, otro desafío relevante en la próxima década es el apuntado por el BCE sobre la dependencia manifiesta de los proveedores de servicios financieros europeos de los proveedores de servicios críticos e infraestructuras técnicas (como el cloud-computing de Amazon Web Services, Microsoft Azure y Google Cloud), no pertenecientes a la UE, que generan una dependencia de unos pocos proveedores, así como posibles problemas de concentración de alcance sistémico.

En 2020 la voluntad política de crear una moneda digital del banco central ya parece firme. Si en Europa las autoridades monetarias se encuentran en fase de análisis sobre las ventajas e inconvenientes de ofrecer al público una moneda digital de propósito general (CBDC), y de definición de sus principios fundacionales, ya hay países en la región del Caribe (Bahamas), con propósitos de inclusión financiera, que han emitido su moneda digital.

Y es que la prioridad en Latinoamérica en materia de pagos minoristas seguirá siendo, en la próxima década, la inclusión financiera, a la que los nuevos agentes bigtech, fintech y neobancos están ya, de facto, contribuyendo activamente.

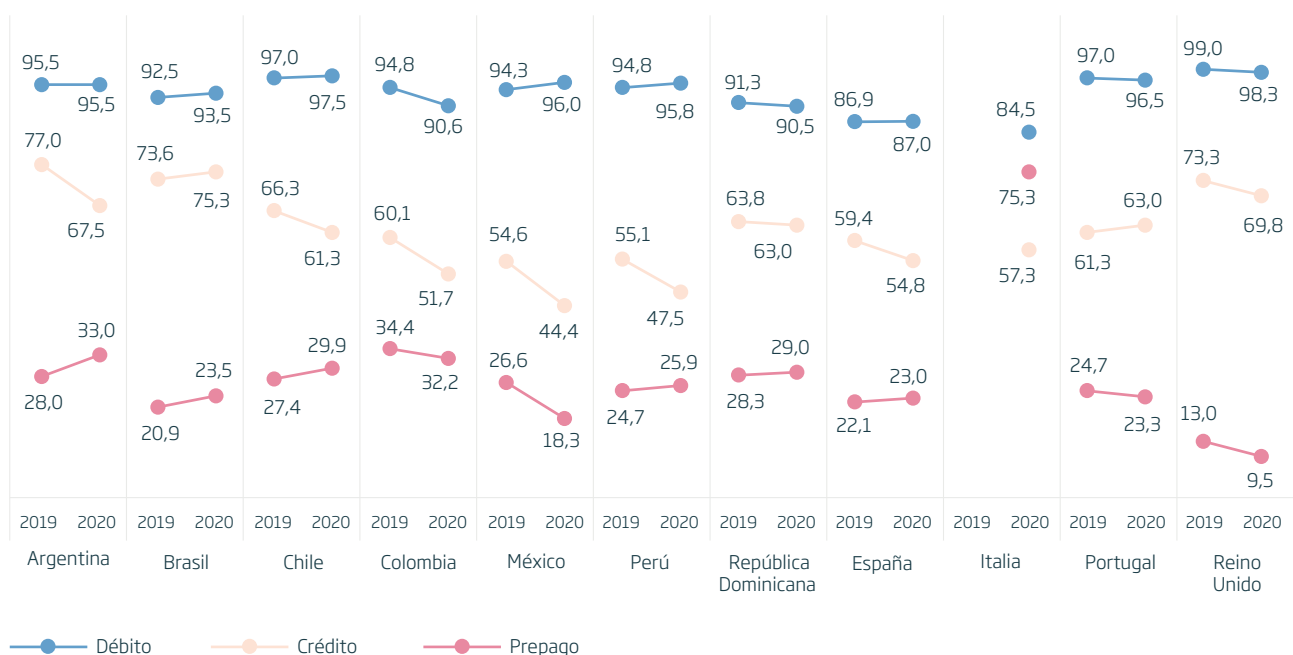
Diez años escuchando y observando a los usuarios

La convivencia de una heterogeneidad de medios de pago en manos de la población adulta bancarizada internauta (en adelante, población ABI) es una realidad en todos los países, que además coinciden en encontrarse en un punto de inflexión: los medios de pago físicos se estancan y aumentan los digitales.

El momento de llegada para unos, y acercamiento para otros, a ese punto de inflexión, se ha precipitado por la covid-19. De este modo, se constata que aumenta el número de medios de pago utilizados en un momento de convivencia de sistemas y cambio de hábitos forzados por la pandemia, y el smartphone avanza para convertirse en la cartera, el banco y el establecimiento de compra.

Debido a la situación sin precedentes derivada de la pandemia de la covid-19, los medios de pago más digitales han experimentado un impulso frente a los medios de carácter físico o material, especialmente el dinero en efectivo, que se encuentra estancado o disminuye por la adopción de comportamientos y hábitos preventivos frente al contagio. Además, se ha producido un descenso generalizado de la tenencia de tarjetas de crédito (salvo en Brasil y Portugal), consecuencia de la crisis económica. Las tarjetas prepago crecen en todos los países a excepción de Colombia, México, Portugal y Reino Unido.

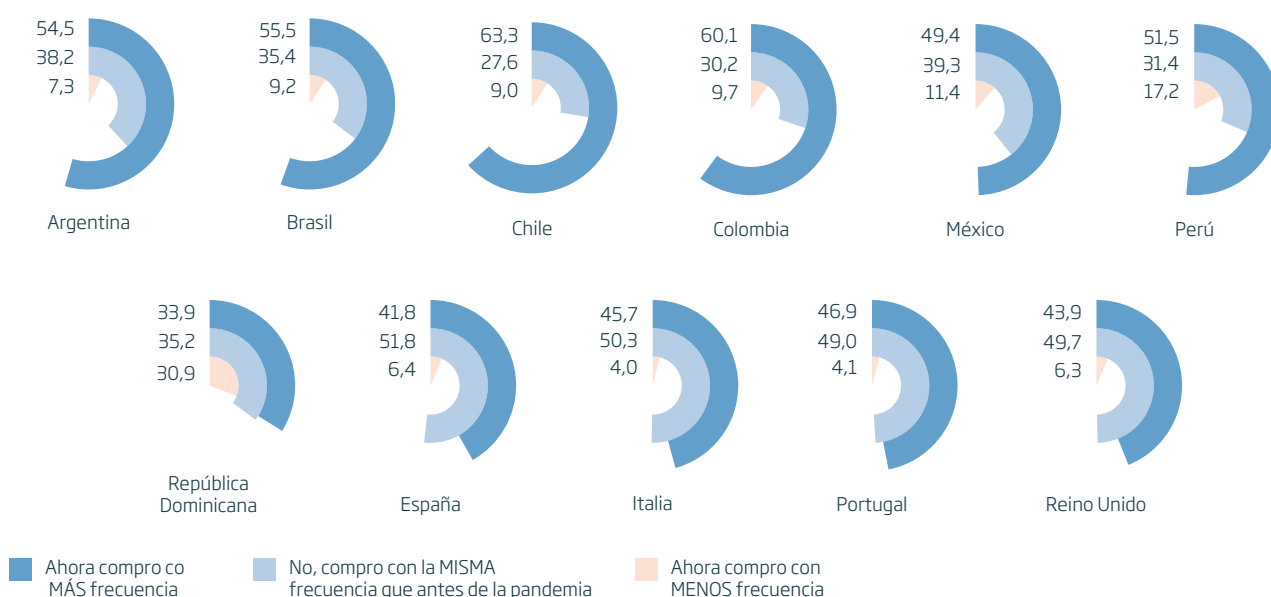
Figura 1.12: Tenencia de tarjetas en la población ABI (%), evolutivo 2019-2020



También debido a la situación generalizada de carácter excepcional, el e-commerce se ha visto reforzado. La mitad de la población ABI que compra online en Latinoamérica ha aumentado la frecuencia de su compra a raíz de la pandemia de la covid-19 (mínimo de 49,4% en México y máximo de 63,3% en Chile). Solo se produce una excepción: República Dominicana.

En Europa se produce un efecto muy similar en todos los países analizados, siendo mínima la población ABI que indica que su frecuencia de compra por Internet es menor debido a la pandemia (entre un 4,0% de Italia y un 6,4% de España), y donde la población ABI que ha aumentado su frecuencia también es muy similar, encontrándose entre un mínimo en España del 41,8% y un máximo en Portugal del 46,9%.

Figura 1.13: Variación en la frecuencia de compra por Internet, (%)



Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet.

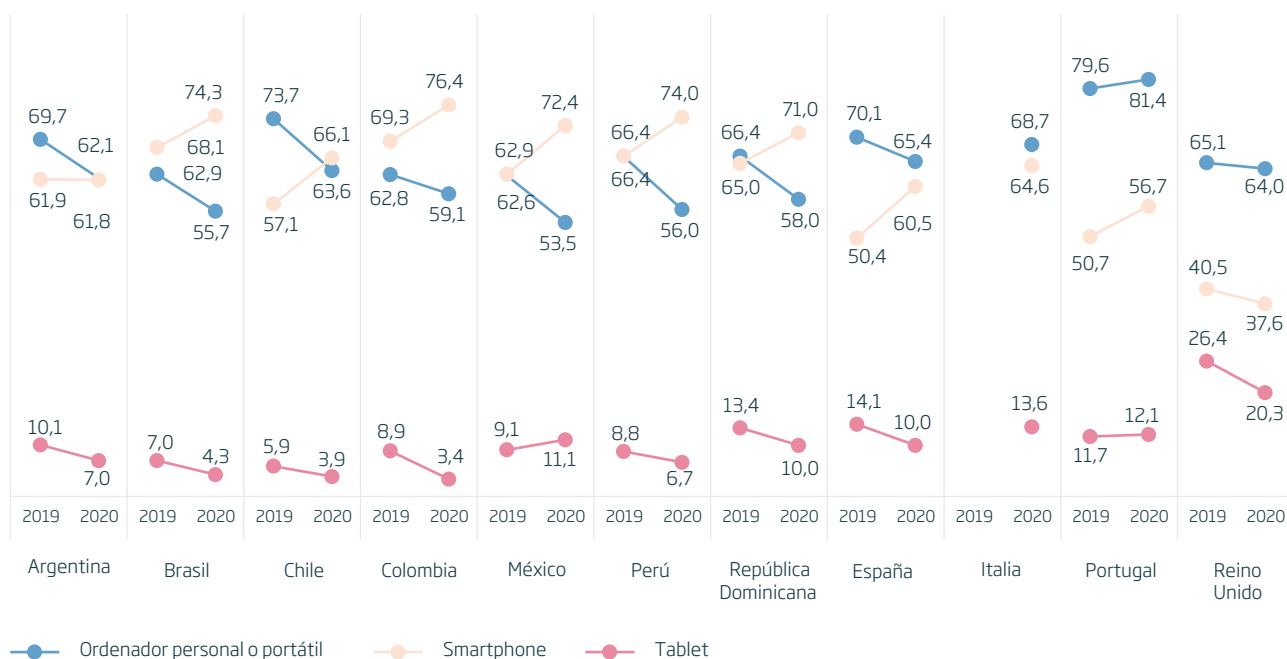
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Ha variado tu frecuencia de compra por Internet debido a la crisis de la covid-19?"

La disputa por ser el dispositivo principal de compra online se acaba y es el smartphone el que se convierte en líder, especialmente en Latinoamérica. Desciende durante el año 2020 el uso de otros dispositivos (ordenador personal, Tablet) en favor del smartphone. Las únicas excepciones se encuentran en Argentina, donde la caída del uso del ordenador personal no repercute en una subida del smartphone; y Reino Unido, donde desciende ligeramente el uso del ordenador personal, del smartphone y de la Tablet. El uso destacablemente menor del smartphone como dispositivo de compra en Reino Unido se debe,

fundamentalmente, a la composición de la población ABI de dicho país, que es en promedio de mayor edad a la del resto de países, especialmente los latinoamericanos: la edad media de la población ABI en Reino Unido es de 51 años; de 40 años para el resto de los países europeos y de 35 años para los países latinoamericanos.

A pesar de que los medios de pago más digitales están conquistando terreno y el smartphone se consolida como el dispositivo protagonista, esto no repercute en una mejora de la confianza de la población en relación con la entrada de las bigtech en el espacio financiero.

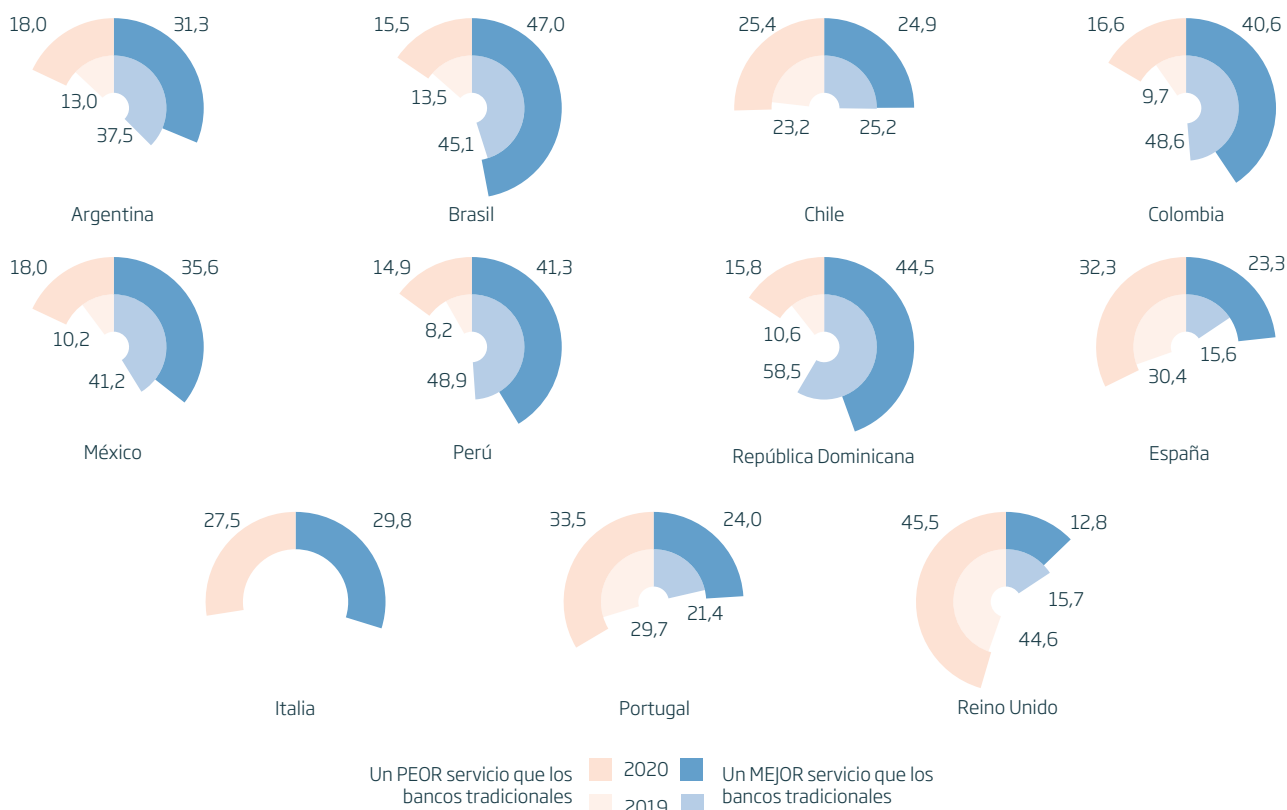
Figura 1.14: Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet, (%)



Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Con qué dispositivo sueles realizar las compras online?”

Figura 1.15: Percepción de la calidad el servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca, (%)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

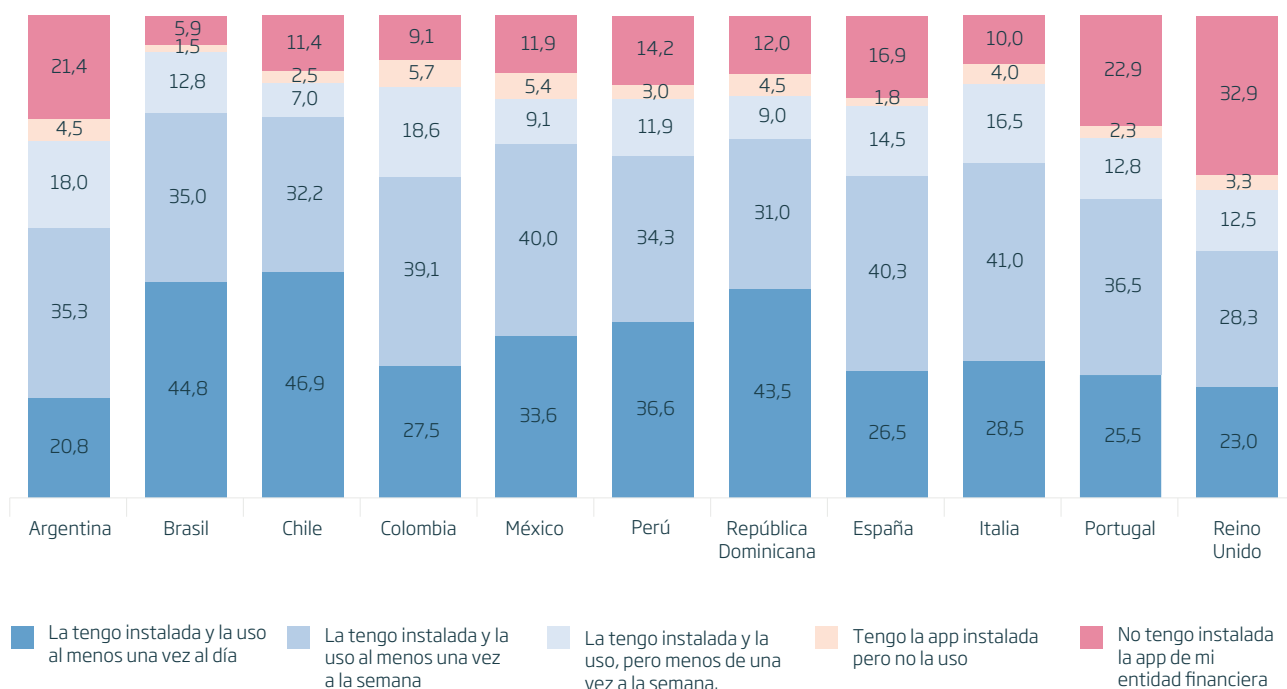
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “Imagina que estas compañías tecnológicas (Google, Amazon, Facebook/WhatsApp, Apple, Samsung...) deciden competir con los bancos tradicionales. En tu opinión, ¿crees que entregarán...?”

La tendencia de años previos a una continua multibancarización generalizada se ve estabilizada en 2020. Aunque el porcentaje de población ABI que opera con más de una entidad supera en todos los países el 50% (a excepción de España e Italia) el crecimiento del fenómeno se ve estabilizado y apenas se establecen diferencias entre el año 2019 y el 2020. Solo se produce una excepción destacada que avanza con paso firme hacia la multibancarización.

Brasil. La duración de la relación con la entidad financiera considerada principal se mantiene estable respecto al año anterior en todos los países.

Entre el 50% y el 80% de la población ABI, independientemente del país, tiene instalada la aplicación de su entidad bancaria principal y la usa con frecuencia, desde varias veces al día hasta un mínimo de una vez a la semana. Los mayores porcentajes de usuarios habituales de la app de su entidad bancaria (aquellos que la utilizan al menos una vez al día) se concentran en Latinoamérica. En Europa, por el contrario, no se concentran porcentajes tan altos ni de usuarios, ni de usuarios frecuentes. En cualquiera de los cuatro países menos del 30% de la población ABI declara un uso diario de la app bancaria.

Figura 1.16: Instalación y frecuencia uso de la aplicación de la entidad bancaria principal (%)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

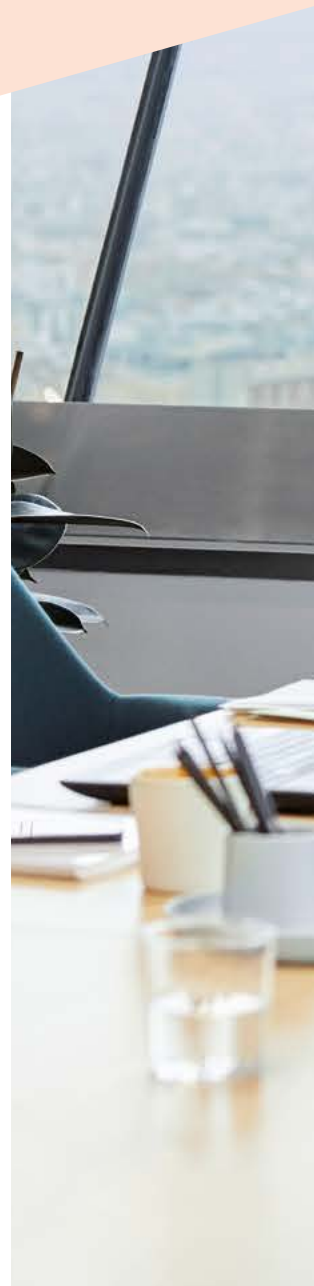
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Utilizas la App de tu entidad financiera principal para realizar gestiones o consultas? Y, si es así, ¿con qué frecuencia?"

El smartphone se convierte en el dispositivo principal de compra online, especialmente en Latinoamérica



Novedades del sector

2





El reto de la universalización de los pagos digitales contactless y la apuesta por las monedas digitales protagonizan el año 2020

La resiliencia de los sistemas nacionales de pago han dotado de tranquilidad en un contexto plagado de incertidumbre.

La apuesta decidida por soluciones contactless, de pago móvil, códigos QR y click to pay en entornos tradicionalmente presenciales -incluido el transporte público- se acelera con la pandemia.

Los grandes proveedores de infraestructuras tecnológicas son más grandes (Nexi, SIA, NETS), pero algunos tropiezan por el camino (Wirecard).

Las medidas de impulso a la competencia y la transparencia -junto a otras proteccionistas- y el diseño de los cimientos de futuros sistemas centralizados, son los hilos conductores de las novedades regulatorias del 2020.

El confinamiento y restricciones a la movilidad establecidos como estrategia de defensa ante la covid-19, junto a las restricciones a la atención presencial, han supuesto un impulso espectacular de las compras online y de los pagos digitales. La resiliencia demostrada por los sistemas nacionales de pago y por todos los operadores que contribuyen a su buen funcionamiento, han dotado de tranquilidad en un contexto plagado de incertidumbres y sobresaltos, al que los medios de pago han contribuido facilitando la conclusión de las transacciones económicas, esenciales y no esenciales.

La regulación de las tasas de intercambio, inaugurada en 2014 en Europa, sigue su curso en aquellos países donde aún no habían sido limitadas (Chile, Costa Rica) en favor de una mayor apertura del mercado y de la aspiración de universalidad del servicio. Los pagos inmediatos avanzan con fuerza, como ya quedó evidenciado en la pasada edición, y en 2020 se unen Argentina (con Transferencias 3.0.) y Brasil (con PIX) como exponentes de este año, tras un 2019 protagonizado por CoDi en México.

Los proveedores de servicios de pago centran sus esfuerzos en mejorar la seguridad de sus soluciones, la velocidad a la que se producen las transacciones y la ubicuidad de su activación. Para ello, emplean nuevas funcionalidades (o más bien, rescatadas del pasado) como el pago por link para facilitar las ventas de comercios tradicionales que se vieron obligados a recurrir al delivery y al e-commerce, o la extensión del pago digital en el transporte público, uno de los vectores con mayor potencial de crecimiento y beneficios colaterales al del pago. Por su parte, el código QR, del que hace dos años anunciamos su retorno, ha ocupado este año amplios espacios.

Universalizar la aceptación de los pagos digitales es un objetivo explícito de política pública en Italia, Argentina y Portugal, países que han tomado decisiones, diseñado incentivos o establecido obligaciones, especialmente a los puntos de venta.

2020 no ha estado exento de eventos generadores de inquietud en el seno de la industria de los medios de pago. Tal es el caso de Wirecard y los problemas de fraude contable que, por ser proveedor estratégico de numerosos proveedores de servicios de pago a nivel global a través de una compleja estructura societaria de filiales, ha puesto de manifiesto la necesidad de diseñar una regulación y supervisión que anule los puntos ciegos en una industria, la de los medios de pago, que como se señalaba al inicio debe ser siempre resiliente.

Las monedas digitales de bancos centrales (Central Bank Digital Currencies - CBDC) han tomado un impulso no anticipado un año antes cuando Facebook publicó su white paper sobre Libra en junio de 2019. Apenas unos meses después de aquél anuncio, el Foro Económico Mundial anuncia la creación del Consorcio Internacional para la Gobernanza de las Divisas Digitales y a partir de entonces numerosas autoridades monetarias, entre ellas el Banco Central Europeo (BCE) y el Banco Popular de China, han comenzado a diseñar el marco para que estas monedas digitales se constituyan en una alternativa al dinero en efectivo (monedas y billetes) para el entorno digital, en definitiva, para el siglo XXI. El propio BIS anunció en octubre de 2020 los esfuerzos que ya ha comenzado a realizar de cara a preparar el futuro del cash, no exento de dificultades y trade-offs. Entre tanto, algunas compañías como PayPal, que en 2020 alcanzará el trillón de transacciones efectuadas en un solo año, ya han preparado sus plataformas para operar con criptomonedas (bitcoin y otras descentralizadas) en comercios, establecimientos y para pagos entre particulares.

Se ha puesto de manifiesto la necesidad de diseñar una regulación y supervisión que anule los puntos ciegos en una industria que es esencial y debe ser resiliente

Otro conjunto de novedades se aglutina en torno a las alianzas, adquisiciones y procesos de incursión en nuevos mercados que han protagonizado el año. Desde la alianza de Google con seis bancos en EE.UU. -entre los que se encuentra el español BBVA-, a la adquisición con aspiraciones paneuropeas de SIA por parte de la italiana NEXI o la confirmación, por parte de las autoridades europeas de competencia, de la adquisición del servicio de pagos de cuenta a cuenta de Nets por Mastercard. En Latinoamérica, Getnet, propiedad de Santander, extiende sus servicios a un importante número de países, y Facebook anuncia la inauguración de su servicio Whatsapp Payments en Brasil en un momento en el que el máximo protagonista previsto era PIX, motivo por el cual el banco central reacciona con agilidad solicitando el cumplimiento previo de ciertas obligaciones regulatorias que rigen a los proveedores de servicios de pago.

Noviembre 2019	
Nuevas tecnologías y productos	<p>Posnet (First Data) agrega códigos QR a su oferta pagos, compatible con todas las billeteras digitales del mercado argentino sin requerir la descarga de una aplicación adicional.</p> <p>Nubi, primera fintech no bancaria argentina asociada a VISA. Lanzará una tarjeta prepago.</p> <p>WeChat Pay llega a Portugal. Planet Portugal firma un convenio con Tenpay, una empresa propiedad de Tencent que permitirá a los consumidores chinos realizar pagos y compras en Portugal a través de la app WeChat.</p> <p>EMT introduce el pago con móvil o tarjeta en todos los autobuses de la red. Este servicio está disponible en los 2070 autobuses municipales que operan en Madrid y es compatible con tarjetas Mastercard, Visa y American Express. Además, la compañía de transportes pretende extender estos sistemas a otros de los servicios que ofrece como Blcimag, el Teleférico y el servicio de grúa municipal de la capital.</p>
Noticias corporativas	<p>Cielo y Mercado Pago realizan alianza para códigos QR en Brasil. Los clientes de Mercado Pago tendrán la opción de utilizar sus carteras digitales en los más de 1,5 millones de terminales POS de Cielo en Brasil.</p> <p>UnionPay suma un nuevo mercado: Chile. La empresa facilitará a los turistas chinos el uso de este servicio para realizar pagos en el país. El procesamiento de las transacciones está a cargo de Multicaja.</p>
Noticias normativas	<p>El Banco Central Europeo (BCE) apoya la creación de un sistema europeo de emisión de tarjetas y advierte de los riesgos que plantea la dependencia europea de proveedores de pagos extracomunitarios.</p> <p>El Banco de España (BdE) publica un comparador de comisiones de cuentas bancarias. Disponible en el portal ClienteBancario del Banco de España.</p> <p>El Banco Central de Costa Rica (BCCR) apuesta por los pagos contactless. A través de medidas como la eliminación de las monedas de 5 centavos o el Programa L, entidad libre de efectivo, que otorga reconocimientos a las empresas que alcancen los objetivos fijados en este sector.</p> <p>El Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia y la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) actualizan la regulación sobre medios de pago. A través de un proyecto de decreto por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 que define un nuevo marco para las diferentes modalidades de pago que favorezca la entrada de nuevos competidores.</p>

Nuevas tecnologías y productos

Royal Bank of Scotland prueba un llavero electrónico para realizar pagos. Por medio de la huella dactilar permitirá hacer pagos de hasta 100€ sin necesidad de usar tarjeta o el teléfono móvil.

Mcdonald's probará su aplicación de pagos en Reino Unido durante los primeros meses de 2020. Este servicio es fruto del acuerdo con Adyen, plataforma de pagos holandesa, y permitirá realizar pagos directamente a través de la app de Mcdonald's.

Dbus implementa el pago con tarjeta bancaria en todas las líneas de autobuses de San Sebastián. Esta iniciativa forma parte del proyecto europeo E-MOBASK y contará con Kutxabank que se encargará de tramitar dichos pagos.

Los pagos digitales llegarán a los autobuses de Valladolid en el primer trimestre de 2021. El ayuntamiento y AUVASA, concesionaria de transporte público de la ciudad, llegan a un acuerdo con Banco Santander y GMV, empresa especializada en soluciones tecnológicas, para desarrollar e implementar un sistema de pagos sin contacto. Este sistema empezará a probarse en las líneas 1 y 2 que según datos de AUVASA transportan alrededor de 7 millones de viajeros anuales.

El BdE autoriza la inscripción de Eurobits en el Registro Especial como Proveedor de Servicios de Iniciación de Pagos. La fintech española se convierte en la primera empresa en obtener la licencia para ofrecer servicios de información sobre cuentas bajo PSD2 en España.

Noticias corporativas

PayPal cierra la compra del 70% de GoPay, que convierte a PayPal en la primera plataforma de pagos extranjera en ofrecer servicios de pago online en China, un mercado dominado por AliPay y WeChat Pay.

Mastercard y VisaNet se alían en Perú para ofrecer interoperabilidad entre sus redes. Con su alianza, permiten los pagos tanto electrónicos como presenciales.

Noticias normativas

Argentina aprueba la ley 27541 para gravar la adquisición y venta de divisas extranjeras con un tipo del 30%. El llamado 'Impuesto País' queda reglamentado a través del decreto 99/2019 y de la resolución 4659/2020 de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y se aplicará a los titulares de las cuentas a través de las que se realicen estas transacciones calculando el importe a pagar en pesos en el momento de realizar la operación.

La Comisión Europea (CE) trabaja para la regulación de las criptomonedas a nivel comunitario. En línea con las leyes nacionales aprobadas en países como Francia, Alemania y Malta, los ministros de economía de los países miembros acuerdan el desarrollo de un reglamento comunitario.

PCI publica el estándar PCI CPoC™ para SoftPOS. Proporciona un conjunto de principios y requisitos para una solución de aceptación sin contacto de pago móvil, donde las funciones de lectura sin contacto se realizan utilizando la interfaz NFC nativa e integrada en un dispositivo (teléfono inteligente o tableta) y una aplicación de aceptación de pago sin contacto segura asociada en el mismo dispositivo. La entrada de PIN basada en software no está permitida en la solución CPoC.

Enero 2020	
Nuevas tecnologías y productos	<p>Mercado Pago anuncia el lanzamiento de su propio negocio de tarjetas de crédito y débito en el mercado brasileño.</p>
	<p>El metro y tranvías de Oporto aceptarán pagos con tarjetas contactless. La iniciativa ha sido desarrollada por la concesionaria Transportes Intermodais do Porto, VISA y Unicre.</p>
	<p>SUNAT incorpora servicio de pago de impuestos en la app de Banco de la Nación. La entidad encargada de administrar y recaudar impuestos en Perú añade la opción de pagar impuestos sobre la renta, cuotas a los comercios y detracciones a través de la plataforma Pagalo.pe desarrollado por Banco de la Nación.</p>
	<p>Caixabank incorpora we.trade a su catálogo de servicios para empresa. Esta plataforma se basa en tecnología blockchain para transacciones internacionales. Está integrada por un consorcio internacional formado por Deutsche Bank, Erste Group, HSBC, KBC, Nordea, Rabobank, Santander, Societe Generale, UBS y UniCredit en colaboración con IBM.</p>
	<p>El servicio italiano de correos incluye los pagos electrónicos a través del sistema 'Codice PostePay'. Poste Italiane lanza este método para realizar los pagos a través del teléfono móvil con códigos QR, sin necesidad de un terminal POS.</p>
	<p>Eurobits lanza Banconecta y Paybits, sus primeros servicios bajo licencia PISP. Banconecta es una solución de pagos que permite su inclusión en plataformas de comercio electrónico o tradicional mientras que Paybits es una interfaz de programación de aplicaciones que permite el desarrollo de soluciones de pago a terceros.</p>
Noticias corporativas	<p>Riskbank comienza pruebas para operar su propia CBDC: E-Krona. El Banco Central de Suecia inicia este proyecto junto con Accenture para comprobar, en un entorno controlado y basado en la tecnología blockchain, que e-krona podría ser utilizada para complementar al efectivo. Esta iniciativa estaría estructurada en dos niveles; en el primero Riskbank emitirá la divisa a las entidades financieras que participen en su red; en segundo lugar, dichas entidades las distribuirán a los usuarios finales.</p>
	<p>Visa adquiere la start up Plaid por 5.300 millones de dólares. Plaid está especializada en proporcionar servicios de programación de aplicaciones para pagos digitales y cuenta con Venmo como principal cliente.</p> <p>Getnet confirma su desembarco en México y Argentina. La empresa de tecnología de pagos de Santander implementará su sistema de pagos enfocado a las transacciones electrónicas en pequeñas empresas.</p>

Entra en vigor el Real Decreto 736/2019 de régimen jurídico de los servicios de pago y de las entidades de pago, completando así la Directiva 2015/2366 de la UE regulando la creación de nuevas entidades de pago, su actividad transfronteriza, externalización de funciones, garantías de solvencia y protección al usuario y un régimen de control y sancionador de dichas entidades.

El Banco Central de Brasil (BACEN) aumenta controles sobre el monitoreo de transacciones. Informa a través de la circular N° 3978 que entrará en vigor el 1 de julio de 2020, que cualquier depósito que supere los 2.000 reales debe ser notificado reduciendo el monto anterior que era de 10.000 reales.

El Banco Central de la República de Argentina (BCRA) relanza la Cuenta Gratuita Universal (CGU), enfocada a usuarios que no disponen de una cuenta bancaria sin comisiones, a la que se asocia una tarjeta de débito.

El Banco Central de Reserva de Perú (BCRP) emite la circular n° 0003-2020 que regula el Servicio de Pago con Códigos de Respuesta Rápida (QR). Establece un marco general para los pagos a través de códigos QR que deberán seguir el estándar internacional EMV® y otorga un plazo de 180 días a partir de su publicación para que los proveedores de estos códigos puedan adaptarse a esta normativa.

El BCRA complementó el marco general para los Proveedores de Servicios de Pago, mediante la Comunicación A6885 con el objetivo de fortalecer la protección de los usuarios y aumentar la transparencia del sector. Establece la obligatoriedad de inscripción en el Registro de Proveedores de Servicios de Pago que a los que ofrecen cuentas de pago.

El Foro Económico Mundial anuncia la creación del Consorcio Internacional para la Gobernanza de las Divisas Digitales. Este foro nace con la intención de desarrollar un marco para la gestión de las divisas digitales en el que participarán entidades financieras, empresas líderes en el sector, representantes de gobiernos, expertos, académicos, organizaciones internacionales y ONG.

Financial Conduct Authority (FCA) de Reino Unido se convierte en la supervisora de negocios que operan con criptomonedas, con la entrada en vigor de las modificaciones realizadas en 2019 a la regulación AML.

Febrero 2020	
Nuevas tecnologías y productos	<p>Banco Galicia lanza “Tap to pay” en Argentina. Esta solución permitirá el pago contactless mediante relojes Garmin en compras inferiores a 2.000 pesos.</p> <p>Global66.com lanza servicio de pagos en el extranjero para empresas. La fintech con sede en Chile añadirá a sus servicios para empresas la administración de transferencias internacionales enfocadas a compañías con filiales en diferentes países de Latinoamérica.</p> <p>Santander México lanza ‘Tarjeta sin Número’. El modelo no incluye el número ni el código de seguridad para combatir el fraude en las compras online. Los clientes podrán adquirir esta nueva tarjeta para sustituir a las anteriores Free, Light, Zero Mastercard, Aeroméxico, Black Unlimited Mastercard, Fiesta Rewards, Infinite y World Elite. Además, estará disponible para nuevos clientes.</p> <p>Konfío y Visa lanzan tarjeta de crédito para pymes en el mercado de México. La fintech mexicana se une al operador de tarjetas internacional para ofrecer un servicio de crédito que se renueva al final de cada periodo de pago dirigido a las pymes mexicanas.</p>
Noticias corporativas	<p>Minsait (INDRA) crea su propia filial de pagos, Minsait Payments. Centrada en apoyar a entidades financieras, fintech y retailers a posicionarse en el sector de los medios de pago desde la innovación.</p> <p>Santander compra Elavon México por 86 millones de dólares. La empresa pasa a ser propiedad de Santander México en un 49% y en un 51% de Santander Merchant Platform Solutions.</p> <p>CredibanCo lanzará en Colombia la sociedad especializada en depósito y pagos electrónicos Ding. Con el objetivo de atraer 300.000 nuevos comercios a su red alcanzando los 750.000 puntos de venta en 2023. Ding cuenta con licencia de la SFC.</p> <p>JPMorgan Chase anuncia la apertura de un banco digital en Reino Unido a finales de 2020.</p> <p>Abanca adquiere Eurobic, banco portugués de tamaño mediano centrado en los negocios internacionales, principalmente con Angola.</p>
Noticias normativas	<p>Colombia modifica la normativa de depósitos de bajo monto y ordinario. Mediante el decreto 222 del 14 de febrero de 2020 pretende otorgar a personas sin historial crediticio la opción de poder financiarse por una cantidad inferior a ocho salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMLMV).</p>

Nuevas tecnologías y productos

Samsung Pay se convierte en Samsung Pay Conta Digital en Brasil. Permite abrir una cuenta digital de prepago operada a través de ZenCard, una empresa de soluciones financieras, para realizar transferencias, generar boletos bancarios, depósitos y retiros en tiendas de lotería.

Nace PLIN en Perú. En colaboración con la plataforma de pagos Yellow Pepper permitirá realizar transferencias desde el teléfono móvil entre cuentas de BBVA, Interbank, Scotiabank y Banco Interamericano de Finanzas, sin cargos.

El Gobierno madrileño impide los pagos en efectivo para acceder a los autobuses de la región. Como medida extraordinaria por la situación de pandemia.

Noticias corporativas

Santander compra Superdigital a su filial brasileña. La operación se ha acordado por valor de 55 millones de euros con el objetivo de extender la solución de pagos digitales a otros países de la región en los que opera el grupo.

Ingenico y Evertec lanzan Merchant Service Hub en Costa Rica y Panamá. Una plataforma web que analiza y gestiona datos de pagos y transacciones que permite a empresas acceder a informes diarios de venta detallados e integrados para el monitoreo del rendimiento de sus negocios.

Noticias normativas

El BACEN anuncia un estándar único para el código QR en su sistema de pagos.

Regulado en la Circular 3.989 bajo el nombre de 'Código BR', deberá utilizarse en transacciones que formen parte del Sistema de Pagos Brasileño y unificará los códigos QR.

VISA recibe autorización del Banco de México (Banxico) para operar como cámara de compensación. Permite a Visa ofrecer servicios de compensación y liquidación de documentos interbancarios, transferencia de fondos y domiciliación de recibos.

El Gobierno de Costa Rica aprueba la regulación de cobros por uso de datáfonos en comercios y servicios. El Banco Central podrá así regular los porcentajes de las tasas de descuento que los adquirientes de tarjetas cobran a los comercios por realizar cobros a través de datáfonos que serán revisadas anualmente por el BCCR en base a prácticas internacionales y la tecnología existente.

El Banco Central de Portugal obligará a los comerciantes a aceptar tarjetas de pago independientemente del valor de la transacción. Tras la entrada en vigor del decreto ley del 26 de marzo, las medidas para paliar los efectos de la emergencia sanitaria se extienden hasta el 30 de junio e imponen restricciones a las comisiones que pueden cobrar las entidades financieras.

La CE publica el estudio sobre el impacto la aplicación del "IFR" a través de la Regulación 2015/751, que pone de manifiesto la reducción de las tasas de intercambio impuestas a los consumidores un 35% en el periodo 2015-2017 lo que demuestra la consecución del objetivo dispuesto cuando se implementó dicha regulación.

Abril 2020	
Nuevas tecnologías y productos	<p>El gobierno de la ciudad de Buenos Aires llega a un acuerdo con la billetera virtual Todo Pago, para realizar trámites no tributarios como infracciones de tráfico o habilitaciones de comercio entre otros.</p> <p>Banco Santander lanza PagoFX, una aplicación de transferencias internacionales en Reino Unido.</p> <p>El Banco de Francia comienza a realizar pruebas sobre el CBDC europeo con el objetivo de valorar la eficiencia de este método como forma de pago, sus beneficios potenciales y analizar el efecto que tendría sobre el marco regulatorio, la política monetaria y la estabilidad financiera.</p> <p>Huawei anuncia la emisión de su propia tarjeta de crédito comenzando en China, y podrá utilizarse en todos establecimientos que aceptan UnionPay.</p>
Noticias corporativas	<p>La CE investiga la adquisición de Nets por parte de Mastercard. Responde a la petición conjunta de Dinamarca, Austria, Finlandia, Noruega, Suecia y el Reino Unido para analizar si la compra de la plataforma de pagos instantánea danesa por parte Mastercard perjudica la competencia.</p> <p>Santander culmina la compra de del 50,1% de la plataforma de pagos Ebury, que opera en 17 países (entre ellos España, Reino Unido y Portugal) mediante más de 140 divisas para apoyar su expansión internacional.</p>
Noticias normativas	<p>El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia chileno (TDLC) rechaza el acuerdo ente la Fiscalía Nacional Económica (FNE) y Transbank para la transición a un modelo tarifario de la red de adquirencia en cuatro partes. Este nuevo modelo introduce a los clientes internacionales de tarjeta en el sistema de tasas en los pagos electrónicos, existiendo riesgo de que las tasas de intercambio tiendan al alza ya que no existe normativa que las regule. Esto incentivaría a que Transbank aumente la tasa de descuento aplicada a los comercios.</p> <p>La CE publica la consulta sobre la Estrategia de pagos minoristas para la Unión Europea, con el objetivo de entender la posición de los ciudadanos europeos respecto al desarrollo de un sistema europeo de pagos integrados.</p> <p>El Banco de Italia publica el reglamento del 21 de abril de 2020 junto con la disposición del 29 de abril de 2020 de la Agencia Tributaria para aplicar lo dispuesto en el decreto ley nº124 de octubre de 2019. Exige a los proveedores de servicios de pago proporcionar la información necesaria a comercios que usen dichos servicios y tengan unos ingresos no superiores a los 400.000 euros para poder obtener los créditos fiscales del 30% sobre las tarifas cobradas por la aceptación de pagos electrónicos, siendo efectiva a partir del 21 de julio de 2020.</p>

Nuevas tecnologías y productos

El Banco Central de Portugal y SIBS implementan transferencias inmediatas entre bancos del Eurosistema, incorporándose al servicio paneuropeo de liquidación de transferencias inmediatas.

Minsait Payments lanza su pasarela de iniciación de pagos PSD2 a través de su fintech Afterbanks. El lanzamiento del nuevo servicio "PAGACONTUBANCO" se produce tras la autorización del Banco de España y de la Financial Conduct Authority de Reino Unido para operar como PISP y AISP en todos los países de la Unión Europea.

Visa completa la prueba piloto de Request to Pay (RtP), bajo los estándares de Pay.UK.

La Smart Payment Association (SPA), la asociación mundial de la industria de pagos inteligentes, publica propuestas para una tarjeta de pago instantáneo que extendería la funcionalidad de las transferencias de crédito SEPA instantáneas a los consumidores que pagan en los POS de toda Europa.

Illimitybank introduce su servicio de pagos PIS en Italia. Los clientes del banco podrán realizar transferencias estándar desde la plataforma Illimity a sus cuentas agregadas y a partir de junio podrán también realizar transferencias internacionales.

Noticias corporativas

DP World, Mastercard, Banco Popular y Azul forman una alianza para acelerar la transformación digital del ecosistema portuario de República Dominicana. Este programa permitirá a los propietarios de carga y pequeñas empresas pagar los costes de transporte de productos de manera remota.

Noticias normativas

El BACEN emite la Resolución Conjunta N°1 del 4 de mayo sobre la banca abierta. Permitirá compartir los datos de registro y transacciones de individuos o entidades a través de un sistema seguro siendo implementado desde noviembre de 2020 a octubre de 2021.

La Autoridad de Competencia y Mercados de Reino Unido (CMA) aprueba la hoja de ruta para la implementación de un Sistema de Banca Abierta. Pretende dotar a las entidades financieras con un mayor horizonte temporal y flexibilidad para que puedan adaptarse a la situación generada por la pandemia global.

El Consejo de Ministros Italiano aprueba el decreto N° 36 del 8 de abril de 2020 que introduce la regulación PSD2 e IFR en el marco regulatorio de los servicios de pago, adaptando la normativa italiana a la europea. Para ello, introduce provisiones suplementarias y correctivas para los sistemas de pago.

Junio 2020

Nuevas tecnologías y productos

BBVA emite las primeras tarjetas de plástico reciclado de la banca europea. El producto estará disponible para clientes menores de 30 años que soliciten o renueven una tarjeta prepago o crédito y a partir de septiembre se extenderá a las tarjetas de débito.

El BACEN Pier, una plataforma integrada para licenciar instituciones financieras que utiliza tecnología blockchain. Integra los datos del Banco Central, la Comisión de Bolsa y Valores y la Superintendencia de Seguros Privados (Susep) de Brasil para agilizar los procesos de registro de instituciones financieras.

BBVA lanzó en Colombia su pasarela de pagos OpenPay, que ofrece la posibilidad de recibir pagos electrónicos mediante links sin necesidad de disponer de página web o terminal POS.

Culqi lanza app de pagos digitales para pymes en Perú, posibilitando a los pequeños negocios el pago de los pedidos realizados por delivery de forma telemática.

SUNARP, primera administración pública peruana en aceptar pagos con código QR. La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, en coordinación con la empresa de cobros virtuales Niubiz, ha incorporado el código QR en las esquelas de liquidación de títulos de los registros de Propiedad Inmueble, Personas Jurídicas, Personas Naturales y Bienes Muebles, cuya presentación se haya realizado de manera presencial o electrónica.

Rapyd lleva a Reino Unido su solución de pagos. La empresa especializada en soluciones de pagos locales e internacionales para empresas extiende su red integrada de pagos que opera en alrededor de 90 países, entre ellos Brasil, Colombia, Perú, Portugal y España, al mercado de Reino Unido.

Los usuarios de tarjetas Visa en República Dominicana podrán realizar pagos contactless en los autobuses de la ciudad de Santo Domingo.

EBA CLEARING RT1 alcanza la masa crítica y arranca el piloto Request to Pay. RT1 cuenta con 64 participantes en toda Europa y alcanza a más de 2.500 PSP de 23 países SEPA. El piloto RtP ha sido posible tras la publicación de las especificaciones del servicio en diciembre de 2019.

Noticias corporativas

Google Pay, Itaú y Rappi se alían para potenciar el débito en compras online en Brasil, a través de descuentos o facilitando información para potenciar el uso del débito dentro del sistema de Google.

Klar se asocia con Mastercard para ofrecer tarjetas en el mercado mexicano.

Samsung se alía con Curve en Europa para lanzar Samsung Pay Card, que permite vincular las tarjetas entre sí y decidir qué cuenta utilizar según el tipo de compra, llegando en primer lugar a Reino Unido.

Wirecard AG informa al mercado de un desajuste de 1.900 millones de euros en sus cuentas y se declara en suspensión de pagos, después de que la auditora Ernst and Young informara de la necesidad de auditorías adicionales.

La Autoridad Bancaria Europea (EBA) aplaza el requerimiento de la Autenticación Reforzada de Clientes (SCA) en pagos electrónicos al 31 de diciembre de 2020 a

excepción de Reino Unido y Suiza cuyas Autoridades Nacionales Competentes (ANC) acuerdan prolongar este plazo hasta el 14 de septiembre de 2021.

Entra en vigor la ley de Fraudes N° 21.234 en Chile, que responsabiliza a las entidades financieras de posibles fraudes bancarios relacionados con las tarjetas que emiten.

La Comisión Europea investiga a Apple por posibles abusos a la competencia por parte del servicio Apple Pay.

En particular, por los términos, condiciones y otras medidas de Apple para integrar Apple Pay en aplicaciones comerciales y sitios web en iPhones y iPads; por la limitación de acceso de Apple a la funcionalidad de comunicación de campo cercano (NFC) en iPhones para pagos en tiendas; y por supuestas negativas de acceso a Apple Pay.

El Gobierno Argentino extiende la normativa para los servicios financieros en el marco de la emergencia sanitaria.

La Comunicación "A" 7044 proroga lo dispuesto en la Comunicación "A" 6957 modificando el punto 13.2 que impide a las entidades financieras realizar cargos o cobrar comisiones por las operativas realizadas en cajeros automáticos, aplicándose hasta el 30 de septiembre de 2020.

La CMA de Reino Unido difunde guía para la protección de los clientes de entidades de pago en el marco de la pandemia.

Propone pautas para prevenir el daño a los clientes y la devolución de fondos en caso de que la entidad falle.

El Consejo Europeo de Pagos lanza consulta pública sobre el borrador del reglamento único para el nuevo sistema de Request-to-Pay de la eurozona.

El documento final será publicado a finales de noviembre de 2020.

La FCA publica una guía para las entidades financieras con medidas para apoyar a los consumidores que utilizan tarjetas de crédito durante la pandemia.

Enfocada a los aplazamientos de los pagos para aquellas personas que por motivo de la pandemia están experimentando problemas para devolverlos.

Julio 2020

Nuevas tecnologías y productos

Dieciséis bancos europeos lanzan la Iniciativa de Pagos Europea (EPI). La alianza compuesta por BBVA, BNP Paribas, Groupe BPCE, Caixabank, Commerzbank, Credit Agricole, Credit Mutuel, Deutsche Bank, Deutscher Sparkassen und Giroverband, DZ Bank, ING, KBC, La Banque Postale, Santander, Societe Generale y UniCredit, pretende implantar un sistema que optimice los pagos instantáneos y las transferencias en la zona euro y añadir un nuevo proveedor al sector de pagos minoristas europeo contando con el respaldo de la Comisión Europea. El objetivo es ofrecer una tarjeta a los consumidores junto con un monedero digital y pagos “peer-to-peer”.

Renfe permite el pago EMV sin contacto en los tornos, aceptando el pago mediante tarjeta física o a través del móvil.

La tarjeta True Name de Mastercard llegará a Europa a finales de año. Será la primera tarjeta que permite incluir en ella el nombre con el que la persona se identifique.

Mastercard expande su programa de criptomonedas para permitir que más empresas emitan tarjetas de pago en su red. Es el primer acuerdo firmado con Wirex, que se convierte en la primera plataforma de criptomonedas que puede emitir tarjetas en la red de Mastercard.

ING y Arquia se unen a Bizum para ofrecer este servicio a sus clientes.

Brasil y México serán los primeros mercados en comenzar con la implementación de Click to Pay, el botón online de Mastercard. Este sistema de reconocimiento para pagos online consiste en añadir un botón en aquellos comercios online que acepten pagos de tarjetas Mastercard, y se podrá asociar a la mayoría de carteras digitales.

Santander, BBVA, CaixaBank, Bankia y Sabadell han superado las pruebas piloto para lanzar, junto a Iberpay, sus primeros pagos en redes blockchain. El piloto ha sido liderado por Iberpay, sociedad gestora del Sistema Nacional de Compensación Electrónica de España.

Visa ha indicado su plan para centrarse en las criptomonedas en una publicación de blog titulada “Avanzando en nuestro enfoque de la moneda digital”. Visa ha trabajado en colaboración con plataformas de moneda digital autorizadas y reguladas como Coinbase y Fold para proporcionar un puente entre las monedas digitales y su red global de 61 millones de comerciantes.

Noticias corporativas

Bnext comienza a operar bajo la autorización de Entidad de Dinero Electrónico (EDE). Ofrece domiciliación de nóminas y recibos, así como los pagos a través de Google Pay, y cuenta con Mastercard como socio en la emisión de sus tarjetas.

PayPal y Mercado Libre inician su integración en México y Brasil. Paypal se convierte en una opción de pago para el marketplace de MercadoLibre pudiendo utilizarse en los comercios que acepten pagos a través de éste.

Noticias
corporativas
(continuación)

Santander constituye Getnet en Chile. La sociedad cuenta con un capital inicial de 24,9 millones de dólares, el 99,9% propiedad de Santander Chile y el 0,1% de Santander Asesorías Financieras.

Mastercard anuncia su inversión en la fintech polaca Verestro JSC (anteriormente uPaid LLC). La inversión es parte de la estrategia de Mastercard para apoyar la industria dinámica de tecnología financiera al conectarlos con futuros socios tecnológicos y clientes que deseen optimizar el proceso de implementación de las tecnologías de Mastercard y acelerar el futuro de los pagos.

Noticias
normativas

El Gobierno español promulga la nueva regulación del crédito revolving. Con ella pretende evaluar la solvencia de los clientes y reforzar la información que las entidades financieras deben proporcionar a sus clientes. Se alinea con la propuesta del Ministerio de Economía y Empresa de modificar la Orden 2899/2011 para fomentar la transparencia y protección del cliente de servicios bancarios.

El BACEN ralentiza la llegada de Whatsapp Payments para analizar detenidamente el impacto sobre la competencia del mercado permitiendo que Facebook y otras compañías internacionales puedan adaptarse a la normativa de pagos vigente.

El Gobierno de Chile anuncia el proceso de regulación las tasas de intercambio de los pagos con tarjetas. Impulsada por la Fiscalía Nacional Económica, cuenta con el beneplácito del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

El BCRA amplía la normativa referente a las transferencias que impliquen monedas extranjeras. La Comunicación "A" 7072 establece que las entidades financieras deberán rechazar transferencias realizadas en monedas extranjeras que no hayan sido justificadas a partir de la segunda transferencia realizada del mes, excepto para cuentas que su propia actividad justifique la recurrencia de esta operativa y transferencias que se realicen desde cuentas previamente asociadas al emisor de dicha transferencia.

El BCRA presenta el proyecto "Transferencias 3.0". Este plan fija un máximo a las comisiones cobradas por realizar transferencias electrónicas y busca establecer un sistema que sea gratuito para aquellas compañías que facturen menos de 400.000 pesos al mes.

La Secretaria de Comercio Interior argentina publica la Resolución 222/2020, que establece que aquellos comercios que hayan tenido que cerrar por la cuarentena no pagarán el mantenimiento de la terminal POS hasta fin de año. Esta resolución viene avalada por el acuerdo con los proveedores de terminales de pago electrónico Prisma (LaPos) y Fiserv (Posnet), entendiendo como comercio cerrado aquellos que no realicen transacciones con medios de pago electrónicos durante un mes o que el monto de las transacciones no supere los 5.000 pesos por terminal.

Bancos restringirán los pagos a plazos realizados con tarjeta en Argentina. A partir de septiembre, reducirán el porcentaje máximo para financiar compras realizadas con tarjetas de crédito en un 30, 50 o 70 por ciento dependiendo de la rentabilidad que el cliente genera al banco como respuesta al incremento del retraso de los pagos de los clientes con motivo de la crisis generada por la pandemia.

Noticias
normativas

(continuación)

El Tesoro Británico publica su Revisión Estratégica Independiente sobre el sector Fintech, estableciendo las áreas prioritarias para la industria y reguladores para desarrollar este mercado que se estima que genera alrededor de 7.000 millones de libras y emplea a alrededor de 60.000 personas.

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica inicia el proceso para regular las tasas de intercambio. Este proceso, establecido en el artículo 5 de la Ley No. 7472, tiene el objetivo de actualizar la legislación en materia de tasas de intercambio en el pago con tarjetas que además permita diferenciar entre tarjetas de débito y crédito.

Agosto 2020

Nuevas
tecnologías
y productos

Bizum alcanza los diez millones de usuarios y supera el objetivo fijado en su lanzamiento al haber superado los 165 millones de transacciones.

PayPal facilita pagos mensuales sin intereses en México debido a la pandemia y al estudio "Meses Sin Intereses: Comportamiento de los consumidores y comercios mexicanos", que desvela que ocho de cada diez empresas consideran que las promociones de venta a plazos sin intereses atraen clientes.

Mercado pago lanza en Perú una nueva función que permite a los usuarios generar un link para realizar sus pagos. Se podrá hacer sin necesidad de descargar una app adicional facilitando el pago instantáneo a través de este sistema.

Banco Popular en República Dominicana añade a su app la opción de pagar a través de códigos QR. Siendo posible gracias a la inversión conjunta del banco, Servicios Digitales Populares y GCS Systems, permitirá a los clientes utilizar este método de pago a través de su teléfono.

Bancolombia y Mastercard ofrecen servicio de pagos por medio de relojes inteligentes Garmin que usan tecnología NFC para realizar sus pagos en establecimientos colombianos.

Play Digital prevé el lanzamiento de su solución de pagos común MODO para el tercer trimestre de 2020. La fintech argentina propiedad de Santander, Macro, Galicia y BBVA pretende que su billetera digital llegue al mercado nacional a finales de 2020 y que participen 25 entidades financieras.

Visa anuncia la introducción a partir de octubre de Visa Smarter Stand-In Processing (STIP). Es un nuevo servicio para emisores cuyo objetivo es optimizar el desempeño de las autorizaciones en STIP, basado en inteligencia artificial y tecnologías de aprendizaje profundo.

Huawei lanza una nueva solución de pago digital en la nube dirigida a construir ecosistemas de pago centrados para las llamadas súperaplicaciones. La solución se presentó en el marco del evento Better World Summit 2020.

Las brasileñas Linx y Stone negocian su fusión, integrando sus negocios de software de gestión de comercios y procesamiento de pagos respectivamente.

BBVA México adquiere el 50% de Adquira. Esta adquisición se produce con el objetivo de integrar las soluciones de pago de las empresas Opepay y Adquira (Flap) con potencial para alcanzar más de 240.000 millones de pesos mexicanos en volumen de transacciones anuales a finales de 2020.

Pagos y Servicios S.A., a la espera del permiso de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) para comenzar a operar en Chile. Joint venture creada por EVO Payments y BCI para lanzar su propia red de adquirencia.

Apple adquiere Mobeewave. Con un desembolso de 100 millones de dólares pretende utilizar los teléfonos iPhone como terminales de pago sin necesidad de dispositivos adicionales.

Facebook crea Facebook Financial o 'F2', fintech subsidiaria que llevará adelante el proyecto de pagos electrónicos de la compañía.

TransferWise y Mastercard amplían su alianza global para permitir la emisión de tarjetas en cualquier mercado donde se acepte Mastercard y TransferWise tenga licencia.

Seis entidades financieras se alían con Google Pay para ofrecer cuentas digitales a sus usuarios en el mercado estadounidense. Los clientes de BBVA USA, BankMobile, BMO Harris, Coastal Community Bank y First Independence Bank podrán abrir cuentas y operar con ellas a través de esta aplicación.

Telefônica Brasil y MercadoLibre se alían para integrar servicios a sus clientes brasileños. Permitirá a los clientes de planes prepago y cuenta controlada de Telefônica que sean titulares de monederos digitales de MercadoPago realizar recargas a través de dichas billeteras on-line.

Wirecard anuncia el cierre de sus operaciones en Reino Unido, la transferencia de sus activos a Railsbank y la venta de su negocio en Brasil a PagSeguro.

Deutsche Boerse anuncia que Wirecard saldrá del DAX30. El gestor de la Bolsa de Fráncfort aplicará a partir del 19 de agosto la norma que obliga a las empresas insolventes a dejar de cotizar en sus índices.

Noticias
normativas

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México reorganiza y amplía su estructura en línea con la Ley Fintech, mediante un nuevo reglamento pasando de 39 direcciones a 45 entre las que destaca la Supervisión de Instituciones de Tecnología Financiera y el Comité Interinstitucional que se encargará de avalar a las entidades que quieran operar bajo dicha normativa.

EL BCCR publica para consulta el estudio técnico y propuesta de reglamento para fijar comisiones máximas en el sistema de tarjetas de pago, alineándose con lo dispuesto en la Ley 9831 de Comisiones Máximas del Sistema de Tarjetas a través de la que el Banco Central deberá limitar las comisiones de intercambio y de adquirencia que los usuarios pagan por el uso de tarjetas.

La CE autoriza a Mastercard la compra de Nets. Esta transacción se realizará por valor de 2.859 millones de euros y estará sujeta a la compra de una licencia para la infraestructura básica de prestación de servicios de cuenta a cuenta de Nets, así como la transferencia del personal y otros activos de Nets a Mastercard.

EL BCCR reforma el Reglamento del Sistema de Pagos. Insta a las entidades financieras a identificar a los propietarios de cuentas IBAN e informar de las transacciones tramitadas mediante el Sistema Nacional de Pagos Electrónicos (SINPE), verificar el perfil de dichos clientes realizando una validación contra listas internacionales y categorizar al cliente según un modelo de riesgos. También regula cómo se estructuran y liquidan las tarifas y comisiones. Además, exige a los emisores el cumplimiento de los estándares EMV en sus dispositivos de pago y regula los dispositivos prepago limitando la cantidad máxima de depósito mensual a 100.000 colones o su equivalente en otras divisas.

La Asamblea de la República de Portugal aprueba la Ley N° 57/2020, que regula las comisiones cobradas por las entidades financieras por las transacciones realizadas. Esta ley elimina las comisiones para transacciones menores de 30 euros hasta los 150 euros mensuales o 25 transferencias mensuales. Para transferencias superiores se aplican las tarifas fijadas en el reglamento de transferencias de la CE, 0,2% si se hacen a través de tarjeta de débito y del 0,3% si es a través de crédito. La medida afectará entre otros a MBWay, solución de pagos digitales con un amplio uso en Portugal, entrando en vigor el 1 de enero de 2021.

EVO Payments, primer adquirente en integrar pagos CoDi a sus terminales punto de venta. Mediante esta plataforma los clientes de EVO podrán realizar pagos mediante códigos QR y tecnología NFC en los más de 130.000 puntos de venta en México.

Los usuarios de SINPE Móvil en Costa Rica podrán realizar pagos a través de la app SQR PAGOS de forma gratuita. Permitirá a los comercios ahorrar dinero en comisiones y a los usuarios realizar pagos a través de códigos QR.

Niubiz (Visanet) introduce tecnología de cobro con teléfonos móviles en Perú, permitiendo a comercios y emprendedores peruanos transformar sus teléfonos móviles en POS para cobros con tarjetas de crédito y débito sin contacto, con tecnología NFC.

Mastercard añadirá PayPal Business Debit Mastercard a su oferta de tarjetas de débito en cinco países europeos, enfocada a la pequeña empresa permitiendo el acceso inmediato a sus fondos en PayPal sin comisiones por intercambio de divisas o mensuales. Se lanzará en Francia, Austria, Italia, Irlanda y España.

Minsait Payments presenta su nueva arquitectura para llevar su plataforma de pagos a la nube, dirigida a entidades financieras, neobancos y fintech.

CoDi cumple su primer aniversario con 5,1 millones de usuarios, lo que desvela cierta lentitud en su adopción.

Ferrottramviaria lanza 'Paga e via' en Italia, servicio de pagos contactless desarrollado con SIA y Tecknè. Comenzará a funcionar en la ruta entre el aeropuerto y el centro de Bari y pretende integrar al resto de transportes regionales italianos.

Tesco Bank abre su plataforma de pagos digitales en Reino Unido. La compañía escocesa de retail, por medio de su filial financiera, lanza su propia plataforma de pagos con potencial para llegar a alrededor de 2,6 millones de clientes utilizando el sistema de banca abierta de Mastercard.

Metro de Sevilla introduce sistema de pagos sin contacto en todas sus estaciones. Para añadir este sistema de nombre 'TAP&GO' el operador se ha aliado con Banco Santander y Mastercard, habilitado para tarjetas de crédito y débito.

Mastercard lanza plataforma de pruebas para Central Bank Digital Currencies. Ocurre en un contexto en el que, según encuesta del BIS, el 80% de los bancos centrales se encuentran involucrados en algún tipo de trabajo en materia de CBDC, y el 40% ha avanzado desde investigación conceptual a la experimentación.

<p>Noticias corporativas</p>	<p>Ualá aterriza en México. La plataforma financiera ofrece una cuenta vinculada a la app móvil asociada a una tarjeta de débito respaldada por Mastercard.</p> <p>Mastercard se alía con cinco compañías para acelerar inclusión financiera en Latinoamérica. Trabaja en conjunto con Bancolombia, Banco Galicia y Citibanamex, Mercado Libre y PayPal.</p> <p>Samsung Electronics y Visa se alían para permitir a los usuarios alemanes enlazar sus datos bancarios con Samsung Pay y utilizar una tarjeta virtual de VISA para pagos móviles. Los usuarios podrán elegir pagos en cuotas a 24 meses utilizando la solución Splitpay de Solarisbank integrada en el servicio de Samsung Pay.</p> <p>Ebanx se integra con PayPal para ampliar la oferta de su cartera digital en Brasil dando acceso a Ebanx, especializada en procesamiento de pagos, a un mercado con alrededor de 50 millones de usuarios.</p> <p>Mercado Libre recibe 400 millones de reales de Goldman Sachs para expandir préstamos pymes en Brasil.</p> <p>Wirecard vende su filial en Rumanía a la portuguesa SIBS.</p>
<p>Noticias normativas</p>	<p>La CE difunde la Estrategia de Pagos al por menor para promover el desarrollo de soluciones de pago transfronterizas mejorando la infraestructura y la regulación existentes.</p> <p>El Gobierno de Costa Rica incluye un Impuesto a las transacciones financieras en su propuesta de reducción del déficit al Fondo Monetario Internacional. El impuesto gravaría cada transacción realizada a través de una entidad financiera por un valor del 0,3% de la cantidad transferida los dos primeros años tras su aplicación y del 0,2% en adelante.</p> <p>El Ministerio de Hacienda y Crédito Público publica el decreto 1234 creando el 'sandbox' regulatorio para las fintech colombianas. Este decreto se añade al decreto 2555 de 2010 y lanza una plataforma para que los desarrolladores de productos financieros online puedan poner en práctica sus productos en un entorno limitado en cuanto a usuarios y periodo de tiempo. De esta manera, podrán concretar si sus soluciones cumplen con los estándares vigentes en el país</p> <p>El Congreso de los Diputados de España aprueba el Proyecto de Ley para la transformación digital del sistema financiero que regula la creación de un "sandbox" para fintech. Pendiente de aprobación por parte del senado pretende crear un banco de pruebas para que las empresas puedan testar sus productos antes de lanzarlos al mercado.</p> <p>La CE adopta el Paquete Financiero Digital, que incluye (i) la Estrategia sobre Finanzas y Pagos al por menor Digitales, propuestas legislativas sobre los activos digitales como la regulación 'MiCA'; (ii) el desarrollo de un sandbox de pruebas y (iii) propuestas legislativas sobre la resiliencia operativa digital como DORA. Esto supone un apoyo para la recuperación económica por la pandemia al desbloquear nuevas vías de pago para canalizar los fondos de recuperación hacia las compañías europeas.</p>

El BACEN lanza PIX Cobrança como alternativa a la tarjeta de crédito y al boleto bancario en el marco de su próximo sistema de pagos instantáneos (PIX). Permitirá transacciones seguras y efectivas a los pocos segundos sin restricciones de fecha u horarios. Permitirá a las entidades financieras establecer el precio del servicio para fomentar la competencia.

La Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado permitirá el pago y el cobro de los premios a través de Bizum.

Telegram añade pagos en la aplicación impulsados por Ecommpay. Los usuarios podrán seleccionar el producto o servicio que quieran en los canales de Telegram del proveedor y pulsar el botón de pago.

El pago por Internet de los peajes de Portugal facilita el paso por sus autovías a 15.500 extranjeros.

China emite 10 millones de yuanes digitales en un plan piloto para desarrollar su propia moneda digital, que llegarán a 50.000 consumidores que podrán utilizar este sistema de pagos 100% digital en más de 3.000 puntos de venta en Shenzhen.

BBVA lanza Aqua en España, tarjeta que aumenta la seguridad al integrar un sistema que código de seguridad distinto para cada compra, además de eliminar el número de la tarjeta, la fecha de caducidad y el código de verificación de su versión física. Esta iniciativa ya se desarrolla en México donde los clientes podrán adquirir esta tarjeta a lo largo del próximo año y Turquía donde el producto ya se encuentra disponible. Además, el grupo tiene el objetivo de llevar este producto a otros países como Perú y Colombia.

EMVCo lanza un programa piloto para testar dispositivos contactless comerciales. Evaluará el desempeño de los dispositivos móviles convencionales con tecnología contactless basados en los requisitos de interoperabilidad actuales, poniendo a disposición de los proveedores una puntuación de referencia.

BBVA Perú añade la biometría como método de autenticación a su banca móvil. Permitirá a los usuarios el acceso a su banca móvil a través de la huella dactilar y reconocimiento facial.

Emburse y TransferWise lanzan Emburse Global Reimbursements, que otorga a las empresas internacionales un sistema especializado en el reembolso inmediato de los gastos de los empleados realizados en divisas extranjeras.

PayPal añade a su monedero digital la posibilidad de operar con criptomonedas en Estados Unidos. Los usuarios estadounidenses podrán comprar y vender estas divisas a través de su billetera digital y planea introducir el uso de criptomonedas a su aplicación de pagos P2P, Venmo, en la primera mitad del 2021.

Nuevas tecnologías y productos
(continuación)

El Banco Central de Portugal y SIBS implementan transferencias inmediatas entre bancos del Eurosistema, incorporándose al servicio paneuropeo de liquidación de transferencias inmediatas.

Banco Azteca añade PayPal a las opciones de pago de sus clientes en México, pudiendo vincular sus tarjetas de crédito o débito a la plataforma de pagos.

Visa procesa 500 millones de pagos sin contacto adicionales en Europa desde el comienzo de la pandemia, y con motivo del incremento en el límite de pagos contactless en más de 29 países en Europa, estos pagos previamente se realizaban mediante el uso de código PIN.

MercadoPago incluirá el impuesto sobre créditos y débitos incluido en la ley N°25.413/2019. A partir del 3 de noviembre todas las transferencias realizadas de 2020 desde cuentas de Mercado Pago a terceros quedarán gravadas con un impuesto del 1,2% exceptuando aquellas realizadas por aquellos clientes que se encuentren dentro del régimen monotributo en Argentina, que quedarían gravadas por el 0,5%.

El yuan digital funcionará en los principales monederos digitales del mercado de China, WeChat Pay y Alipay. La noticia, ha sido confirmada por el director del Instituto de Investigación de la Moneda Digital del Banco Popular de China.

Un error mantiene el sistema TARGET 2 inoperativo durante varias horas debido a un fallo en una de las redes de terceros utilizadas por el sistema. El error fue rápidamente solventado y el BCE pone en marcha medidas para prevenir futuros casos.

Mastercard Send™ permite a los clientes de PayPal retirar fondos de sus billeteras PayPal a sus tarjetas Mastercard en tiempo real. El servicio está disponible en España, Italia, España y Reino Unido Bulgaria, Bosnia, Alemania Rumania, Serbia y Eslovenia.

Noticias corporativas

Bankia y Caixabank anuncian su fusión. El proyecto dará lugar a la primera entidad por negocio en España, con unos activos combinados de 568.000 millones de euros con datos del mes de junio.

Nubank llega a Colombia. El banco digital brasileño abre una filial en Colombia bajo el nombre de Un Colombia S.A. con un plan de inversión de 500.000 millones de pesos colombianos.

Goldman Sachs anuncia la compra de la unidad de tarjetas de crédito de General Motors. La operación por 2.500 millones de dólares convertirá a General Motors en el segundo mayor socio de tarjetas de crédito del banco solo por detrás Apple.

Caixabank culmina la venta del 51% de su filial de tarjetas de crédito prepago MoneyToPay. MoneyToPay, principal proveedor de servicios prepago en España, pasará a ser operada de manera conjunta por ambas compañías.

EBANX se integra con Nequi y Efecty en Colombia. Los consumidores colombianos podrán pagar en sitios web internacionales que sean clientes de EBANX mediante métodos de pago online.

Noticias corporativas

(continuación)

Revolut pretende solicitar el estatuto de Banco en Estados Unidos. Establecerá su sede en California pudiendo operar en todo el país.

La red de pagos italiana Nexi compra a su rival SIA por 4.600 millones, dando lugar a uno de los mayores proveedores de pagos de Europa.

Auriga abre su primera oficina en América Latina. La compañía italiana especializada en soluciones de pago multicanal desembarca en México.

Samsung y Nubi se alían para integrar sus servicios en el mercado argentino. Los terminales Samsung vendrán con la aplicación Nubi preinstalada a la vez que Samsung incorporará a la fintech como medio de pago en sus tiendas oficiales, permitiendo a los usuarios de Nubi Cuenta financiar la compra de sus dispositivos móviles.

Worldpay se introduce en el mercado de adquirientes de Argentina. La compañía que opera en 146 países y pertenece a FIS Global llega al mercado argentino con potencial para expandir la accesibilidad internacional de dicho mercado.

Wirecard venderá su filial para el mercado en Norteamérica a Syncapay.

Visa Inc. anuncia el acuerdo de adquisición de YellowPepper, que da continuidad a la alianza estratégica iniciada en 2018. La plataforma de YellowPepper ofrece un conjunto de API que permite a emisores, procesadores y gobiernos acceder a múltiples raíles de pago a través de una única conexión.

Noticias normativas

La CE aboga por reforzar la auditoría y supervisión de empresas financieras.

Estudiará aumentar las competencias de la Autoridad Europea de Valores y Mercados para la supervisión de empresas financieras con el objetivo de evitar casos como el de Wirecard.

La Comisión del Congreso de Perú aprueba el proyecto de ley N° 6303 para eliminar pago de membresía (cuota de emisión) de tarjetas de crédito. La medida impedirá que las entidades bancarias puedan cobrar esta comisión.

Siete bancos centrales junto con el Banco de Pagos Internacionales (BIS) publican el primer informe sobre divisas digitales de bancos centrales (CBDC). Los bancos centrales de Canadá, Inglaterra, Japón, el Banco Central Europeo, Suecia, Suiza y la Reserva Federal remarcan los principios que debe seguir una CBDC; promover la innovación y la eficiencia, la coexistencia con el resto de tipos de dinero y el apoyo a objetivos más amplios que no dañen la estabilidad monetaria y financiera.

El BCE publica el Informe sobre el Euro digital en el que establece los principios básicos y los requisitos necesarios para emitir divisas digitales.

El Consejo de Ministros de España aprueba el anteproyecto de ley contra Fraude Fiscal, con el objetivo de perseguir comportamientos inadecuados entre otras medidas, se limita el pago en efectivo de operaciones entre empresarios de 2.500 a 1.000 euros y pagos en efectivo de particulares con domicilio fiscal fuera de España de 15.000 a 10.000.

Noticias normativas

(continuación)

El Consejo de Estabilidad Financiera publica la tercera parte de su hoja de ruta para la mejora de los pagos transfronterizos, estableciendo cinco áreas principales: la unión de los intereses público y privado; la coordinación internacional en materia de regulación y supervisión; mejorar la infraestructura de pagos existente; mejorar la calidad de los datos y explorar el potencial de nuevos métodos de pago.

El BCRA anuncia un sistema de códigos QR que permita la interoperabilidad entre bancos y empresas fintech. Este nuevo sistema permitirá que los códigos QR de cualquier fintech sea leído por su billetera digital y la de sus competidores, reduciendo la necesidad de contar con diferentes aplicaciones según la plataforma que utiliza el comercio donde se realiza la compra.

El BdE publica el informe “Plataformas Digitales: Avances en su regulación y retos en el ámbito financiero”, en el que describe la situación actual de la normativa en materia de plataformas digitales y los pasos a seguir para seguir desarrollando el ecosistema europeo.

El Gobierno de Brasil pretende lanzar una oferta pública inicial (IPO) del Banco Digital de Caixa Econômica Federal, brazo de la institución financiera pública creada durante la pandemia para ayudar al gobierno a distribuir ayudas monetarias a alrededor de 64 millones de brasileños para paliar los efectos económicos de la covid-19. Esta medida entra dentro del plan de privatización del Gobierno brasileño.

El Gobierno de Italia aprueba la Ley N° 126 de octubre de 2020, transformando en ley lo dispuesto en el decreto N°104 de agosto de 2020 que incluye un fondo por valor de 4.750 millones de euros para desarrollar un programa de reembolso a los consumidores que paguen con medios digitales, dentro de las medidas para paliar la crisis económica generada por la covid-19.

La Secretaría de Comercio Interior de Argentina emite la resolución 449/2020 que obliga a los comercios a informar a los clientes de todos los medios de pago que aceptan, tanto en el establecimiento físico como en páginas web.

El BCRA aprueba el programa Transferencias 3.0. Con el objetivo de desarrollar un ecosistema de pagos electrónicos abiertos y universal, impone además un tope a las comisiones cargadas a los comercios de un 0,8% sobre el valor de la transacción. Entrará en vigor el 7 de diciembre de 2020.

El Congreso de Perú aprueba la Ley 31057 que declara de necesidad pública e interés nacional el uso de medios de pago electrónicos para facilitar el intercambio de bienes y la prestación de servicios. Faculta al Poder Ejecutivo a realizar campañas de difusión y promoción para la realización de pagos utilizando medios electrónicos, labor que deberá desarrollarse en conjunto con la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones y las entidades que conforman el sistema financiero peruano.



La visión del sector

3





Aceleración de la digitalización de los pagos como consecuencia de la pandemia

El sistema de pagos electrónicos ha permitido la distribución de ayudas de emergencia y auxilio social de forma masiva y en tiempo récord.

2020 ha sido un año extraordinario (en su acepción de “fuera del orden o regla natural o común” según la RAE) protagonizado por un virus que ha provocado una pandemia global. Para su contención los gobiernos han adoptado medidas excepcionales, materializadas en estrictas restricciones a la movilidad y a la reunión de las personas.

Las cuarentenas y confinamientos decretados, con distintos niveles de exigencia y duración, pero en todo caso nunca antes experimentados, han reducido la actividad económica a una mínima expresión –“actividades esenciales” y las que han podido desarrollarse en remoto o por medios digitales- durante un número interminable de semanas. Aplanar la curva de contagios ha sido el objetivo marcado por las autoridades desde la eclosión de la pandemia en el mes de marzo de 2020.

Una de las primeras preocupaciones en la dimensión económica fue la amenaza de la ruptura de la cadena de pagos una vez materializado el shock en la oferta y en la demanda de forma prácticamente simultánea. En paralelo a la emergencia sanitaria, se gestó una emergencia social por los gravísimos efectos del confinamiento en amplios segmentos de la población que perdió su empleo o tuvo que renunciar a él por cuidar de menores o dependientes o, perteneciente al sector informal y que por tanto vive al día, activó en la mayor

parte de los países programas extraordinarios de apoyo, transferencias, subsidios, refinanciaciones, etc... para sostener un nivel mínimo de ingresos y/o congelar o aplazar el pago de obligaciones.

Una distinción muy clara que ha quedado marcada en nuestro subconsciente es la categorización de actividades económicas en esenciales y no esenciales, estando los servicios financieros enmarcados en la primera categoría. No en vano “el sistema de pagos es la cañería de la economía”, ilustra Carlos Melegatti, director de Sistemas de Pago del Banco Central de Costa Rica. Mariano Biocca, Coordinador General de la Cámara Fintech de Argentina añade que “los pagos no son solo un negocio vertical de los servicios financieros, sino que cumplen un rol infraestructural”. El sistema de pagos electrónicos ha permitido la distribución de ayudas de emergencia y auxilio social de forma masiva y en tiempo record, con mayor o menor dificultad en función del nivel de inclusión financiera y digital de la población, así como la capilaridad de las infraestructuras y los equipamientos, aspectos que han visibilizado de forma descarnada

“El sistema de pagos es la
cañería de la economía”.

Carlos Melegatti

Director de Sistemas de Pago del Banco Central
de Costa Rica

“ Los pagos no son solo un negocio vertical de los servicios financieros, sino que cumplen un rol infraestructural”.

Mariano Biocca

Coordinador General de la Cámara Fintech de Argentina

algo que se apuntaba hace un par de años en estas mismas páginas: la fortaleza de una cadena (nuestras respectivas sociedades) la determina el eslabón más débil. Por tanto, es más que evidente que la inclusión financiera y digital son condiciones necesarias para el buen funcionamiento de nuestras sociedades, más aún en situaciones de emergencia. Aquellos países que contaban con mecanismos inclusivos y digitales, y con una población equipada y habituada a utilizar servicios (financieros y no financieros) en entornos digitales, han sufrido menos estrés a la hora de distribuir las ayudas de forma eficaz y ágil.

Se ha evidenciado, por tanto, la necesidad de masificar el onboarding digital de los ciudadanos y negocios, el registro seguro para permitir el acceso remoto a servicios, y a relacionarse con las administraciones públicas tantas veces se desee y en cualquier momento desde dispositivos digitales personales y para cualquier tipo de servicio, gestión o transacción, incluidos los pagos.

“ Las restricciones a la movilidad, el distanciamiento social y el confinamiento han traído consigo un efecto indirecto y positivo: la aceleración de la digitalización”.

Luis Silva

Director general de la Asociación Fintech México

“Las restricciones a la movilidad, el distanciamiento social y el confinamiento han traído consigo un efecto indirecto y positivo: la aceleración de la digitalización”, constata Luis Silva, director general de la Asociación Fintech México. Esta afirmación ha estado presente en todas y cada una de las conversaciones mantenidas durante los meses de junio a septiembre a partir de

las cuales se elabora este capítulo del Informe. “Nos adelantamos de tres a cinco años en la evolución del mercado de los pagos en todos los aspectos y en todas las geografías, y quizá unos ocho años en el ámbito del e-commerce”, añade Juan Gabriel Rodríguez, responsable de desarrollo de negocio de medios de pago para América del Sur en BBVA.

“ El confinamiento animó a la gente a aprender a usar los medios de pago de los que ya disponía, pero no usaba, así como a comprar online”.

Ferdinando Visone

Experto en PSD2 y medios de pago

Es unánime la percepción de aceleración en la digitalización provocada por la pandemia. Y también es unánime la pregunta ¿bajo qué lógica un usuario volvería atrás en sus hábitos de pago cotidianos?

Y es que la aceleración se ha podido producir porque en muchas geografías la infraestructura, los equipamientos y los canales existían (e-commerce, tarjetas y POS, banca online y banca móvil, métodos digitales de autenticación), pero no se utilizaban de forma generalizada por resistencias asociadas a factores culturales, fiscales o por simple inercia mostrada tanto por consumidores como por puntos de venta, no explicadas por el grado de equipamiento existente. Así lo describe Ferdinando Visone, experto en PSD2 y medios de pago en Italia: “el confinamiento animó a la gente a aprender a usar los medios de pago de los que ya disponía, pero no usaba, así como a comprar online”. Anna Puigoriol, directora de Medios de pago de Banc Sabadell confirma que “el número de descargas de la app ha subido muchísimo. Y también de un tipo de clientes más senior”.

En Latinoamérica, donde dichos equipamientos no existían o eran insuficientes, la creatividad ha florecido para adaptar soluciones existentes (pagos P2P extendidas al segmento P2B) a una nueva realidad confinada como la que ha generado el delivery circunstancial del pequeño comercio y de los proveedores de servicios. Estas afirmaciones muestran mayores ritmos de adopción e ilustran efectivamente, que cambiaron los hábitos y que la necesidad obliga. Como bien declara Alejandro Pineda, director de productos bancarios de BBVA México, “toda crisis tiene una oportunidad, y esta trajo el uso del pago digital”.

En definitiva, si bien la actividad económica hibernó y con ella el valor y transaccionalidad de los pagos, la distribución de los mismos en función del medio y canal se ha visto modificada significativamente en el segmento minorista o retail en todos los países: más pagos digitales y menos pagos en efectivo. Insistimos: en términos relativos.

Y ya en fase de desconfinamiento—en aquellos países de este Informe que han alcanzado esta fase— “si hay un ámbito en el que hay que estar ahora mismo en una entidad financiera es en el de los pagos”, afirma Carlos Mier, director de tarjetas y negocio emisor de Bankia. “Si bien el negocio (emisor y adquirente) de los pagos con tarjeta se resintió al principio del confinamiento, se recuperó enseguida en el segmento e-commerce, y pronto también en el presencial”, añade. “El pago con tarjeta es un indicador de alta frecuencia, un indicador adelantado de la salud económica de un país”.

“ Si hay un ámbito en el que hay que estar ahora mismo en una entidad financiera es en el de los pagos”.

Carlos Mier

Director de tarjetas y negocio emisor de Bankia

Y más allá de su carácter estratégico y vital por ejercer de cañería y termómetro, los sistemas de pagos son hoy un elemento central de las relaciones geopolíticas del siglo XXI. Lo estamos viendo con la Iniciativa de Pagos Europea (EPI) y la apuesta por los pagos desde cuenta en Europa, con los Pays a nivel global y quizá pronto con monedas digitales de bancos centrales (CBDC) en circulación, el 5G, blockchain y la Internet de las Cosas. “Que para pagos minoristas haya una solución europea

“ La ausencia de soluciones de mercado tiene a los bancos centrales en una reflexión profunda sobre qué servicios no se están prestado, o se prestan de manera insuficiente que amerite la provisión pública con estándares mínimos en la oferta”.

Andrés Mauricio Velasco

BANREP

con gobernanza europea da independencia en materia de innovación tecnológica, aumenta la competencia, salva la fragmentación de las actuales soluciones y esquemas domésticos, y da respuesta a los esquemas internacionales de los que depende cualquier pago cross-border que se produce a nivel europeo”, explica Carlos Sanz, director del departamento de Sistemas de Pago del Banco de España.

Dentro de estas nuevas dinámicas asociadas a los pagos, el rol de los bancos centrales trasciende en muchos países al de la “simple” vigilancia o supervisión, y de ellos se espera también que tomen partido sobre, por ejemplo, el acceso a los sistemas domésticos de pagos inmediatos de las entidades financieras no bancarias, e incluso que participen como prestador de servicios al público. Como ejemplo, están los casos de Banxico (con SPEI y CoDi), el Banco Central de Costa Rica (con SINPE y SINPE móvil), el Banco Central de Brasil (con BACEN y su recientemente inaugurado PIX) y, aunque fuera del perímetro de este Informe, la Reserva Federal de EE.UU. y su intención de competir con servicios de ACH para la universalización de los pagos inmediatos (de cuenta a cuenta) en el país. “La ausencia de soluciones de mercado tiene a los bancos centrales en una reflexión profunda sobre qué servicios no se están prestado, o se prestan de manera insuficiente, que amerite la provisión pública con estándares mínimos en la oferta”, comparte Andrés Mauricio Velasco de BANREP. Raúl Morales, Gerente de Infraestructuras y Mercados Financieros del CEMLA añade en este sentido que se han dado las oportunidades para que el sector privado avance, y si bien hay actores que ofrecen todos los productos digitales y están pensando en la modernidad y el futuro, otros están aún arraigados a métodos tradicionales, sin

esforzarse en cooperar con sus pares. “El tema de los pagos es de equilibrio general; es un mercado de dos lados, un ecosistema en el que a veces la oferta impulsa a la demanda, a la inversa o puede darse que ninguno de los dos lados impulse al otro”, concluye Andrés Mauricio Velasco de BANREP.

Los bancos centrales también se encuentran inmersos, tanto en Europa como en Latinoamérica, y a nivel global en definitiva, en una fase de reflexión y debate sobre la necesidad de emitir dinero efectivo digital (CBDC), y en qué ámbito (pagos minoristas, pagos interbancarios). Carlos Sanz de Banco de España lo confirma: “estamos analizando cuál es el problema que no se puede solucionar con los medios de pago actuales y que justifique dar ese paso”.

“Estamos analizando cuál es el problema que no se puede solucionar con los medios de pago actuales y que justifique dar ese paso”.

Carlos Sanz

Banco de España

La inmediatez de los nuevos servicios de pagos imprime una dimensión adicional en términos de ciberseguridad, que es una preocupación y ocupación creciente de todos los agentes, ligada a retos como la autenticación reforzada, en los que la biometría y la inteligencia artificial ocupan cada día más espacio procurando, no obstante, permanecer invisibles. Y los proveedores de servicios críticos que operaban de forma invisible a los ojos de los usuarios, han perdido esa cualidad con el episodio Wirecard, abriendo nuevos debates sobre la supervisión de holdings con presencia en distintos países y con entidades de distinta naturaleza, que exigirá una mayor coordinación entre distintas autoridades de supervisión, competencia y protección al cliente.

Celebramos la tercera edición del “Barómetro de tendencias en medios de pago” que ilustra tendencias y retos en la innovación a partir de las respuestas a un cuestionario ad-hoc atendido por más de ochenta ejecutivos y ejecutivas del sector de los países analizados en este Informe, que este año incluye, por primera vez, Italia.

Efectos de la covid-19 y el gran confinamiento

Europa

“En el confinamiento han aguantado muy bien las infraestructuras de pago (Target 2, SNCE); los procesadores y esquemas de tarjeta, se han adaptado muy bien al trabajo remoto, y no ha habido ninguna disrupción”, confirma Carlos Sanz de Banco de España. En Italia, Rita Camporeale, jefa de la división de pagos de la Asociación de Bancos de Italia (ABI) enfatiza los esfuerzos de la industria y del Banco de Italia en monitorizar las infraestructuras para confirmar la resiliencia, incluida la provisión de efectivo. “La situación era completamente nueva para Italia, que fue el primer país occidental en experimentar el confinamiento y en recomendar a los clientes evitar visitar las sucursales bancarias”. Añade que los italianos han aprendido que los pagos digitales son convenientes, pero no puede prever si la caída extraordinaria del uso del efectivo registrada en marzo y abril se mantendrá en el tiempo: “no esperaría que esta caída sea estructural”, concluye Rita Camporeale.

“En el confinamiento han aguantado muy bien las infraestructuras de pago (Target 2, SNCE); los procesadores y esquemas de tarjeta, se han adaptado muy bien al trabajo remoto, y no ha habido ninguna disrupción”.

Carlos Sanz

Banco de España

En cuanto a la transaccionalidad en España, el uso del efectivo descendió durante el confinamiento (salvo en los días previos al decreto del Estado de alarma), ganaron peso los pagos en e-commerce sobre los presenciales y el pago contactless se dinamizó ayudado por la subida del límite sin autenticación de 20 a 50 euros convenida por los emisores y las redes de tarjetas, medida adoptada

por un gran número de países dentro y fuera de Europa. El uso de los instrumentos de pago procesados y liquidados a través del sistema nacional de pagos (SNCE) gestionado por Iberpay, fundamentalmente adeudos, transferencias y transferencias inmediatas, experimentaron un descenso próximo al 10% en los meses de confinamiento, si bien se recuperaron en mayo, junio y julio, con crecimientos interanuales cercanos ya al 2%. Ángel Nigorra, director general de Bizum, añade que “el servicio de pago móvil de cuenta a cuenta bajó sensiblemente su operativa durante los meses duros del confinamiento (marzo y abril), aunque menos de lo esperado, dada su fuerte vinculación social, pero recuperó rápidamente su crecimiento exponencial y ya en mayo se volvieron a superar récords de actividad, por lo que ha sido un valle corto y en V”.

“Se ha perdido el miedo a operar con tarjeta”.

Carlos Mier
Bankia

Anna Puigoriol de Banc Sabadell destaca que más allá del retroceso de operativa esos meses, donde lo que queda sobre todo es recuperar la operativa internacional, “son varios los aprendizajes y las cosas buenas que pueden quedar en el mundo de los pagos, como todo lo que se va a ganar frente al efectivo, la digitalización de los clientes y comercios y la visibilización y experimentación de las ventajas de la tarjeta en unos sectores donde era más complicado que se apreciaran y a los que la adopción les suponía un esfuerzo”. Añade que “lo que ha traído la pandemia es poder trasladar un conjunto de ventajas a un segmento de clientes que no las identificaba” y admite que aún no habiéndose inventado nada nuevo, “se ha transmitido tranquilidad”. En ese sentido se pronuncia también Amelia Angulo, directora de operaciones de medios de pago de Bankia: “Se ha perdido el miedo a operar con tarjeta”. Tanto es así que, Carlos Mier de Bankia constata que “España tradicionalmente estaba rezagada del resto de Europa en la cotidianeidad del pago con tarjeta y esto ha servido para que el cliente y el comercio pierdan miedo y unos demanden tarjetas, y otros TPV”.

“Es ahora el mejor momento de conseguir asentar este cambio de ganar peso al efectivo”.

Anna Puigoriol
Banc Sabadell

“Los modelos de distribución de los comercios han cambiado, la gente se ha reinventado para mantener su actividad, y las soluciones de pago han estado disponibles: POS, m-POS, pago por link, PayGo, pago por referencia. Y van a ser varias las formas de pago utilizadas en sustitución del efectivo, aún sin claridad sobre cuál será protagonista”, describe Amelia Angulo de Bankia.

Paloma Real de Mastercard confirma dos grandes saltos cuantitativos observados en la cotidianeidad de los pagos: por un lado, un desplazamiento muy importante del uso de efectivo por el uso del pago contactless, tanto con tarjeta como con móvil, ya que más de la mitad de los españoles (el 55%) elige este sistema de pago, doce puntos porcentuales más que el año pasado; por otro lado, hay un incremento de las ventas en e-commerce, debido a que un 62% de la población afirma haber realizado más compras online desde que comenzó el confinamiento, según un estudio de Mastercard. “Es una tendencia que ha llegado para quedarse; es una costumbre que se ha interiorizado dentro de un hábito particular de consumo, donde se han vencido muchas barreras mentales, sobre todo en personas que usaban el efectivo de forma indiscriminada”, añade. Esta realidad lleva a un propósito unánime por parte de la industria, ilustrado por Anna Puigoriol de Banc Sabadell: “Es ahora el mejor momento de conseguir asentar este cambio de ganar peso al efectivo”.

La experiencia de Portugal se asemeja a la de España, donde las caídas en retiradas de efectivo de ATM también se han producido. “En una mayoría de sectores excepto en turismo y ocio los pagos con tarjeta se han recuperado a niveles cercanos a pre-covid”, señala José Vicente, deputy manager de Millenium bcp. “Una de las primeras decisiones adoptadas por los emisores en Portugal fue el aumento del límite de pago contactless sin PIN de 20 a 50 euros. La segunda fue promover MBWay, el equivalente a Bizum en España”, lanzamiento que coincidió con el que Millenium bcp realizó de ApplePay, segundo banco portugués hasta la fecha en ofrecer el servicio a sus clientes. Otro ámbito de crecimiento destacado durante el confinamiento ha sido la implementación de soluciones web bancarias para habilitar el e-commerce.

Paulo Raposo, country manager de Mastercard Portugal enfatiza el impacto en el segmento cross-border, por la importancia del turismo, así como el efecto catalítico de mover transacciones presenciales al e-commerce y de ampliar el mercado contactless. “En Portugal la tecnología contactless estaba lista, quizá a un nivel inferior a España y Reino Unido, pero no recibía la preferencia de los consumidores y comercios. Con la covid-19 la curva de adopción ha sido espectacular”.

“La covid-19 puede considerarse el principal impulsor de los pagos digitales”, afirma Ferdinando Visone desde Italia. “La situación motivó a las personas a aprender sobre el uso de diferentes formas de pago para comprar en e-commerce durante el confinamiento”.

“Se ha acelerado todo cinco años, y el consumo que se genera en e-commerce hoy es consumo básico, de aprovisionamiento, cuando antes eran temas aspiracionales como el ocio, los viajes, la cultura”.

Juan Gabriel Rodríguez
BBVA

En la misma línea se expresa Juan Gabriel Rodríguez de BBVA, cuando afirma que “se ha acelerado todo cinco años, y el consumo que se genera en e-commerce hoy es consumo básico, de aprovisionamiento, cuando antes eran temas aspiracionales como el ocio, los viajes, la cultura”. Constata además que, por ejemplo, la cadena de alimentación se ha transformado en la última milla: pequeños productores que venden directamente al consumidor; tiendas que surtían al sector HORECA con productos o materias primas especializados y que hoy venden directamente al consumidor final.

Amelia Angulo de Bankia anticipa que “habrá un pequeño efecto rebote al contrario, pero no volveremos a los niveles pre-pandemia ya que se ha roto la barrera del miedo y además, no se han disparado los niveles de fraude”. En este sentido, matiza que “la gente no habituada al e-commerce ha tenido más problemas con

el uso de los OTP y los rechazos, por lo que a nivel global sí se vio un mayor volumen de denegaciones por los primeros intentos de gente sin experiencia”. Guillermo López-Dóriga, director de innovación de Bankinter Consumer Finance explica que la declinación de este tipo de operaciones nuevas (compras en nuevos e-commerce, o uso de nuevas tarjetas antes no utilizadas) viene motivada por los sistemas de prevención de fraude basados en inteligencia artificial que analizan, entre otros, hábitos de pago de los titulares, y “los hábitos de compra han cambiado notablemente durante el confinamiento”.

América Latina

En Latinoamérica sigue siendo mayoritario el empleo informal, y “solo el 15% de los latinoamericanos puede tele trabajar, lo que implica que la cuarentena tiene efectos económicos mucho más fuertes que en otras partes del mundo”, afirma Marco Roca, CEO Krealo, brazo de innovación abierta de Credicorp. “De hecho, la región va a ser de las más golpeadas del mundo, debido a los altos niveles de informalidad. Asimismo, uno de los sectores más afectados en este contexto, ha sido el sector turismo”.

En algunos países como Argentina y Chile el confinamiento ha sido especialmente duro, por estricto y duradero. En otros, como México y Perú, “la situación económica está obligando a aperturas que no facilitan el control de los contagios, pero se está haciendo urgente”, constata Alejandro Pineda de BBVA.

En lo que a pagos minoristas se refiere, Ignacio E. Carballo, investigador y director del Ecosistema de Programas Fintech & Digital Banking de la Universidad Católica Argentina (UCA) concibe tres vías de transformación posible en el contexto post-covid en Argentina. Por un lado, que se mantenga el cambio de hábitos adoptado por clientes y comercios durante el confinamiento dependerá de que en la nueva normalidad sea más rentable seguir usando pagos digitales en lugar de volver al efectivo, “en un país en el que los impuestos pegan mucho al pago con tarjeta”. Por otro, que permanezca la digitalización de los pagos promovida por el Estado por la emergencia de distribuir ayudas. Por último, que el onboarding digital, habilitado gracias a inversiones previas a la covid-19, se generalice.

Lo que sí ha sido evidente es, al igual que en Europa, una adopción sin igual del pago digital para todo tipo de pagos. “El pago de servicios con Ualá ha crecido un 177% en estos meses de confinamiento, constatando que las circunstancias han motivado a la gente a probar nuevas formas de pagar”, afirma Pierpaolo Barbieri, CEO y fundador de Ualá desde Argentina. Alejandro Consentio, CEO y fundador de Afluenta, considera por su parte que “a lo que le ha favorecido la pandemia es al e-commerce, y con ello los pagos digitales”. Prevé que “la experiencia de compra de conveniencia va a ser reemplazada por e-commerce, y con ello el pago digital con el que las compañías van a tener más datos para analizar y diseñar nuevos productos”. En este sentido se pronuncia Jean Marc Mercier Durand, coordinador ejecutivo del Comité de Tarjetas de la Asociación de Bancos de México (ABM) cuando describe las tres fases en las que ha evolucionado el impacto en tiempo real de la covid-19 en el país: tras una primera fase de contracción muy fuerte de todo tipo de consumo compensada parcialmente con pagos con tarjeta no presente en compra online, y una segunda fase de relajación y recuperación de consumos no realizados durante el confinamiento pero ahora adquiridos casi exclusivamente de forma digital, llega una tercera, la actual que “se volvió una nueva manera de consumir, un nuevo comportamiento, en la que todo lo que se puede hacer desde la comodidad del hogar, por pura conveniencia, se hace por canales digitales, incluida la compra de bienes duraderos”.

“El Banco Central de Brasil ya estaba trabajando en un nuevo arreglo de pagos (PIX), un ambiente para crear soluciones de pagos inmediatos al que la covid-19 dio, si cabe, más sentido”.

José Carvalho Jr

CIO Produtos e Inovação de BPP

“El Banco Central de Brasil (BACEN) ya estaba trabajando en un nuevo arreglo de pagos (PIX), un ambiente para crear soluciones de pagos inmediatos al que la covid-19 dio, si cabe, más sentido”, apunta José Carvalho Jr, CIO Produtos e Inovação de BPP. En términos generales, existe unanimidad de opiniones respecto a que “la digitalización e inclusión financiera de las personas en

“El uso de la tarjeta de crédito está muy por debajo de las expectativas, mientras el débito ha funcionado mejor de lo previsto”.

Carlos Alberto Carneiro Moreira Jr.

Superintendente de desarrollo de negocios de Elo

Brasil ha cambiado muy rápido con la covid-19”. Sobre el efecto en los distintos medios de pago, Carlos Alberto Carneiro Moreira Jr, superintendente de desarrollo de negocios de Elo, aclara que “el uso de la tarjeta de crédito está muy por debajo de las expectativas, mientras el débito ha funcionado mejor de lo previsto”. Explica que el gobierno brasileño fue capaz de abrir de forma masiva cuentas digitales para enviar dinero de asistencia a colectivos vulnerables durante el confinamiento. “Uno de los tres socios de Elo, Caixa Econômica Federal, fue designada por el gobierno federal para la distribución de ayudas de emergencia a través de un nuevo tipo de cuentas digitales de pago (cartão digital), de las que abrieron cincuenta millones en apenas tres meses, con la expectativa de que la gente continúe utilizándolas más allá de finales de septiembre, cuando está previsto el fin de las ayudas”. Anticipa que, dada la dimensión del mercado brasileño, “aunque sea solo un porcentaje pequeño de esos 50 millones el que mantenga el uso, será un gran éxito en términos de inclusión financiera”. Añade que, aunque estas cuentas salieron por urgencia sin estar integradas en PIX, es probable que consigan integrarlo antes del lanzamiento en noviembre.

Elvis Tinti, director ejecutivo de ventas y desarrollo de Negocio de PicPay constata que “la base de clientes de Picpay creció un 50% durante la pandemia, periodo en el que han realizado pagos mensuales del gobierno a más de diez millones de usuarios de su wallet, que representan aproximadamente la mitad de los usuarios activos de la plataforma”.

En cuanto al uso del efectivo en Brasil durante la crisis sanitaria, Tiago Aguiar, superintendente de novas plataformas (Inovação Digital) de TecBan, Tecnologia Bancária, la red independiente de cajeros automáticos más grande del mundo en volumen de retiros, constata que en Brasil cincuenta millones de personas fueron atendidas cada mes durante la pandemia en más de 23.000 cajeros automáticos de Banco24Horas. “Tanto

es así que el BACEN tuvo que aumentar el efectivo en circulación en 70.000 millones de reales”, relata Tiago Aguiar, “pero al mismo tiempo, el gobierno ha distribuido subsidios de 600 reales mensuales a familias vulnerables a través de billeteras digitales de Caixa Econômica Federal, de cuya app se han registrado cien millones de descargas”. Reconoce, no obstante, que “muchas gente prefirió retirar el dinero para hacer los pagos de gastos y facturas en efectivo”.

“Lo que hacemos en TecBan es unir el mundo físico y el digital: proveemos los medios para convertir lo digital en físico y viceversa. De hecho, todas las nuevas billeteras digitales han acudido a TecBan durante la pandemia porque sus clientes necesitan cash”. A este respecto, señalar que TecBan desarrolló en 2019 la funcionalidad Saque Digital para retirar dinero con código de respuesta rápida (QR) generado en la app de la billetera digital, sin necesidad de tarjeta, que “fue primero muy bien recibida por los neobancos de Brasil, aunque durante la pandemia también los bancos tradicionales se han mostrado muy interesados”.

Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria constata que “los pequeños comercios han aumentado mucho la aceptación porque la gente, que no podía ir al súper o hipermercado durante el confinamiento, se aprovisionaba en tiendas de barrio más cercanas, menos congestionadas, motivando al tendero a aceptar medios de pago alternativos al efectivo”.

Por su parte, Andrés Mauricio Velasco de BANREP ilustra que “el número de usuarios de productos transaccionales de pago electrónico (billeteras digitales de plataformas bancarias cerradas y Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos - SEDPE) se ha duplicado durante la crisis para poder acceder a transferencias del gobierno, contexto en el que muchas pequeñas empresas se han visto tentadas a formalizarse para acceder a estas transferencias”. A este respecto, anuncia

“El camino ya no es tener un banco grande con muchas oficinas sino un ecosistema de servicios financieros que aproveche sinergias tecnológicas y de negocio del grupo”.

Manuel de la Cruz

Presidente de Santander Colombia

que tienen previsto lanzar por primera vez una gran encuesta recurrente a negocios sobre aceptación de medios de pago electrónico. Por su parte, Manuel de la Cruz, Presidente de Santander Colombia, explica que “en Santander hemos aprovechado los meses de confinamiento para acelerar propuestas como botones digitales para financiación” y se declaran conscientes de que “el camino ya no es tener un banco grande con muchas oficinas sino un ecosistema de servicios financieros que aproveche sinergias tecnológicas y de negocio del grupo”.

“La oportunidad que se presenta para los medios de pago electrónicos es única, pero también hay un problema de fondo: la poca bancarización”.

Luis Silva

Asociación Fintech

Desde México, Luis Silva de la Asociación Fintech concibe que en el periodo abril-junio México avanzó lo que en circunstancias normales hubiera requerido tres años. “Los neobancos han visto casi triplicado el número de usuarios y el Cyberdays registró un incremento de ventas superior al 300%, pero había muchas empresas que no estaban preparadas para adaptarse al canal digital, lo que ha atraído a fintech, procesadores de pagos, pasarelas de pago, wallets, etc”. Percibe Luis Silva que los patrones de ahorro también han cambiado, acentuándose en este periodo apoyado también por los nuevos productos digitales enfocados al ahorro en wallets. “La oportunidad que se presenta para los medios de pago electrónicos es única, pero también hay un problema de fondo: la poca bancarización. El foco del problema es la exclusión y educación financieras”, concluye.

Aún en México, Alejandro Pineda de BBVA llama la atención sobre el contraste entre el uso del débito y el crédito: “Esta pandemia a lo primero que le puso miedo fue al efectivo, porque el efectivo es sucio. Quien no usaba débito empezó a usarlo, mientras que el crédito sí cayó”. La importante caída del volumen de tarjeta de crédito tiene dos lecturas no excluyentes: “el cierre de los lugares donde usualmente se usa (viajes, entretenimiento) y la mayor precaución de la gente en el uso de su tarjeta de crédito, ya sea por situaciones de desempleo o por el mismo confinamiento”. Le preocupa

que el portafolio de tarjeta de crédito tenga el menor impacto posible en términos de valor y clientes. “En marzo actuamos muy rápido y concedimos plazos de gracia, que comenzarán a agotarse en agosto, momento en el que veremos el impacto”. Recuerda además Alejandro Pineda que en la crisis de 1994 perdieron el 60% del portafolio de tarjeta de crédito, y en 2009 aunque no fue tan grave, el impacto fue muy grande también. “Hoy tenemos el mandato de ser muy creativos para ayudar a los clientes a salir, y perder el menor número de ellos”.

Desde Perú, Marco Roca de Krealo ilustra tres historias que hablan de un proceso de digitalización: wallets, pagos en línea y pagos presenciales. Las primeras han tenido crecimientos de transaccionalidad del 100% anual, tendencia que prevé continuará. “El comercio online en Perú estaba bastante retrasado, pero ahora todas las empresas buscan presencia digital, lo que ha hecho avanzar mucho el negocio de pasarela y marketplaces de Credicorp, duplicando el tamaño de vendedores en la plataforma y creciendo en la primera mitad del año más de seis veces en procesamiento en TPV virtual”. Considera, no obstante, que aunque no se mantendrán estos registros motivados por la cuarentena, “ha entrado un rango de edad (> 50 años) tradicionalmente poco adoptante de tecnología”. En relación a los pagos presenciales que la cuarentena ha impedido, vaticina que “se acelerará en la nueva normalidad el uso del contactless o la tokenización de las tarjetas en los celulares”.

“Se acelerará en la nueva normalidad el uso del contactless o la tokenización de las tarjetas en los celulares”.

Marco Roca
Krealo

“En la actual situación de pandemia, el Banco Central de la República Dominicana ha mantenido funcionando todos los servicios; solo tuvieron que realizar algunos cambios en horarios de liquidaciones, pero los servicios a los operadores privados se han mantenido inalterados”, informa Ángel Antonio González Tejada, director del departamento de Sistemas de Pago del Banco Central de la República Dominicana (BCRD). “Durante los meses de marzo, abril y mayo se incrementó mucho el volumen (no tanto el valor) de transferencias realizadas a través del servicio de pagos al instante, especialmente las

operaciones de bajo monto, debido a que la gente no podía salir a las calles”, constata Yilmery Rosario, consultor técnico del Departamento de Sistemas Pagos del del BCRD. “Los pagos móviles también han crecido en volumen y valor durante la pandemia, así como las tarjetas en e-commerce y telefonía, no así en TPV físicos”. Añade que “en términos generales no hubo incremento de retiros de efectivo en cajeros, confirmándose que la digitalización ha llegado mucho más rápido de lo esperado”. Explica que “para enfrentar la situación de la covid-19, el gobierno distribuyó recursos de asistencia social que, para llegar a una mayor población que no contaba con instrumentos de pago, se apoyó en VISA para hacer llegar la ayuda social con credenciales de pago. Utilizaron la cédula de identidad de la persona que recibe la ayuda social y un BIN de seis dígitos a introducir en el POS para poder hacer el pago en el comercio”.

La visión desde Costa Rica nos la ofrece un año más Carlos Melegatti del BCCR. Confirma que, “para bien o para mal, la covid-19 ha impulsado el sistema de pagos y ha aumentado la inclusión financiera en torno a un 5%”. Resume el impacto de la covid-19 en dos grandes categorías. Los impactos negativos se han materializado en una reducción de pagos de alto valor por la contracción económica; un aumento del uso del efectivo (en torno a un 15%); un aumento de fraudes por la adopción acelerada de mecanismos electrónicos de pagos y la falta de preparación a la nueva realidad de muchas personas y comercios. La parte positiva ha sido el desempeño de SINPE Móvil; el aumento de las transacciones de bajo valor por el e-commerce; el impulso al desarrollo y uso de mecanismos de pago para transacciones no presenciales, entre ellas el delivery de comercio sin web; y la culminación del acomodo de los ecosistemas contactless (en un país donde el 95% de las tarjetas lo son) con la reglamentación de la presentación del POS al cliente para impedir que éste entregue la tarjeta y la elevación del pago rápido sin PIN a 30.000 colones. Confirma Carlos Melegatti que Costa Rica ya tenía los elementos tecnológicos contactless y solo faltaba cambiar obstáculos culturales. “En transacciones presenciales con tarjeta contactless, la covid-19 vino a terminar de arreglar la experiencia de uso”.

Mención especial merece el monedero electrónico SINPE Móvil, solución de pagos inmediatos diseñada hace cinco años y que asocia el IBAN con el número de celular, cuyo uso se ha disparado durante el confinamiento pasando de 1,5 millones de transacciones en abril a 3,5 millones en junio. “Los pequeños negocios cerraron y empezaron a enviar a domicilio, y no necesariamente

tenían un POS. Se ha producido una suerte de canibalización de la tarjeta por SINPE móvil y efectivo, que también ha aumentado en este periodo". Concluye Carlos Melegatti que "la tarjeta es fenomenal para la transacción presencial, pero en movilidad (delivery) aún no está resuelto su uso, sobre todo en comercios poco digitalizados o bancarizados". Confirma la puesta en marcha del Padrón Único de Cuentas en el Banco Central, que permite el seguimiento tanto de la bancarización como el control del lavado de dinero.

Alejandro Pineda de BBVA comparte cifras espectaculares de e-commerce: "El volumen emisor de BBVA con las tres principales plataformas de e-commerce en México (Mercado Libre, Amazon y Paypal) abril 2020 contra abril 2019 creció un 165%", reconociendo que "fue un acierto abrir hace un par de años el débito al e-commerce; como ahora tenemos las tarjetas digitales en BBVA Wallet con CVV dinámico, ha habido muy poca fricción para merchant, banco y cliente".

José María Sobrevia, director ejecutivo de banca digital y alianzas del Grupo Financiero Afirme explica que en junio entró en vigor el impuesto digital que impone la obligación a plataformas digitales y marketplaces como Mercado Libre, Amazon, Airbnb, Uber, entre otras, de retener el IVA y el ISR a los mexicanos que generen ingresos con ellas, lo que "hace que ya no convenga vender como persona física sino como empresa". Sin embargo, "la pretensión del gobierno de que todas las facturas de las compras en TPV fueran emitidas de manera instantánea obligando al comprador a dar su RFC no prosperó".

Juan Gabriel Rodríguez de BBVA explica cómo la covid-19 supuso un cambio trascendental para el comercio tanto en Latinoamérica como en Europa: "Ha supuesto, para todo tipo de negocios, cambiar de vender en el mundo físico al mundo online, desde las grandes superficies donde se rompió la cadena del e-commerce por no estar preparados para el volumen tan grande de transacciones y entregas, hasta los pequeños comercios y hostelería que tuvieron que cambiar su modelo de distribución con los medios que tenían a su alcance y transformar el punto de venta con más servicios digitales más allá del cobro, tales como la contratación de servicios de delivery, o order ahead, el pago en proximidad, el pago invisible dentro del comercio, etc." Reconoce que la industria ha recuperado en estos meses servicios que estaban abandonados, como el Request-to-pay o el Pago a través de link, y ha constatado que los medios de pago disponibles para el e-commerce (transferencias, P2P o pago con tarjeta) pueden ser distintos y complementarios.

Desde la ABM de México Jean Marc Marcier comparte que en el pasado pre-covid hicieron encuestas para entender por qué la gente no usaba la tarjeta para compras online, y constataron que el sentir de los tarjetahabientes era la inseguridad y desprotección percibida a pesar de contar con 3D Secure y tokenización, y estar por tanto respaldadas las transacciones por los bancos en caso de fraude. "Con la covid-19 se han dado cuenta de que sí es un pago seguro".

Marco Roca de Krealo expresa las dudas que prevé sobre el futuro de los pagos ante la llegada de las grandes empresas de tecnología en los pagos en e-commerce, con su poder de llegada y capacidad de disrupción del negocio: "Facebook ha comenzado a desplegar sus soluciones de e-commerce para pymes a través de su plataforma; Whatsapp comienza a tener soluciones de pago, así como Apple, Amazon y las empresas chinas que van a salir de sus mercados y a expandir sus modelos de pagos in-app". Visualiza muchos escenarios futuros fruto del dinamismo en el mundo de los pagos, y reconoce que "el hecho de no saber cuál será el exitoso obliga a tener apuestas en todos los caballos; seguramente terminemos con una combinación de modelos de pagos de banderas y pagos de wallets, así como presencia de incumbents y de empresas tech".

Tendencias globales de digitalización en medios de pago

¿Hacia una sociedad cashless?

Europa

Italia y España comparten idiosincrasias similares en cuanto a la preferencia del uso del dinero en efectivo, asociada no tanto a problemas u obstáculos tecnológicos o de equipamiento sino a aspectos culturales y fiscales que, además, muestran diferentes grados de intensidad en función del área geográfica concreta: diferencias entre el norte y el sur en Italia; entre entornos urbanos y rurales en España. “Italia es un país que adora el dinero en efectivo, pero las cosas están cambiando”, afirma Rita Camporeale de la ABI. “En los últimos cinco años el crecimiento de los pagos electrónicos en Italia ha sido el más alto de Europa, lo que evidencia un apetito por el cambio sustentado en avances tecnológicos que facilitan su adopción, como el contactless, el e-commerce, así como la digitalización progresiva de las administraciones públicas”.

Juan Luis Encinas de Iberpay vaticina que “la crisis de la covid-19 ha acelerado los procesos de digitalización de los bancos, los pagos y los clientes bancarios. Con el auge de las transferencias inmediatas a corto plazo y el eventual desarrollo de un posible modelo de dinero digital (CBDC) a medio y largo plazo podrían suponer una reducción significativa del uso del efectivo como medio de pago en nuestra sociedad”.

“La crisis económica y el desempleo generan más necesidad de control de las finanzas personales, y la gente utiliza más cash cuando dispone de presupuestos ajustados”.

Pedro Borges

Gerente para Iberia de viacash

“El sistema de pagos es muy concentrado y dominado por EE.UU. y Asia, lo que ha motivado una causa política de privacidad”.

Pedro Borges

Gerente para Iberia de Viacash

Pedro Borges, gerente para Iberia de viacash augura una larga vida al dinero en efectivo, por varios motivos. “La crisis económica y el desempleo generan más necesidad de control de las finanzas personales, y la gente utiliza más cash cuando dispone de presupuestos ajustados”. Viacash es una solución de marca blanca supervisada por BaFin que conecta a las entidades que tradicionalmente suministran el cash (bancos) con entidades que están en el centro de la vida de las personas y que también manejan efectivo (gasolineras, supermercados). “Las empresas con las que colaboramos hace años son los bancos digitales de Europa, que no tienen infraestructura física para hacer ingresos en efectivo”. También explica que “toda la parte táctil se traslada a la app bancaria del usuario, que genera un código de barras que se escanea en la caja del súper”. Aunque se asemeja a otras soluciones, aclara tres atributos singulares: “no es cash-back puro pues no es preciso realizar una compra en el establecimiento; no se asocia a la tarjeta sino a la cuenta bancaria; y permite ingresar además de retirar”. Insiste Pedro Borges en que el cash no va a desaparecer porque es un derecho fundamental para la sociedad: “aunque sea solo un 10%, su desaparición dejaría a muchas personas en situación de exclusión financiera; además, si el volumen de cash se reduce a esos niveles, no será eficiente dedicar la infraestructura física hoy establecida para garantizar la distribución”. Nos traslada a Suecia, país que “era anti-cash, llegaron a ser cash-neutral y ahora son pro-cash para conseguir recuperar niveles de uso del 15% y así hacerlo sostenible”. Y concibe que el uso del cash en Europa no está asociado a la falta de disponibilidad de maneras digitales de pagar sino a temas de anonimato: “el sistema de pagos es muy concentrado y dominado por EE.UU. y Asia, lo que ha motivado una causa política de privacidad”.

Por su parte, Ángel Nigorra de Bizum considera que “es importante la actuación de las administraciones públicas, con un planteamiento que no esté sustentado en la prohibición del pago en efectivo, sino en el fomento del pago digital, en hacerlo atractivo y cómodo, que la gente lo prefiera”. Un debate no abierto aún en España en torno al dinero en efectivo es el rol que le compete ejercer a las administraciones públicas como dinamizador y catalizador de la digitalización de los pagos. “Es uno de los casos de uso que tiene más sentido, hay mucho espacio para optimizar y racionalizar en el pago de impuestos, tasas y precios públicos, pero conlleva cambios de procedimientos administrativos y contratos públicos”, afirma Ángel Nigorra. Y aunque, como señala Pedro Borges de viacash, “no le compete al banco, a la administración pública o al retail decirle al usuario cómo pagar”, sí hay un sentir generalizado de que el pago digital debería ser tan o más conveniente como el pago en efectivo.

“Es importante la actuación de las administraciones públicas, con un planteamiento que no esté sustentado en la prohibición del pago en efectivo, sino en el fomento de pago digital, en hacerlo atractivo y cómodo, que la gente lo prefiera”.

Ángel Nigorra
Bizum

“La adopción espontánea de nuevos medios de pago es muy difícil que ocurra porque las personas somos poco proclives a novedades tecnológicas por naturaleza, con excepción de los early adopters”, ilustra Guillermo López Dóriga de Bankinter. “A pesar de que el mercado ofrezca medios de pago mejores que los existentes (en alusión al dinero en efectivo), es muy difícil cambiar de hábitos”. Explica que para que un “nuevo” medio de pago tenga éxito debe cumplir cinco atributos: “que sea universal en tenencia y aceptación, que tenga un bajo coste (o incluso que sea gratuito), que su uso sea extremadamente fácil, muy seguro y lo más difícil, que alcance una

masa crítica, esto es, que la gente lo utilice de forma masiva”. Considera que la inseguridad y la resistencia a cambiar de hábitos son las motivaciones principales por las que el uso del dinero en efectivo sigue siendo tan importante en España, donde sólo hace apenas cuatro años que el valor de los pagos con tarjeta superó al del pago en efectivo en el punto de venta. “Son setenta años de existencia de la tarjeta frente a varios siglos de existencia del dinero físico”.

“Italia tiene muchas esperanzas de que el gobierno tome medidas para incentivar los pagos digitales, porque el país está un poco retrasado en su adopción”, señala Ivano Asaro, jefe de innovación en pagos del Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano. De hecho, las autoridades italianas han iniciado varias estrategias que explica Matteo Risi, investigador del Osservatori Digital Innovation. Además del incentivo fiscal asociado a determinados gastos deducibles (médicos, rehabilitaciones de vivienda) cuando estos son pagados de forma digital, y de la disminución del límite para los pagos en efectivo (de los 2.000 euros en julio de 2020 a los 1.000 previstos a partir de 2022), existe una nueva oleada de incentivos al pago digital que Rita Camporeale de la ABI considera relevantes: “Además de extender los importes de las deducciones fiscales vigentes, desde el 1 de julio se activa un crédito fiscal para el pequeño comercio que acepta pago con tarjetas que consiste en la devolución del 30% de las comisiones pagadas al adquirente.” El coste de adquirencia es recuperable a través de la declaración de ingresos e impuestos, para lo cual los comercios están obligados a mantener un registro de caja que comunica overnight con la autoridad fiscal, siendo además mandatorio el registro digital de las facturas en el segmento B2B.

Otros incentivos previstos a partir de 2021, en este caso para el consumidor son, una lotería en la que se participa al pagar compras y servicios con tarjeta, y un sistema de cash-back directo. “Los detalles de ambos incentivos están en discusión por motivo de los efectos de la covid-19”.

Sin embargo, la obligación impuesta a los comercios de aceptar pagos con tarjeta aprobada hace un par de años no ha dado los resultados esperados en opinión de Ivano Asaro, porque “peca de un defecto de diseño: no están contempladas sanciones para los casos de incumplimiento”.

Latinoamérica

“La guerra al cash es uno de los grandes problemas de la región y de otras partes del mundo”, afirma Marco Roca de Krealo. “La parte que falta, y es difícil, es cómo hacer frente a la informalidad, a que la gente no le tenga miedo a usar servicios financieros digitales por temor a la fiscalidad, al coste de la formalidad”. Hay varias iniciativas para masificar el pago digital, las más clásicas las que abogan por adoptarlo en el transporte público, “pero otro camino es enfocarse en el valor agregado, salir del pago per se y buscar ayudar a las pymes con su negocio del día a día, trasladando la mentalidad de que con estos servicios de aceptación se ayuda a vender más”.

Costa Rica sigue avanzando en la lucha contra el uso indiscriminado del efectivo en el país, y se encuentra en desarrollo el proyecto de eliminar billetes de alta denominación y monedas de baja denominación, tras la interrupción de la emisión del de 50.000 colones en 2018 (y prevista su próxima eliminación). “La gente está más concienciada”, señala Carlos Melegatti del BCCR.

El Programa L -entidades libres de efectivo, eLe- ha conseguido certificar a los bancos más grandes del país “que estaban llenos de efectivo en sus procesos”, comparte Carlos Melegatti. “Ahora los bancos están certificando a sus clientes”. Y en relación a la Directiva presidencial para digitalizar los pagos del sector público, se ha constituido un grupo de trabajo ya que han llegado a la conclusión de que “para sacar moneda y billete del sector público hay que digitalizar todas las transacciones del sector público, no solo los pagos”. Anticipa Carlos Melegatti que “para ello, la firma digital es una herramienta esencial para avanzar en la modernización del Estado, así como el embozado del IBAN en las tarjetas de débito y crédito para que la cuenta quede asociada a todas las transacciones financieras como ruta de pagos”.

Tiago Aguiar de TecBan anuncia el reciente lanzamiento del MVP de un servicio similar al cash-back “que permite retirar dinero en el comercio y así atender más de 1.000 municipios brasileños que concentran doce millones de personas y que no cuentan con sucursal bancaria, concebido sin contemplar la obligación del merchant de realizar una venta para poder ofrecer el servicio”.

“Si bien el contactless es importante para evitar el contagio, su desarrollo aún no ha alcanzado todos los rincones de Latinoamérica”.

Raúl Morales

CEMLA

Raúl Morales del CEMLA reconoce que “si bien el contactless es importante para evitar el contagio, su desarrollo aún no ha alcanzado todos los rincones de Latinoamérica”. Considera que es muy importante entender cómo evoluciona el contactless y los hábitos de pago de la población para confirmar qué tan bien están funcionando los medios de pago digitales actuales. “Si uno pudiera ver estadísticas mensuales por país, con tenencias de efectivo del público y valoración del confort que provee el cash, seguramente concluiríamos que hay un nivel mínimo de pagos que siempre se van a hacer en cash”.

Contactless: NFC, QR y pago móvil

Europa

Pago móvil NFC

“Todos los Pays operan en Italia”, confirma Ferdinando Visone, “y son numerosas las billeteras digitales de dinero electrónico en el mercado”. Rita Camporeale de la ABI explica el origen de la nueva solución de pago móvil desarrollada por la industria bancaria. “BancomatPay® es el nuevo producto desarrollado por Bancomat, la compañía que gestiona las tarjetas de débito domésticas (PagoBANCOMAT® para pagos y BANCOMAT® para retirados), de los que todos los italianos tienen una. Y a los italianos nos encantan los dispositivos móviles, por lo que auguro un éxito en la adopción”.

En Portugal MBWay no está basada en pagos inmediatos de cuenta a cuenta como Bizum en España o BancomatPay® en Italia, sino en el esquema doméstico de tarjetas, en este caso Multibanco, y el servicio se encuentra alojado en la app bancaria de los usuarios y opera con NFC y QR dinámico, salvo en teléfonos Apple que, por mantener cerrada la antena, obliga a utilizar QR estático.

Amelia Angulo de Bankia admite cierto deterioro en el uso del pago móvil en comercios durante la pandemia porque su uso era eminentemente presencial, pero ya se ha recuperado y hoy representa cerca del 8% de la operativa de compra en comercios. No obstante, “no ha sustituido la tarjeta, sigue siendo un complemento”, señala Anna Puigoriol de Banc Sabadell. Guillermo López Dóriga de Bankintar aporta el dato registrado en periodo pre-pandemia: el uso de las wallet de pago en España apenas representaba el 3% de la población.

“En Italia el mercado del pago móvil está dominado por los Pays (Apply, Google, Samsung) y luego por SatisPay”, explica Ivano Assaro del Observatorio de Innovación en Pagos. En 2019 se registraron cerca de 1.500 millones de transacciones de pago NFC, de las que 1/5 fueron pago móvil y de ellos, la tercera parte con SatisPay, que funciona P2P y P2B con geolocalización y permite utilizar QR para pagar servicios, facturas, tasas e impuestos a las administraciones públicas mediante débitos directos a una cuenta prepago de Satisfy asociada a un IBAN bancario. “Los bancos han cerrado sus iniciativas particulares para asociarse con los GAFA, que vieron a Italia como uno de los primeros países donde ofrecer el servicio por la alta penetración de smartphones y por contar con la infraestructura contactless al 90%”. Añade Ivano Assaro que “BancoMatPay, al ser solución de industria, tiene un gran potencial de difusión”, si bien considera que al no contar con una app dedicada la experiencia de usuario es muy distinta. Utiliza también QR y considera que será muy interesante en pagos online, simplemente con el número de teléfono (alias del IBAN) en el que se recibirá una notificación push para confirmar el pago. “Hay que tener en cuenta que la mayoría de las tarjetas de débito en Italia son cobadged BancoMat con Maestro o VPay, no aptas para pagos online, algo que no ocurre con tarjetas de crédito o prepago, que son de los esquemas internacionales”.

La visión de Portugal nos la traslada Paulo Raposo de Mastercard. “A pesar de que una vez más empezó tarde, se está acelerando la adopción de la tokenización y la conciencia de los emisores de la necesidad de estar presente en los Pays, y con Apple Pay ya se están viendo muchos proyectos de implementación”. Caixa de Crédito Agrícola fue el primer banco portugués en ofrecer Apple Pay y pronto lo harán los neobancos que operan en el país. El portugués es un mercado muy peculiar, dominado por los bancos en su calidad de dueños de una entidad interbancaria con un esquema doméstico de tarjetas muy fuerte, que realiza la práctica totalidad del procesamiento de las transacciones, con la marca doméstica o cobadged con Visa o Mastercard.

En Reino Unido, con un entorno más avanzado en materia de pagos antes de que se universalizaran los smartphones, la tarjeta de débito es el medio de pago mayoritario. Operan todos los Pays, aunque la prevalencia de PayPal por su alianza con Google Pay es también muy relevante.

QR

Carlos Sanz de Banco de España confirma que “se van a producir soluciones basadas en QR, cuya facilidad de uso puede ser interesante en términos de coste”. Aunque no se está trabajando en un estándar, sí buscan que las soluciones sean interoperables en el punto de venta para promoverlos en términos transfronterizos.

“Se van a producir soluciones basadas en QR, cuya facilidad de uso puede ser interesante en términos de coste”.

Carlos Sanz

Banco de España

Bizum está explorando la incorporación de QR, si bien Ángel Nigorra considera que NFC ofrece una experiencia muy buena a la que España está muy habituada. “Quizá el QR tenga su oportunidad como experiencia que no se limita el pago, sino que optimiza el proceso global de compra, pero el comercio tiene mucho que decir al respecto”. Anna Puigoriol de Banc Sabadell le ve potencial para hacer la experiencia más fácil, no como una solución end-to-end de pagos. “Es interesante como forma de identificación del titular, pero el pago habrá de realizarse por el raíl de tarjetas y/o el de transferencias”. Paloma Real de Mastercard añade que “al QR todavía le queda el 100% de seguridad para ser un medio que tenga todas las garantías y la simplicidad que tiene el NFC”. Reconoce que ya está en todas partes como método de acceso a información porque es fácil de desarrollar y es menos demandante de tecnología en los dispositivos, pero le falta la universalidad. “Con la covid-19 nos estamos acostumbrando a él y el usuario final está aprendiendo”.

Para terminar sobre el retorno del QR a Europa, Ferdinando Visone explica uno de los motivos por los que, no siendo un concepto nuevo, ha resurgido recientemente: “antes de 2018 los sistemas operativos iOS y Android obligaban a disponer de una app dedicada para leer códigos QR. Hoy esta funcionalidad está integrada en las cámaras”, lo que ha permitido familiarizar al público con el uso del QR en diversos ámbitos de la vida (“QR everywhere”), con carácter previo a su aplicación a los pagos. Anticipa Ferdinando Visone que la iniciación de pagos será la última milla de la experiencia QR.

P2P

“Bizum es una de esas soluciones que aportan mucho valor al usuario y que motiva a avanzar en entornos donde no hay una solución de pago digital establecida”, constata Anna Puigoriol de Banc Sabadell. Ya está posicionado como una solución transformacional y exitosa de pago móvil en España, comenzando en el segmento P2P (servicio que ofrecen todas las entidades participantes del SNCE, y desde el mes de julio, ING y Arquia) y poco a poco ampliando los entornos en los que opera. “Estamos ahora enfocados en e-commerce”, señala Ángel Nigorra de Bizum, “donde, aunque aún llevamos apenas medio año, contamos ya con 3.000 comercios operativos que aceptan Bizum y crecimientos intermensuales del 40-70%”. Anuncia que el salto al pago en comercio físico se iniciará una vez el e-commerce esté consolidado.

La solución de industria de pago móvil P2P en Reino Unido -Paym- es ofrecida por quince bancos y building societies, con una tímida adopción de unos cuatro millones de usuarios.

Latinoamérica

Pago móvil

“Los nuevos pagos P2B y P2P (en alusión a PIX en Brasil y CoDi en México) presentan ciertas necesidades y casos de uso”, anuncia Juan Gabriel Rodríguez de BBVA. Ante el impulso de PIX como esquema low-cost para entornos donde la tarjeta no es rentable por los costos de la infraestructura de las marcas, cree que el brasileño está muy habituado a pagar con tarjeta por las múltiples ventajas que presenta: parcelado -aunque PIX lo está contemplado en su hoja de ruta-, cuotas, financiación,

fidelidad, uso en distintos entornos, etc.). “Si son capaces de impulsar que los pequeños comercios sean los prescriptores del pago, convivirán con las tarjetas o pueden llegar a tener incluso más éxito, pero hoy es una transacción sin costo donde la UX no está muy clara en todos los casos de uso. Hay mucha fricción aún no resuelta”.

Para soluciones exitosas de pago móvil Juan Gabriel Rodríguez de BBVA acude a la solución española de Bizum, que ha servido para inspirar desarrollos recientes en Latinoamérica, como PLIN en Perú y MODO⁴ en Argentina. “Ha sido posible que salgan en tan corto plazo de tiempo gracias a los aprendizajes sobre infraestructura, reglas de negocio, cómo integrarlo en los canales bancarios, acuerdos interbancarios, etc. de Bizum”.

PLIN es una versión revisada de BIM Perú, que reunió varios problemas que impidieron su masificación: plataforma diseñada para teléfonos analógicos; UX complicada; casos de uso limitados; tiempos dilatados de transacciones y dificultades en la escalabilidad por la dificultad de acceso. Como BIM se gestó dentro de la industria bancaria, ha sido la propia industria (originalmente BBVA, Interbank, Scotiabank y BanBif) la que, sobre las lecciones aprendidas de BIM, han lanzado PLIN para que sus clientes puedan realizar transferencias inmediatas sin necesidad de conocer los datos de la cuenta bancaria, solo el número de teléfono, y sin costo. Y para los no clientes el uso puede habilitarse con la apertura de una cuenta digital (dinero electrónico). “PLIN está basado en los raíles de tarjetas, con reglas de fraude y contra cargos que BIM no tenía”. Prevé que BIM en el futuro se integrará en el entorno de PLIN para tener una solución de industria que atienda a todo el entorno peruano. Al respecto, Milton Vega, subgerente del Sistema de Pagos del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) reconoce que la mayoría de peruanos siguen sin conocer BIM, por lo que en la pandemia se ha utilizado poco, y destaca que “en el modelo de BIM lo exitoso ha sido el uso para pago de créditos de banca comunal y grupos solidarios de microfinanzas”.

⁴ Originalmente, DIMO.

“ En Argentina no había un mercado de pago contactless tan desarrollado para poder pasar a los pagos NFC, así que durante el confinamiento aumentaron los pagos QR, las tarjetas prepagadas y el botón de pagos de LINK”.

Ignacio Carballo
UCA

Argentina también se ha apalancado en el conocimiento y lecciones aprendidas de Bizum para el lanzamiento de MODO, ofrecido por Play Digital (iniciativa de Santander, BBVA, Galicia y Macro) a la que se han sumado los tres bancos estatales (Nación, Provincia y Ciudad) y se espera que sume hasta un total de 25 en el país, que ofrecerá a partir de septiembre de 2020 un servicio de pago móvil con QR y transferencias entre personas sin necesidad de utilizar la CBU (Clave Bancaria Uniforme). Mariano Biocca de la Cámara Fintech de Argentina describe MODO como una propuesta que, si bien originalmente era de interoperabilidad “cerrada” -solo para la industria bancaria-, “se está trabajando mucho en la interoperabilidad de pagos mediante código QR para que, a corto plazo, desde cualquier billetera virtual o home banking que tenga capacidad de leer QR, se pueda pagar en cualquier comercio sin discriminar por billetera”. Todo ello, señala, “para evitar la proliferación de ecosistemas cerrados”, visión sobre la que existe un gran consenso en el mercado y que cuenta con el apoyo del BCRA. Por su parte, Juan Gabriel Rodríguez de BBVA vaticina que el día de mañana servicios similares tendrán su espacio en Colombia, y en el caso de México, CoDi podría evolucionar en este mismo sentido.

NFC

“En Argentina no había un mercado de pago contactless tan desarrollado para poder pasar a los pagos NFC, así que durante el confinamiento aumentaron los pagos QR, las tarjetas prepagadas y el botón de pagos de LINK”, constata Ignacio Carballo de la UCA.

En Brasil, BPP es miembro principal de VISA, emite tarjetas prepagadas en moneda local y otras seis monedas en una única tarjeta y fueron los primeros emisores en hacer contactless en el país. “Somos los

emisores para el reloj de pago Swatch y otros wearables. En 2016, de las ocho innovaciones de pagos que Visa lanzó con motivo de las Olimpiadas de Río, seis fueron de BPP, principalmente soluciones NFC”, informa José Carvalho de BPP. Considera que con la covid-19 Apple Pay comenzó a ser muy utilizado, pero Android (Google Pay, Samsung Pay) está más extendido entre la población brasileña.

Carlos Alberto Carneiro de Elo percibe un mayor interés de los emisores en adoptar contactless motivado por la pandemia: “Antes no era un negocio prioritario, ahora sí, pero el cambio masivo de plásticos tendrá que esperar porque la emisión de un plástico contactless en Brasil, con el actual tipo de cambio y siendo la mayoría de los insumos importados, es muy cara”.

Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria en Colombia explica que una semana antes de la pandemia la industria acordó aumentar los topes de pago NFC sin necesidad de autenticación, de 20 a unos 70 dólares. “Las redes de pago informaron de que el 78% de los pagos de bajo valor se hacen por debajo de ese importe”. Por efecto del mandamiento de franquicias hacia los emisores, desde octubre de 2019 las nuevas emisiones de tarjetas deben incorporar NFC, pasando el porcentaje de tarjetas con NFC del 27% al 43%, mientras que en adquirencia los POS ya están adaptados al 90%. “A diferencia de los POS, el tema de las tarjetas es muy relevante porque requiere el desarrollo del procesamiento de pago al interior del banco, mientras que del lado del POS, con ajustar el software es suficiente”, explica Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria.

“ A diferencia de los POS, el tema de las tarjetas es muy relevante porque requiere el desarrollo del procesamiento de pago al interior del banco, mientras que, del lado del POS, con ajustar el software es suficiente”.

Andrés Mauricio Ramírez
Asobancaria

“En Perú el contactless ha avanzado bastante con la covid-19 en el mundo de los bancarizados”, constata Milton Vega de BCRP y es un factor que impulsa en todos los ámbitos que se utilicen pagos digitales. En transporte, que es un importante medio de masificar estos pagos, el sector privado viene desarrollando pilotos considerando las limitaciones que en Perú tiene la Internet para soportar una solución on-line. Además, señala que en este ámbito se encuentran con un problema adicional ya que los contratos con los proveedores de líneas de transporte contemplan cláusulas en materia de soluciones de pago que limitan la interoperabilidad.

“En Perú el contactless ha avanzado bastante con la covid-19 en el mundo de los bancarizados”.

Milton Vega
BCRP

En Costa Rica siguen trabajando para completar la puesta en marcha del ecosistema contactless, donde aún no tienen PIN para pagos por encima del “pago rápido” de hasta 30.000 colones. “Aún tenemos que firmar y no se notifica la transacción de pago”, señala Carlos Melegatti del BCCR.

“El catalizador del contactless debería ser hoy la covid-19 porque la gente ya no quiere entregar su tarjeta”.

Jean Marc Mercier
Coordinador ejecutivo del Comité de Tarjetas de la ABM

“En México se presenta una gran oportunidad porque el contactless no se ha dado de forma masiva al no haberse habilitado en catalizadores como el transporte público o los eventos masivos”, afirma Jean Marc Mercier, coordinador ejecutivo del Comité de Tarjetas de la ABM. “El catalizador del contactless debería ser hoy la covid-19 porque la gente ya no quiere entregar su tarjeta”. No obstante, considera que, si estamos visualizando un mundo sin tarjetas físicas o presentes, “quizá debamos hablar de soluciones QR y no tanto de NFC, ya que tiene barreras que QR como tecnología puede resolver y que

los esquemas de cuatro partes deben aprovechar”. Alude, además, al hecho de que la antena NFC no se encuentra abierta en los dispositivos iOS.

QR

El BCRP emitió en enero de 2020 la Circular 0003-2020 que reglamenta el servicio de pago con QR, abarcando en su ámbito de aplicación a los proveedores de códigos, los proveedores de billeteras y a las redes de pago que participan en dicho servicio. Milton Vega del BCRP señala que “regular el mercado de QR ha sido interesante porque pone el foco en las funciones que se llevan a cabo en este servicio y no en las entidades, lo que se puede aplicar a otros esquemas innovadores de pagos. Adicionalmente, tan pronto se modernice la Cámara de Compensación Electrónica con Vocalink se podrán desarrollar más productos innovadores en el mercado peruano”.

En Chile, Víctor Wipe, gerente general de SBPay, nueva emisora de tarjetas de crédito que une la Tarjeta Salcobrand y la Tarjeta Preunic, percibe cierta aceleración a la migración a QR que probablemente haga a la industria decantarse por el QR sobre otra tecnología, por ser contactless puro. Sin embargo, va más allá cuando afirma que “sabemos que el futuro no va por las tarjetas sino por los medios de pago digitales”. Tanto es así que, para él, “hablar de tarjetas es hablar de casetes. Son un gadget de autenticación”. El medio de pago, concebido como un medio y no un fin, se empieza a transformar en una commodity y “tendrá una importancia contextual y portabilidad 100% a través de las billeteras electrónicas”.

Considera que los grandes retailers tienen una ventaja competitiva en medios de pago y adquisición, debido a que integran la experiencia completa del cliente de manera personalizada. “Si uno levanta la mirada, los mayores crecimientos vienen de grandes empresas modernas de retail de productos o servicios, como Amazon, Apple, Google, Aliexpress, EBay, Uber, Mercado Libre, Whatsapp, WeChat, entre otros. Los grandes cambios van a venir por empresas de retail que empiecen a posicionarse o integrarse verticalmente hasta la entrega del producto pasando por el medio de pago,

“Si no hay interoperabilidad se van a crear silos”.

Ángel Sierra
Director ejecutivo de la Asociación Fintech Chile

que al fin y al cabo eso es, un medio para obtener un producto o servicio”, vaticina Víctor Wipe, y añade que “la facilidad para cambiar de medio de pago en función del contexto, con la tecnología actual, se vuelve más lógica: pistoleas un QR o usas una billetera con NFC o te metes a un e-commerce, te puede salir un medio de pago u otro distinto en otro comercio”. Ángel Sierra, director ejecutivo de la Asociación Fintech Chile cree que el contactless viene avanzando muy bien, si bien le preocupa el desafío que pueda traer el despliegue del QR, que ya está en el mercado, pero no aún la aceptación en el comercio. “Si no hay interoperabilidad se van a crear silos”, prevé.

“En Colombia también se viene el QR”, anuncia Manuel de la Cruz de Santander Colombia. “Ya hemos dado de alta Superdigital en Colombia, y como compromiso con la sociedad colombiana vamos a comenzar con tecnología Prospera para adquirencia en pequeños negocios”. Santander tiene el propósito de desplegar One Digital Santander adaptando las soluciones que tiene el grupo en los distintos países, sabiendo que los sistemas de pago son distintos y las interconexiones complicadas.

“El primer escenario de interoperabilidad comenzará con el pago con QR, que será crucial para las billeteras”, anuncia Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria. Por su parte, Andrés Mauricio Velasco de BANREP explica que, aunque no es un instrumento ampliamente usado aún, el QR llegó en competencia con NFC. No obstante, estos pueden cubrir distintos segmentos del mercado, con el NFC ganando espacio a través de la red de adquirencia y el QR a través distintos operadores de aplicaciones móviles. Añade que “en Colombia con el QR los bancos empezaron a montar los sistemas de forma diferente y la Superintendencia Financiera (SFC) solicitó tener un estándar para evitar los problemas de interoperabilidad”.

Sobre la llegada del QR a Costa Rica informa Carlos Melegatti que “se está estudiando cómo integrar los QR al monedero SINPE móvil en las siguientes versiones”.

Marco Roca de Krealo comparte que una de las preguntas que le suelen hacer es sobre la solución de pago triunfante: ¿tarjetas?, ¿wallets? Al respecto, considera que hay partes de la población de Latinoamérica, la bancarizada, que están muy bien atendidas con la tarjeta de crédito y que quizá necesiten tokenización, contactless e interfaces más amigables en las apps bancarias. Pero, lamentablemente, la mayoría de la población no está bancarizada, y necesita otro tipo

de servicios, como ha ocurrido en China, que han hecho leapfrogging a las tarjetas y han pasado directamente a los wallets. “En Latinoamérica vemos que muchos de los wallets todavía emiten tarjetas, no hay un modelo como el asiático”.

“En Latinoamérica vemos que muchos de los wallets todavía emiten tarjetas, no hay un modelo como el asiático”.

Marco Roca

Krealo

Pagos inmediatos y monedas digitales

Europa

“Las actuales redes digitales, blockchain o de la Internet de las Cosas, sobre las que se despliegan aplicaciones de negocio, no tienen resuelta la ejecución de los pagos asociados a dichos procesos de negocio dentro de la propia red de una forma segura, confiable y regulada”, constata Juan Luis Encinas de Iberpay. Por ese motivo, Iberpay trabaja desde 2018 junto con los cinco principales bancos españoles en el desarrollo de una prueba de concepto sectorial de una plataforma interbancaria de Smart Payments que tiene por objeto facilitar la iniciación de transferencias inmediatas programables e inteligentes desde redes blockchain, mediante su conexión con el sistema nacional de pagos (SNCE). “Esta iniciativa ha concluido con notable éxito en el mes de junio de 2020 y ha permitido confirmar la viabilidad de aplicar la tecnología blockchain al ámbito de los pagos, habilitando la programación y automatización inteligente de transferencias inmediatas desde smart contracts desplegados en redes blockchain, y en el futuro desde redes de la Internet de las Cosas”, anuncia. El objetivo de esta iniciativa es posicionar a las entidades financieras como referencia en la prestación de los servicios de pago que se requieran en aplicaciones de negocio ejecutadas en el ámbito de las redes digitales, el blockchain y del Internet de las cosas, adelantándose a otros posibles actores.

El pasado año cerrábamos la conversación con Paloma Real de Mastercard con la irrupción de Libra y las implicaciones que supuso el anuncio de Facebook en el mes de junio de 2019. Al respecto, hoy señala que “al final, fue una propuesta que no ofrecía las garantías y propuestas de valor que busca Mastercard, si bien ahora mismo sí hay un interés mundial en el papel de los activos digitales, el futuro del dinero o la sustitución de dinero en efectivo por moneda digital”. Desde Mastercard perciben un interés de los consumidores por este tipo de activos digitales y están explorando acuerdos con fintech dedicadas específicamente a esta actividad y si se puede desarrollar para formar parte de un programa de tarjetas. “Ya hemos concedido una licencia a una fintech de criptomonedas de EEUU”.

Desde la perspectiva del banco central, Carlos Sanz de Banco de España confirma que “las CBDC son un tema recurrente en los distintos foros, y en el ámbito del Eurosistema también se está debatiendo”. Añade que “en Europa nos encontramos en fase de reflexión y debate sobre la necesidad de emitir una CBDC, en qué ámbito (pagos minoristas o pagos interbancario), y cuál es en definitiva el problema que no se puede solucionar con los medios de pago actuales que justifique dar ese paso”.

Latinoamérica

Las novedades más relevantes en materia de pagos desde la perspectiva de los bancos centrales son las temáticas a las que hoy están prestando atención prioritaria. Una, más forzada por la experiencia acumulada en los últimos años y asociada a la regulación; otra, que se ha vuelto inevitable por la velocidad y estadío que están alcanzado las reflexiones en torno a la emisión de monedas digitales de bancos centrales o CBDC.

Sobre CBDC, el detonante fue el anuncio de Libra en junio de 2019 y la comprensión de su whitepaper. “Hasta la fecha, los bancos centrales desestimaron el papel de los cryptoactivos como bitcoin por mostrar su fragilidad como medio de pago, almacenamiento de valor y unidad de cuenta -las tres funciones consustanciales al dinero”, confirma Raúl Morales de CEMLA. Pero los

nuevos esquemas de stablecoins globales, asociados a canales que usamos a diario como las redes sociales, tienen capacidad de ser adoptados y de incorporarse en los sistemas de pago muy rápidamente. “Tal como pasó con Uber / Cabify, ¿cómo no va a pasar lo mismo con un servicio de mensajería global como Whatsapp?”

Pero la lectura de Raúl Morales del CEMLA en relación a la digitalización del dinero fiduciario es si cabe más completa y visionaria. “La otra cara de las CBDC son los pagos inmediatos, que se han desarrollado hace años, pero sin recibir la atención que merecen”. Explica que en aquellos países en los que la industria de pagos muestra problemas de coordinación o falta de interés para invertir o donde incluso hay una ACH privada poco abierta al cambio, los bancos centrales tienen un papel importante para crear una infraestructura pública donde se puedan integrar todos los partícipes de pagos instantáneos. Y como en todo debate, en esta disyuntiva hay también dos posiciones opuestas: por un lado, los que consideran que las CBDC son una amenaza para el sector financiero tradicional, apuestan (ahora sí) por los pagos inmediatos porque entre otros, se apalanca en la cuenta bancaria y se liquida con dinero del banco central. Por otro, los que consideran que las CBDC tienen un propósito de universalidad, una vez constatada la falta de coordinación adecuada de la industria para garantizar la universalidad del dinero fiduciario digital.

“Allá donde están bien cimentados los esquemas de fast payments será difícil ver la emisión de CBDC en el corto plazo” explica Raúl Morales de CEMLA, e ilustra esta previsión con el caso de países avanzados que “tienen previsto tener una CBDC en el largo plazo, como una forma de repensarse y ofrecer dos vías para el público: la física (cash) y la digital, que presenta muchas deficiencias en muchos países”. Aún así, no concibe la apuesta por un CBDC puro de bancos centrales, sino que se requerirá de una extensa colaboración con la industria para su implementación, de ahí que tener esquemas de fast payments sirva como contrapeso para el sector privado antes de pensar en un CBDC.



Panorama de los medios de pago en Europa

“La adopción creciente y acelerada de las transferencias inmediatas (esquema SCT-Inst del European Payments Council-EPC) y el próximo lanzamiento de los servicios de solicitudes de pago (esquema Request-to-Pay del EPC) tienen el potencial de transformar la industria de los medios de pago en Europa en un futuro cercano; son los nuevos raíles interbancarios de los pagos”, anuncia Juan Luis Encinas de Iberpay. “También habrá que seguir muy de cerca el impacto que pueda tener el recientemente anunciado lanzamiento de la iniciativa EPI (European Payments Initiative), impulsada por los principales bancos europeos y que pretende la creación de una solución y marca europea de pago soportada, según el alcance previsto, en transferencias inmediatas entre cuentas corrientes”, añade. En este contexto, Bizum es considerado un caso de éxito en Europa, y está siendo valorado como una posible pieza de un servicio europeo. Si bien, los proyectos paneuropeos pueden verse afectados por la covid-19 y la ralentización en la toma de decisiones.

La Comisión Europea publica en marzo de 2020 un estudio sobre la aplicación del Reglamento sobre tasas de intercambio para las transacciones de pago con tarjeta, en el que constata que se han alcanzado los principales objetivos del Reglamento IFR: las tasas de intercambio disminuyen un 35% entre 2015 y 2017.

Pagos inmediatos de alcance paneuropeo

Juan Luis Encinas de Iberpay exhibe la importancia de facilitar la interoperabilidad de los pagos en la zona SEPA, a la que Iberpay contribuye con el mantenimiento, desde 2008, de conexiones con los principales sistemas de pago europeos. Para el caso de las transferencias inmediatas, Iberpay conecta a los bancos españoles con los sistemas paneuropeos RT1 de EBA Clearing y TIPS del Banco Central Europeo, a través de los cuales se accede actualmente a más de 2.500 entidades europeas. “Uno de los principales avances en el sector de los pagos durante los años 2019 y 2020 ha sido la rápida adopción de las transferencias inmediatas en España, que se sitúa a la cabeza de Europa en uso”, confirma Juan Luis Encinas. Su uso crece con tasas próximas al 150% anual desde su puesta en marcha en noviembre de 2017, con más

“Uno de los principales avances en el sector de los pagos durante los años 2019 y 2020 ha sido la rápida adopción de las transferencias inmediatas en España, que se sitúa a la cabeza de Europa en uso”.

Juan Luis Encinas
Iberpay

de 600.000 transferencias inmediatas diarias de media y picos próximos a un millón, representado ya cerca del 30% de todas las transferencias que se procesan en el sistema nacional de pagos (SNCE). Destaca dos claves de este comportamiento: su inmediatez, que permite disponer de los fondos en la cuenta del beneficiario en menos de 1,5 segundos de media, y la accesibilidad 24/7/365 para el 97% de las cuentas corrientes españolas y el 75% de las europeas. Además, recientemente se ha incrementado el límite máximo de su importe, hasta los 100.000 euros. Como caso de uso impulsor de la adopción destaca Bizum, que supuso en junio de 2020 cerca del 70% de todas las transferencias inmediatas procesadas por Iberpay y el 10% del importe. “Es fundamental seguir desarrollando casos de uso y servicios adicionales que aporten valor a los ciudadanos y a las empresas”, anima Juan Luis Encinas de Iberpay.

“Los bancos italianos fueron de los primeros en ofrecer pagos inmediatos y apoyaron el aumento del importe máximo (100.000 euros) por el enorme potencial en el segmento B2B”, comparte Rita Camporeale de la ABI. “En Italia, treinta bancos utilizan la infraestructura de SIA, conectada a EBA Clearing, mientras que NEXI ha creado su propia infraestructura a la que se han unido algunos bancos”, explica Ivano Assaro del Observatorio Innovación Pagos de la Universidad de Milán. Desde la experiencia de Ferdinando Visone, “las transferencias son una forma muy popular de transferir dinero en Italia, consideradas una forma segura y confiable de pagar, y con PSD2 permiten a los TPP ofrecer servicios inspirados en la inmediatez de las tarjetas”.

En Portugal, José Vicente de Millenium bcp anuncia el lanzamiento de pagos inmediatos transfronterizos con conexión a TIPS en octubre (los domésticos lo hicieron a finales de 2018), reconociendo encontrarse en una etapa anterior a la de España por la prioridad otorgada al lanzamiento de MBWay, el pago móvil de MultiBanco, solución doméstica que no se encuentra aún conectada a EBA Clearing.

En marzo de 2021 está previsto el lanzamiento en toda la zona SEPA de un nuevo esquema del European Payments Council (EPC) denominado Request to Pay (SRTP), un conjunto de normas y mensajería que permite a un beneficiario solicitar a un ordenante el pago de un importe por una transacción, y al ordenante aceptar o rechazar esta solicitud, cuyo pago se realiza mediante una transferencia inmediata (SCT Inst) u ordinaria (SCT). “La funcionalidad Request to Pay viene a representar un pago inmediato pull, y tiene un extraordinario potencial para dar respuesta a múltiples casos de uso, como los pagos de facturas electrónicas, pagos a las administraciones públicas, sustitución de determinados tipos de adeudos y pagos en e-commerce, entre otros. Esta funcionalidad de solicitud de pagos impulsará aún en mayor medida el uso de las transferencias inmediatas como medio de pago”, vaticina Juan Luis Encinas de Iberpay.

Unos meses antes, en marzo de 2020, Iberpay puso en marcha un nuevo servicio que facilita el intercambio de la información necesaria para realizar traslados de cuentas corrientes entre entidades de manera automática, en tiempo real y horario 24x7. “Este servicio resuelve a las entidades el cumplimiento de la legislación vigente sobre traslados de cuentas entre proveedores de servicios de pago de forma ágil y eficiente”, explica Juan Luis Encinas.

Precisamente para poder acceder a estos nuevos servicios de pagos desde cuenta, los nuevos proveedores de servicios de pago como las entidades de dinero electrónico (EDE) necesitan ofrecer un IBAN a sus clientes de prepago, tal como explica Jacobo Miralles, Head of Data, Engagement & Monetization de Bnext: “Vamos a permitir la apertura de cuentas digitales y emisión de tarjetas prepago con IBAN español en alianza con un banco”. Bnext ha sido el primer neobanco español en obtener la autorización del Banco de España operar como EDE, lo que le permitirá realizar su actividad de forma independiente sin estar supeditado a acuerdos

como los previos con Pecunia Cards. Ferdinando Visone describe una tendencia similar en Italia: “los bancos ofrecen tarjetas prepago con un IBAN (“cuenta bancaria light”) que permite recibir transferencias SEPA de otras entidades”.

Geopolítica en la industria de los pagos

La Comisión Europea prevé adoptar, a finales de 2020, su estrategia de pagos minoristas tras un periodo de consulta pública habilitado entre abril y junio, proceso que funciona en paralelo al de la nueva estrategia de digital finance o Plan de Acción Fintech para Europa. La consulta se centró en cuatro objetivos políticos fundamentales: (i) garantizar instrumentos de pago rápidos, convenientes, seguros, asequibles y transparentes, con alcance paneuropeo y experiencia de cliente “igual que el nacional”; (ii) alcanzar un mercado europeo de pagos minoristas innovador y competitivo, para lo cual la Comisión ha solicitado opinión sobre la aplicación de PSD2, la evolución del mercado, la experiencia en banca abierta, la adecuación de la Directiva revisada sobre el dinero electrónico, incluida la consideración de los activos criptográficos y las stablecoins; (iii) contar con acceso a sistemas de pagos minoristas y otras infraestructuras de soporte seguros, eficientes e interoperables, para lo cual recaba opiniones sobre la interoperabilidad de los sistemas de pago de la UE, la garantía de unas condiciones equitativas entre los proveedores de servicios bancarios y no bancarios y los regímenes de licencias para los operadores de sistemas de pago; y (iv) la mejora de los pagos transfronterizos para avanzar en el papel internacional del euro.

“La iniciativa EPI ha sido bienvenida por el Eurosistema, porque responde a objetivos europeos con vocación de globalidad”, indica Carlos Sanz de Banco de España. De hecho, la Comisión Europea emitió un comunicado dando la bienvenida al acuerdo alcanzado el 2 de julio entre dieciséis bancos de la eurozona (concretamente de Alemania, Bélgica, España, Francia y Holanda) para la creación de una solución de pagos unificada, al tiempo que animaba a los agentes del mercado europeo, bancos individuales o comunidades bancarias, así como a proveedores de servicios de pago externos (TPP) a solicitar unirse a EPI como socios fundadores de la iniciativa. EPI está iniciando su fase de implementación. Se espera que entre en pleno funcionamiento en 2022.

Paloma Real de Mastercard recuerda que ya hubo intentos anteriores en Europa de hacer un proyecto europeo (Proyecto Monet, del que comentamos en la edición 2012 de este Informe) y considera que “es un movimiento natural que va a dinamizar el mercado y acelerará la innovación, aunque ofrecer transacciones seguras, gestionar los datos y proteger al consumidor a nivel global son tareas difíciles de garantizar”. Paulo Raposo de Mastercard no cree que Portugal esté interesado en EPI ahora mismo, dada la potencia del esquema doméstico, y lo considera un esquema más, una oportunidad de competencia en el mercado en beneficio del consumidor.

Guillermo López-Dóriga, de Bankinter Consumer Finance concibe EPI como una solución táctica e inteligente a corto plazo mientras las transferencias inmediatas desarrollan todas las funcionalidades y se consolidan en el largo plazo. “El sistema de tarjetas tiene aceptación universal, algo que no se consigue en un par de años y que no cumplen de momento las transferencias inmediatas”.

“Tres bancos italianos participaron en el estudio de factibilidad de EPI, pero solo uno ha permanecido, por varios motivos: por los cambios en las prioridades de inversión debidos a la covid-19 y porque Bancomat Pay es la solución –a nivel doméstico– que busca EPI, y no hay claridad sobre los beneficios diferenciales para el usuario final”, comparte Rita Comporeale de la ABI. “Apoyamos la iniciativa, pero nos hubiera gustado que se hubiera apalancado más sobre SCT Inst en lugar de la infraestructura de las tarjetas”.

Por su parte, Reino Unido inició en julio una revisión independiente (dirigida por el anterior CEO de Worldpay) de la estrategia para la industria fintech para identificar oportunidades de apoyo a un mayor crecimiento en el sector en una nueva realidad post-Brexit. Prevé emitir recomendaciones al HM Treasury a principios de 2021 en relación a (i) habilidades y talento; (ii) inversión; (iii) conectividad doméstica; (iv) políticas; y (v) atractivo internacional.

Avances y atascos PSD2 y Open Banking

“En Bnext nos hemos vuelto expertos en entender cómo conectarse con terceros, ya que seguimos dependiendo de ellos para acceder a las cuentas, y los bancos están tardando en ofrecer plataformas que hagan sentido conectarse”, afirma Jacobo Miralles. “Deja todo mucho que desear ya que seguimos utilizando agregadores que siguen teniendo que utilizar screen scrapping o replicar llamadas de API”. En resumen, Access to the Account y Open Banking se están ralentizando porque el alcance previsto en las API mandatorias por PSD2 no permiten cubrir todo el espectro de transacciones necesarias, obligando a recurrir a un mix API PSD2 y screen scrapping para, por ejemplo, confirmar la titularidad de las cuentas.

Amelia Angulo de Bankia precisa que todos los bancos han implantado la parte de los agregadores, si bien “puede que sean funcionalidades que se estén promocionando más o menos en función de la entidad, lo que conlleva a diferentes niveles de adopción entre los clientes”.

En Portugal, tal como explica José Vicente de Millenium bcp, “la mayoría de los bancos han adoptado la solución de industria proporcionada por SIBS, que está alineada con el Grupo de Berlín, para la construcción de API que garantiza la provisión de los servicios básicos de información, agregación e iniciación, incluidos los productos de MultiBanco que no forma parte del esquema SEPA”. Destaca una iniciativa propia de Open Banking (M-Contabilidade) muy exitosa, que ofrece integración de las cuentas de empresas clientes con TOOnline, plataforma que facilita el intercambio de información y la iniciación de pagos entre las pymes, sus gestores contables certificados y el banco.

No en vano, el segmento de empresas es considerado de enorme potencial para el despliegue de soluciones construidas en el marco de PSD2. Así, Paloma Real de Mastercard prevé un aumento del interés en digitalizar operaciones y procesos de los autónomos y microempresas (facturas, recuperación de IVA, tickets, recibos de pago, gestión de tesorería, etc.), y un aumento correspondiente de la oferta ad-hoc por parte de fintech.

En Italia es el consorcio CBI de la Asociación Italiana de Bancos, en alianza con Nexi, el que ofrece desde junio de 2019 CBI Globe, ecosistema colaborativo de Open Banking que da servicio a más de un centenar de PSP en sus diferentes roles (AISP / PISP / CISP) y el 80% de la industria bancaria del país en los aspectos técnicos y funcionales del cumplimiento de PSD2.

En Reino Unido, el número de agentes participantes del ecosistema británico de Open Banking (OBIE) ascendía en agosto de 2020 a 260, de los que 184 eran TPP y 76 ASPSP. Cerca de 40 de ellos han diseñado iniciativas centradas en proporcionar soluciones de Open Banking que alivien financieramente a los particulares y pequeñas empresas del país en el contexto de la covid-19, bajo la denominación #PoweroftheNetwork. En junio, la OBIE inauguró la Open Banking App Store para ayudar consumidores y empresas a tener un mayor acceso a productos financieros, identificando y comparando productos, servicios y soluciones que, a julio de 2020 ya concentraba 80 apps.

También en el contexto de la covid-19 la Competition Markets Authority (CMA), reconociendo el esfuerzo que bancos y building societies han realizado para implementar y distribuir las iniciativas de emergencia del gobierno y la atención de las demandas de los consumidores y las pymes en una situación de confinamiento y trabajo remoto, decidió atender parcialmente la solicitud de los CMA9 de posponer tres meses la publicación de la decisión sobre la actualización del roadmap de implementación de Open Banking, incluido el progreso de los ejercicios de evaluación. Asimismo, en junio entró en vigor el servicio obligatorio Confirmation of Payee, una nueva forma de brindar a los clientes (particulares y empresas) mayor seguridad de que están enviando pagos al destinatario previsto.

Passporting

Sobre el passporting, Pedro Borges de viacash enfatiza que “ofrece una ventaja competitiva respecto a otras zonas geográficas como EE.UU. donde no tienen la capacidad de operar con fintech entre estados, y mucho menos con Europa”. Para Jaime Rentero, director comercial de Pecunia Cards EDE, “Brexit ha traído muchos nuevos clientes; neobancos que dependían de una EDE británica que, desaparecido el derecho de passporting para sus planes de expansión o reemplazo a otros países de Europa, buscan emisores autorizados como Pecunia Cards”.

Desde otra perspectiva, y teniendo en cuenta que el mundo de los pagos ha avanzado más rápido que el reporting, Anna Puigoriol de Banc Sabadell considera que “hay una necesidad de actualización de la regulación, ya que la tecnología avanza muy rápido, las fronteras se difuminan, mientras que el reporting apenas ha cambiado”. Constata que “la información que publica Banco de España corresponde al esquema doméstico (tarjetas españolas y/o adquirentes españoles) y ahora el supervisor nacional tiene más controlado lo que pasa en España, pero hay una parte importante que el Banco de España no ve”. Tampoco hay claridad en si la transaccional en prepago, actividad principal de los EDE, es visible.

“Brexit ha traído muchos nuevos clientes; neobancos que dependían de una EDE británica que, desaparecido el derecho de passporting para sus planes de expansión o reemplazo a otros países de Europa, buscan emisores autorizados”.

Jaime Rentero

Director comercial de Pecunia Cards EDE

Autenticación reforzada

Los requisitos de autenticación fuerte de clientes (SCA) entraron oficialmente en vigor el 14 de septiembre de 2019, y la aplicación gradual de los requisitos de SCA ya ha iniciado y algunos bancos han comenzado a rechazar una parte de los pagos que no están adaptados a SCA. La aplicación plena aún no ha comenzado porque el 16 de octubre de 2019 la EBA anunció que los nuevos requisitos de SCA debían estar plenamente aplicados antes del 31 de diciembre de 2020. La mayoría de los reguladores europeos acordaron este nuevo calendario, con dos excepciones: Reino Unido, donde el regulador (FCA) anunció primero una extensión de 18 meses hasta marzo de 2021 alargada 6 meses adicionales hasta el 14 de septiembre de 2021 por motivo de la covid-19; y Francia que, si bien permanece alineada con el calendario de la EBA, mantiene un periodo de gracia adicional de tres meses de aplicación caso por caso.

En relación a la migración a SCA, Carlos Sanz de Banco de España señala que la covid-19 ha ralentizado la ejecución del plan de migración acordado para diciembre de 2020, fundamentalmente porque los comercios han permanecido cerrados durante el confinamiento, y algunos sectores como el turístico han enfrentado dificultades adicionales. “Aunque en el ámbito europeo se estaba esperando algún movimiento de flexibilización por parte de las autoridades europeas, este no se ha producido porque consideran que tiene difícil encaje en el marco normativo actual y ha habido tiempo suficiente desde 2015”. A este respecto, Guillermo López-Dóriga de Bankinter Consumer Finance precisa que la ambigüedad de la norma y la necesaria normalización y estandarización a nivel europeo (por ejemplo, invalidando el uso del CIF del comercio) ha obligado a diseñar las especificaciones en tiempo real. “Las entidades no hemos contado con todas las especificaciones desde 2015”.

Anna Puigoriol de Banc Sabadell explica que la migración a SCA para comercio físico no ha supuesto un gran impacto, mientras que el hecho de atrasar el e-commerce sí lo tendrá. “No hay certeza de que todos los actores vayan a llegar esta vez sin perjudicar la operativa ni al cliente final, a pesar de que todos trabajamos con el escenario de no más aplazamientos y de migración antes de final de año”, añade. La preocupación que sigue existiendo es sobre cómo será el impacto en el consumidor. “Estamos trabajando para resolverlo de la forma más sencilla en las apps para minimizar la fricción con el titular, pero hay mucha operativa y temas técnicos que son complicados”. Anuncia que cuando avancemos en el 5G, será más sencillo. En opinión de Guillermo López-Dóriga de Bankinter, SCA estará preparado a tiempo, si bien “se irán acomodando poco a poco aspectos como las excepciones por riesgo, listas blancas y la autenticación delegada, que son conceptos nuevos que previsiblemente no estarán todos en pleno funcionamiento hasta bien entrado el 2021 y que podrán necesitar de cambios conforme se vayan habilitando y usando”.

Paloma Real de Mastercard percibe que, en relación con otros emisores y adquirentes de países europeos, España se encuentra algo retrasada en la implementación, por lo que el impulso en el tercer y cuarto trimestres del año será importante, más aún cuando “hay un entendimiento en el sistema sobre la necesidad de hacerlo”. Considera que con el crecimiento experimentado en e-commerce y pago digital a través

de aplicaciones por la covid-19, “ahora tenemos el interés del cliente final por utilizar estos medios, lo que facilitará que comprenda mejor las diferentes autenticaciones y pasos que debe dar para cumplir con la normativa, porque hoy existe ese valor reconocido de los servicios e-commerce”. Pero le preocupa el esfuerzo de comprensión que deben hacer los usuarios finales sobre todos los cambios que implican la implementación de PSD2 y SCA. “En esta última milla hay un vacío, y los usuarios no son conscientes de las implicaciones”. Su apuesta sigue siendo por las soluciones biométricas porque la experiencia de usuario es muy importante y en España los abandonos de carrito son mayores que en otros países de Europa, “abandonos que se deben fundamentalmente a problemas de comprensión del usuario en el uso de los 2FA cuando la UX no se simplifica lo máximo posible”. Son muchos los entrevistados que consideran, no obstante, que la curva de aprendizaje es muy rápida, algo observado con la covid-19, y que se confirmará cuando se implanten otros métodos de autenticación como, por ejemplo, el out-of-bank.

“Que el peso del 2FA no provoque desgaste en el consumidor”

Paulo Raposo

Mastercard Portugal

Paulo Raposo de Mastercard Portugal considera que la implementación del SCA se está gestionando de una forma dual: por un lado, la mayoría de los bancos dependen de SIBS, que maneja ritmos, oleadas de desarrollo y progreso con cierta lentitud. Por otro, los clientes que no tienen dependencia con SIBS manejan ritmos más ágiles. En su opinión, el beneficio de SCA está en la capacidad de que la iteración con el consumidor sea invisible, muy fácil. En definitiva, “que el peso del 2FA no provoque desgaste en el consumidor”. Si bien vaticina que la industria llegará al 31 de diciembre plenamente compliant, quedará pendiente la mejora de la UX entre operadores y comercios. En este sentido, José Vicente de Millenium bcp confirma que “las tarjetas estarán listas para proporcionar 3D Secure al final del año”.

En Italia ocurre algo similar. “Los emisores estarán listos en la fecha establecida, pero hay dudas sobre los merchants; de hecho, Italia estaba entre los países que solicitaron a la EBA y la Comisión Europea una extensión del deadline, que no fue aceptada”, informa Rita Camporeale de la ABI, y añade que “la Asociación Europea de Consumidores no era favorable a una extensión porque consideran que debe primar la protección al consumidor de un usuario ya muy activo en e-commerce. Sin embargo, la situación de los merchants hoy, debido a la covid-19, es compleja en cuanto a su capacidad de abordar las inversiones adicionales necesarias”. En todo caso, no espera que la ANC italiana disponga en un sentido distinto a lo estipulado por la EBA.

En este contexto, Rita Camporeale de la ABI aspira a poder contar con una suerte de “pausa regulatoria” para que puedan cosecharse los beneficios que ha traído la regulación y las iniciativas del sector bancario bajo auspicio del European Payments Council (EPC), entre los que destaca los nuevos servicios de pagos inmediatos y Request to Pay. Asimismo, se declara satisfecha de que la Comisión Europea haya decidido no revisar aún el Reglamento de Tasas de Intercambio (IFR).

Servicios de iniciación de pagos

“Se están poniendo los raíles, pero no lo veo inminente”, afirma Anna Puigoriol de Banc Sabadell sobre el desarrollo y adopción de servicios de iniciación de pagos. Tampoco parece que haya grandes comercios con interés en la iniciación de pagos, aunque algunos estén ya experimentando. “Hasta que no llegue un gran comercio con mucha confianza de los clientes, no va a eclosionar. El pago con tarjeta tiene unas ventajas (disputas, rechazos, etc.) que para la iniciación de pagos hay que construirlas ex novo”, añade.

“Hasta que no llegue un gran comercio con mucha confianza de los clientes, no va a eclosionar”

Anna Puigoriol
Banc Sabadell

Juan Gabriel Rodríguez de BBVA tiene una intuición similar, reconociendo que “han avanzado poco, con pocos servicios, pocos casos de uso y pocas empresas que quieran entrar”, pero advirtiendo que el timing no era el más adecuado dado que el foco ha estado en cumplir los

tiempos de SCA, no dejando tiempo para impulsar PIS. Con la llegada de la covid-19 asistieron a comercios a digitalizarse para que tuvieran una alternativa de cobro rápida de venta no presente como Paygol, además de ayudarles a construir la infraestructura de e-commerce, que implica también la cadena logística.

“Una vez SCA y merchants esté bien armado, construiremos nuevas carreteras de pago a través de cuentas, y empezaremos a pensar en la Internet de las Cosas, que será un gran impulsor de la iniciación de pagos”, concluye Juan Gabriel Rodríguez.

Para Guillermo López-Dóriga de Bankinter Consumer Finance “la iniciación de pagos implica que los clientes utilicen un IBAN para el consumo diario, cuando se usa tradicionalmente para grandes importes y compras muy puntuales, con lo que el cambio mental de los clientes de cara a utilizar la cuenta frente a la tarjeta, por mucho que los comercios lo fomenten con campañas, va a ser complicado en el corto plazo”. Explica que un IBAN no dispone de funcionalidades como los límites de las tarjetas (diario, mensual, global, tipo de comercio, etc.) y, si bien en España el IBAN se utiliza mucho para domiciliar recibos, las transferencia inmediatas son, a diferencia de los débitos, órdenes irrevocables de pago.

“La Asociación Europea de Consumidores no era favorable a una extensión porque consideran que debe primar la protección al consumidor de un usuario ya muy activo en e-commerce”

Rita Camporeale
ABI

Ferdinando Visone transmite que, en Italia, al igual que en muchos otros países en Europa, la penetración es aún muy baja, achacable no a los TPP sino a los pocos ASPSP que ofrecen experiencias accesibles y completas en iniciación. Rita Camporeale de la ABI explica que la Italia pre-PSD2 no había experimentado con PIS. “A diferencia de Alemania, los italianos no están tan predispuestos a que un tercero acceda a su cuenta de pago, por prudencia o escepticismo”. Considera que los servicios de información tendrán más recorrido que los de iniciación, al menos en Italia, si bien los bancos ya cuentan con

API dedicadas que han desarrollado a partir de cuatro plataformas cooperativas distintas, la más extendida CBI Globle. “Los bancos reportan un crecimiento en las peticiones de acceso de proveedores de AIS, pero poco movimiento de PIS, lo que confirma que el mercado está más orientado a la primera tipología de servicios habilitados por PSD2”.

En Portugal, Millenium bcp cuenta con soluciones implementadas, pero se encuentra en busca de casos de uso.

En Reino Unido el debate es otro, más avanzado. En abril de 2020 la CMA emitió una actualización sobre Reverse Payments, argumentando la importancia de las restituciones para facilitar el crecimiento de los servicios de iniciación de pagos y considerando que la capacidad de realizar pagos en ambas direcciones es un componente esencial de la funcionalidad de pago. Asimismo, el gobierno británico, en su propósito de aumentar las capacidades de Open Banking y dinamizar los servicios de iniciación de pagos, ha añadido nuevos proveedores de API a su marco de aceptación de pagos.

“A diferencia de Alemania, los italianos no están tan predispuestos a que un tercero acceda a su cuenta de pago, por prudencia o escepticismo”.

Rita Camporeale
ABI

Competencia y concurrencia

Rita Camporeale de la ABI vaticina un periodo de mucha actividad M&A en el mercado de los pagos de compañías que proveen de infraestructuras, entre las que hay varias italianas por lo que será muy relevante para el futuro del mercado italiano de pagos. Por ejemplo, en adquirencia, la italiana NEXI está creciendo por la vía de las adquisiciones, y representa ya el 70% del mercado, con aspiraciones pan-europeas.

¿Acceso a ACH para todos?

Desde Iberpay, Juan Luis Encinas observa una creciente demanda de las entidades de pago y de dinero electrónico por participar en los sistemas de pago como el gestionado por Iberpay. Ahora mismo, las entidades de pago y de dinero electrónico ya están intercambiando pagos con las entidades españolas a través de las conexiones con los principales sistemas de pago europeos, que ya admiten desde hace tiempo la participación de este tipo de entidades. “Se da el caso de entidades de pago españolas que procesan sus pagos domésticos, entre clientes españoles, a través de la conexión que ofrece el Banco Central de Lituania con el servicio RT1 de EBA Clearing”.

Sobre el acceso directo de los EDE a la ACH, Carlos Sanz de Banco de España, la ANC española, comparte que “es un debate abierto que exige cambio de una directiva europea, pero lo importante es garantizar un level playing field; la interpretación de la normativa actual no es homogénea en todos los países y esto genera problemas”.

Pecunia Cards va a ser la primera EDE en España en compensar con EBA, donde estarán representados por CECA a la espera de poder participar en Iberpay. “Nos permitirá utilizar el IBAN propio que ya tenemos pero que no podemos aún utilizar, para domiciliar recibos, nóminas, y facilitar las entradas de efectivo en Pecunia, que ahora son forzadas ya que hay que hacerlas desde un TPV”.

Jacobo Miralles de Bnext considera que estas expectativas “están haciendo que las fintech vean la regulación como un proceso natural; a aquellas que no sean entidades reguladas les irá mal”.

“Es un debate abierto que exige cambio de una directiva europea, pero lo importante es garantizar un level playing field”.

Carlos Sanz
Banco de España

Los Neobancos repiensan su estrategia

Las inquietudes de las fintech con licencia EDE en 2020 se centran en el proceso de migración en el que se encuentran inmersos, el producto Premium apalancado en travel, y la agilidad y capacidad de generar producto con flujo positivo de ingresos en un contexto de tendencia a la concentración, como ya se ha producido en los bancos. Para Jacobo Miralles de Bnext, la covid-19 ha supuesto un punto de inflexión en los modelos de negocio, obligados a ser más conscientes de reducir los plazos para alcanzar ganancias de rentabilidad: "Cambia la estrategia porque te obliga a pensar en productos con menos coste y más ingresos". Ello, unido a la caída del interés de los inversores "obliga a las fintech a encontrar vías alternativas de ingresos como los servicios premium, las tasas de intercambio, la financiación, la agregación de información, los marketplaces, etc".

Carlos Sanz de Banco de España confirma que "se han producido autorizaciones sobre todo de agregadores de información y alguna EDE". Pecunpay representa el caso de una EDE pionera en España, que alcanzó el millón de tarjetas emitidas a los tres años de nacer. En abril 2019 alcanzó un acuerdo comercial y operativo con VISA, que supuso ser la primera entidad del mundo en conectarse de forma directa en modo single-message con la marca, y a partir de septiembre todo el procesamiento será con VISA tras migrar sus clientes desde Redsys. "Vamos a tener la posibilidad de hacer pagos P2P entre titulares de una cuenta con Pecunia, en cualquier parte del mundo, a través de Visa Direct", explica Antonio García Cruz, su gerente general, y aclara que "también tenemos un acercamiento con Mastercard, porque los clientes (fintech) a menudo prefieren una marca u otra en función de los acuerdos previos que mantienen con ellas; nos permite elegir con qué marca vamos con qué programa concreto".

Jaime Rentero de Pecunpay reconoce que pensaban que la tarjeta física iba a desaparecer en tres o cuatro años en Europa, "pero la tarjeta es el branding, la tarjeta de visita de sus clientes, y todos comienzan con la tarjeta física antes de pasar a la virtual". Antonio García Cruz matiza: "hay clientes que ya rechazan la tarjeta física, pero se sigue necesitando porque los Pays no operan en todos los países; es necesaria como back up, por ejemplo, en Portugal, que tiene poca aceptación de pago móvil".

Antonio García considera que los neobancos que no monetizan (y alude a Bnext, Revolut y N26 como ejemplos) han hecho una fantástica labor de marketing, pero han acostumbrado al cliente a no pagar por los servicios, y augura que es un modelo que no se puede sostener en el tiempo. Jacobo Miralles de Bnext destaca en este sentido dos tendencias en las estrategias de los neobancos europeos: "una estrategia es captar muchos usuarios, a la Revolut, para que mi tarjeta la tenga todo el mundo, aunque no la use; otra es aumentar el share of wallet, es decir, que sí se use".

Paloma Real de Mastercard percibe que entre los EDE hay neobancos que surgen para competir y encontrar un lugar dentro de la oferta de los bancos tradicionales; y fintech que pueden complementar la oferta de un banco tradicional para crecer.

En opinión de Pedro Borges de viacash, "a diferencia de Alemania y Reino Unido donde hay un ecosistema de innovación fluido en que las fintech se conectan entre ellas y con los bancos, en España éstos son más conservadores y optan por concentrar toda la innovación in-house, especialmente los bancos más grandes".

"En Portugal las fintech no tienen una presencia tan importante como en España", señala José Vicente de Millenium bcp; "aunque hay casos interesantes, el problema es que muchas no tienen un modelo de negocio claro y a veces existen problemas de integración con los sistemas de los bancos, quienes por su parte están ofreciendo soluciones digitales a sus clientes con información con la que ya contaban pero no explotaban", indica en relación a nuevos servicios como PFM y cuadros de mando, entre otros. Para Paulo Raposo de Mastercard,

“El mercado está evolucionando más lento de lo que sería esperable en términos de aprovechamiento de PSD2 y desarrollo y acceso de fintech a API de pagos, y la irrupción de la covid-19 ha generado una actitud de wait and see en el ecosistema”.

Paulo Raposo
Mastercard

“el mercado está evolucionando más lento de lo que sería esperable en términos de aprovechamiento de PSD2 y desarrollo y acceso de fintech a API de pagos, y la irrupción de la covid-19 ha generado una actitud de wait and see en el ecosistema, por lo que se verán más novedades solo a partir de 2021”. Constata que el reto de las fintech es idear modelos de negocio que generen beneficios a todos los stakeholders que sirven. “Donde sí encontramos mucha actividad es en las fintech que se dedican al segmento B2B, donde hay muchas oportunidades que los stakeholders tradicionales tienen alguna dificultad en ocupar, en particular en servicios para SME”. Más allá (o antes, más bien) de los pagos, Mastercard está participando en un proyecto nacional con la Asociación de la Economía Digital (ACEPI) para digitalizar a las cerca de 50.000 empresas y autónomos portugueses que no tienen presencia en Internet.

“Encontramos mucha actividad en las fintech que se dedican al segmento B2B”.

Paulo Raposo

Mastercard

The missing level playing field

Para Ángel Nigorra de Bizum el entorno regulatorio es cambiante y con incertidumbres, y reclama un marco equilibrado para todos los participantes, sobre todo para aquellos que están llegando de otros sectores como el tecnológico. “Tenemos que jugar todos en la misma división”, afirma, y recuerda el expediente abierto a Apple por la Comisión Europea, entre otras cosas, por impedir la apertura de la antena NFC en sus teléfonos. “En un contexto en el que se está pidiendo a los bancos que abran sus cuentas, no es concebible que el teléfono no permita también tener disponible toda su funcionalidad para cualquier aplicación con el consentimiento del cliente”. Paloma Real coincide: “que se mantenga un entorno de competencia con igualdad de condiciones para todos los jugadores es bueno porque dinamiza el mercado y ofrece soluciones a medida para todos”.

Los distintos sabores del dinero electrónico

“Las tarjetas prepago son un instrumento muy utilizado en Italia, más que en ningún otro país europeo”, afirma Rita Camporeale de la ABI. Ferdinando Visone confirma la cultura de prepago en Italia, y la multitenencia de este tipo de tarjetas, a diferencia de España donde se tiende a tener una única tarjeta. “En Italia existe cierta predilección por los medios de prepago, sobre todo en e-commerce, ya que la gente no confía y es una forma de limitar el impacto”. Además, Rita Camporeale señala su idoneidad y adopción como solución de entrega de pocket-money a niños y jóvenes. “En Italia hay dos grandes tipologías de tarjetas prepago: bancarias y las emitidas por EDE que utilizan el procesamiento de Wirecard”, explica Ferdinando Visone.

En España, sin embargo, “el problema de los productos de prepago es que el caso de uso es claro para el cliente, pero el margen es muy bajo”, apunta Anna Puigoriol de Banc Sabadell. “El modelo de negocio no es claro ni rentable, si bien las fintech buscan con el prepago otras ventajas como el acceso a datos, crecimiento y ventas cruzadas”. En cuanto a la transaccionalidad, “en las estadísticas del Banco de España se contabiliza la carga, ya que es un importe pagado con otra tarjeta, pero para ver la operativa se ha de acudir al adquirente. No sabemos si el volumen es lo suficientemente grande para que al supervisor le interese”.

Paloma Real de Mastercard constata que en España ha habido un crecimiento muy grande de neobancos (Verse, Bnext, Revellion, Pagantis, Fintonic) que están impulsando el negocio de prepago y ejercen de revulsivo para que los bancos pongan más empeño en la innovación. “Pero en prepago sigue liderando Correos”, añade.

Ciberseguridad y fraude: retos de la supervisión

“Las empresas de medios de pago deberán comunicar al Banco de España de manera inmediata cualquier incidente operativo o de seguridad grave, pudiendo ser reportado también al Banco Central Europeo y la Autoridad Bancaria Europea”. Así figura en una consulta pública previa abierta por el Banco de España para regular, en una circular, ciertos aspectos de seguridad recogidos en el decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, que trasponía las directivas sobre medios de pago (PSD2).

“El rápido crecimiento y auge de las transferencias inmediatas ha planteado nuevos retos en materia de prevención del fraude. La inmediatez de los movimientos de fondos y el aumento del importe máximo por operación a 100.000 euros requiere disponer de información sobre fraude en tiempo real y herramientas que detecten y prevengan prácticas fraudulentas online”, constata Juan Luis Encinas de Iberpay. Así, durante el último año, se ha puesto en marcha un nuevo servicio de prevención del fraude, Payguard, para el intercambio en tiempo real de información y operaciones de carácter fraudulento entre las entidades financieras participantes. “Estas iniciativas evidencian la importancia de la colaboración sectorial para la prevención del fraude”, añade Juan Luis Encinas.

Anna Puigoriol de Banc Sabadell, sobre el fraude en el ámbito de las tarjetas de pago confirma que no ha habido un repunte importante, teniendo además en cuenta el aumento del límite de pago contactless de 20 a 50 euros, “si bien al inicio del confinamiento sí se observó un crecimiento de prácticas de phishing”.

Desde Alemania, Pedro Borges de viacash confirma que “el escándalo es malo para el ecosistema, y para Alemania es un tema muy serio en términos reputacionales y regulatorios porque es la primera vez en la historia que una empresa del Dax30 cae, uno de los pocos players globales alemanes, el único en pagos y el segundo digital después de SAP”. Carlos Sanz de Banco de España explica que “las ANC procuran en su ámbito de vigilantes de los sistemas de pago que exista un control de estos proveedores de servicios técnicos críticos, bien directamente por la ANC o que la entidad supervisada tenga contractualmente establecida su relación con ese proveedor, además de facilitar el control para cumplir los estándares de calidad necesarios”. De hecho, el artículo 15 sobre externalización de funciones contemplado en el

Real Decreto 736/2019, de 20 de diciembre, de régimen jurídico de los servicios de pago y de las entidades de pago por el que se modifica el Real Decreto 778/2012, de 4 de mayo, de régimen jurídico de los EDE, recoge estas obligaciones para con el Banco de España.

Paloma Real de Mastercard considera que “este episodio genera mucho recelo e incertidumbre en el usuario final, que además puede no entenderlo”. Y lo que más le preocupa es el impacto en y la percepción de sus clientes directos. “Mastercard está obligada a reportar tanto al Banco Central Europeo como al Banco de Bruselas, donde está establecida la compañía”. Su colega Paulo Raposo de Mastercard Portugal confirma no tener ninguna exposición y por tanto ningún cliente impactado por Wirecard, si bien “en el país el tema ha sido relevante para los clientes con tarjetas Curve”. De hecho, Jacobo Miralles de Bnext confirma que “muchas fintech británicas se han visto expuestas a la materialización de riesgos operativos provocados por proveedores de tecnología, que obligó a la interrupción de los movimientos de las cuentas de sus clientes”. Ferdinando Visone sí identifica un daño reputacional en Italia ya que hay tres EDE que utiliza(ban) Wirecard para procesar sus tarjetas prepago.

Panorama de los medios de pago en América Latina

Mariano Biocca de la Cámara Fintech Argentina parafrasea a Harari en unas declaraciones realizadas al principio de la cuarenta: “la pandemia va a generar un fast forward en la adopción de tecnología digital”. Considera los pagos digitales como algo más que un vertical, una función infraestructural sobre la que se pueden construir el resto de verticales de negocios financieros, y nuevos servicios de utilidad para las personas.

La exclusión financiera persiste como condición mayoritaria

La visión de Pierpaolo Barbieri de Ualá de la Latinoamérica a diez años vista es una región en la que no habrá gente no bancarizada. Para ello, “es esencial que el regulador exija competencia y apertura por el enorme potencial de arreglar esta inequidad”. “Hay que incorporar al gobierno para garantizar la inclusión financiera, por la importancia de los pagos de gobierno”, constata Raúl Morales del CEMLA.

Son varios los países de la región que han optado por permitir la retirada de los recursos destinados a la jubilación administrados por las AFP. Tal ha sido el caso, hasta la fecha, de Chile (autorizado el 10%, unos 25.000 millones de dólares) y Perú (100%). Más allá de lo acertado o no de esta medida, desde la perspectiva de la industria de los medios de pago se concibe como una gran oportunidad. “Estos recursos se van a destinar a consumo, y será clave crear los incentivos y promover el diálogo para que se queden en el medio de pago y evitar que el mercado se llene de efectivo y se pierda la oportunidad de digitalización”, expone Ángel Sierra de la Asociación Fintech Chile. “Los emisores han avanzado mucho, entre ellos las Cajas de Compensación con sus tarjetas prepago en las que se reciben las mesadas y el dinero de las AFP, pero si el comercio no las acepta, tendremos problemas”.

En Colombia, uno de los obstáculos a la inclusión financiera según Manuel de la Cruz de Santander es el mantenimiento del Impuesto a las Transacciones Financieras o ITF, que grava el cuatro por mil y motiva que parte de la economía se mantenga sumergida. Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria añade: “No hay ningún avance y menos ahora en la actual coyuntura. Si hace un año o dos era difícil hablar de la eliminación del cuatro por mil, hoy es imposible”. Por su parte, Andrés Mauricio Velasco de BANREP es más optimista en cuanto a los drivers más relevantes de la formalización en el país: “La presencia del Estado ha sido tradicionalmente pobre y escasa en los países latinoamericanos y la gente ha tenido pocos incentivos a contribuir. Esta circunstancia covid en la que el Estado sí ha estado presente, puede generar una conciencia de valor y de impulso a la contribución fiscal”.

Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria nos recuerda que desde hace más de un año el gobierno preparaba un decreto para la modificación del sistema de pagos de bajo valor con propósitos de inclusión financiera. Fue en febrero de 2020 cuando el Ministerio de Hacienda expidió el Decreto 222/2020 que modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con los corresponsales, las cuentas de ahorro electrónicas, los depósitos electrónicos, el crédito de bajo monto y se dictan otras disposiciones relativas al microcrédito. Con él, se modifica la estructura de los productos digitales de bajo monto, tanto de activo como de pasivo, revirtiendo (u ordenando) la tendencia en Colombia de promover la inclusión financiera creando productos ad-hoc de ahorro y crédito, y busca asimismo resolver la cobertura en el sector rural

a través de una nueva figura: la corresponsalía bancaria móvil. Desde este momento, la heterogeneidad anterior queda simplificada a dos tipos de depósitos: depósitos de bajo monto y depósitos ordinarios.

Desde Argentina, Pierpaolo Barbieri de Ualá admite que “el desafío más grande es resolver la inclusión financiera, que Europa resolvió hace treinta años”. Ualá trata de resolverlo y con ese propósito ya ha emitido 2,3 millones de cuentas digitales asociadas a una tarjeta prepaga, más del 6% de la población de Argentina y aproximadamente el 18% de la población en el grupo de 18 a 25 años. Señala como retroceso en la adopción del pago digital, además de la mayor fiscalidad estructural a la que aludía Ignacio Carballo de la UCA, “el retroceso que ha supuesto la decisión del gobierno en febrero de 2020 de impedir el pago de salarios, pensiones y subsidios en una billetera digital (como sí está permitido en Brasil), reservando de forma exclusiva esta funcionalidad a los bancos, que han demostrado que no ofrecen estos servicios a pensionados, vistas las largas filas de personas mayores en las sucursales durante las primeras semanas de la pandemia”.

“El desafío más grande es resolver la inclusión financiera, que Europa resolvió hace treinta años”.

Pierpaolo Barbieri

Ualá

Alejandro Cosentino, fundador y CEO de Afluente, achaca a la complejidad y concentración del sistema financiero latinoamericano el hecho de que los servicios financieros no consigan ser universales: “en Argentina hay muchas transacciones no registradas porque es el país con la mayor presión fiscal del mundo, y los ciudadanos se protegen eludiendo impuestos: el dinero no va a los bancos, hay poco crédito y caro, y los bancos atienden a los segmentos más altos de la población, provocando exclusión financiera”. Considera que la anterior gestión de gobierno sí se preocupó mucho por la digitalización de los pagos, pero no por el crédito, sobre el que recae un IVA del 21%. “Argentina es un mercado con muy buenos productos financieros a costos razonables para un segmento muy pequeño de la población, mientras que el resto, la mayoría, está excluida”.

Desde la Cámara Fintech Argentina, su coordinador general Mariano Biocca declara que la inclusión financiera es una deuda enorme en Argentina, y nunca fue tan posible como hoy atacar este objetivo. “Como Cámara e industria, entendemos que los pagos digitales son la verdadera puerta de acceso a la inclusión financiera, ya que a partir de los pagos se puede brindar acceso a la financiación, al ahorro y las inversiones. Hay mucha información que se puede obtener y capitalizar a partir de la transaccionalidad”.

Milton Vega del BCRP explica que el Banco de la Nación fue autorizado a abrir cuentas básicas (como la cuenta RUT del Banco Estado de Chile), con el propósito de convertirlo en el pivote del gobierno para lograr una mayor inclusión financiera en un país, donde solo el 43% de la población adulta está bancarizada y, por tanto, el pago digital ha sido siempre muy bajo. “Los bonos covid comenzaron siendo cobrados en ventanilla del Banco de la Nación en efectivo”. El reto sigue siendo cómo llegar a los no bancarizados y a los que no saben usar los nuevos medios de pago.

“CoDi presenta algunos retos estructurales, no porque sea un medio de cobro sin costo para el comercio sino porque no hay ventajas para el cliente bancario por pagar con CoDi, ni para los distintos participantes para aumentar la adopción”.

Juan Gabriel Rodríguez
BBVA

En México, CoDi, la alternativa que el gobierno ha presentado para mejorar la aceptación de pagos, ya se encuentra operativa, pero en opinión de Juan Gabriel Rodríguez de BBVA, “la UX no está madura ni para el comercio ni el pagador”. Reconoce que “CoDi presenta algunos retos estructurales, no porque sea un medio de cobro sin costo para el comercio sino porque no hay ventajas para el cliente bancario por pagar con CoDi, ni para los distintos participantes para aumentar la adopción”. Además, señala que el comercio que ya tiene TPV no tiene ningún incentivo para cobrar con CoDi

salvo el coste, mientras que “la conciliación bancaria está aún pendiente de desarrollarse, así como el fraude y la financiación del cliente, aspectos que el pago con tarjeta sí resuelve”.

“En el mundo informal el problema ya no es de bancarización per se sino de inclusión fiscal”, añade Juan Gabriel Rodríguez de BBVA. “Y si bien la gran ventaja de CoDi es poder incluir a pequeños comercios que hoy no aceptan tarjetas o son informales, el problema es que el comercio no ve ningún beneficio por fiscalidad: los costes fiscales de la formalidad no compensan para muchos los beneficios fiscales en forma de servicios públicos”.

Raúl Morales del CEMLA duda de que la economía informal quiera pasarse por completo al pago digital, y pone también a CoDi de ejemplo: “a pesar de que está asentado en una plataforma muy potente como es el SPEI, que lleva casi una década de funcionamiento, y a coste cero, existe un segmento de la población que desea mantenerse auto-excluida del uso de pagos digitales”.

“La Comisión Nacional Bancaria de México (CNBV) ha emitido en junio 2020 un Oficio que permite ofrecer una nueva cuenta digital (N4) de forma transitoria” según explica José María Sobrevia del Grupo Financiero Afirme, que algunos bancos están listos a ofrecer. A diferencia de la N2 que tiene una transaccionalidad muy limitada (3.000 UDIS, aproximadamente 1.000 dólares de depósitos por mes), la nueva N4 “No Presencial” permite depósitos mensuales diez veces mayores (30.000 UDIS). Lo mismo aplica en créditos de consumo, por ejemplo, en tarjetas de crédito, que pueden ofrecerse por canales alternativos sin necesidad de presencialidad hasta 30.000 UDIS de límite de crédito. La autenticación para el onboarding se realiza con tecnología propia o con apoyo de fintech con biometría o reconocimiento facial, videoconferencia, etc.

Dinero electrónico, instrumento para la inclusión financiera

Milton Vega del BCRP admite que en Perú no hubo un gran desarrollo del prepago, siendo un jugador importante la EDE Tarjetas Peruanas Prepago, pero que recientemente se observa un mayor interés en este mercado con iniciativas de los bancos en el ámbito de las personas no bancarizadas con capacidad para abrir la competencia en el lado emisor de tarjetas”.

Pierpaolo Barbieri de Ualá explica que el BCRA está trabajando en un nuevo régimen informativo para los PSP. “La información es un bien público que ha de estar disponible para todos, porque permite hacer mejor política al regulador, y mejores estrategias a la industria”. Y extiende este reclamo más allá de la transaccionalidad, concretamente a la morosidad en los productos de crédito. “El 70% de los usuarios de Ualá no disponían antes de un medio de pago, por lo que les estamos ayudando a crear un historial de pagos, que es un activo, pero para ello necesitamos compartir información, algo que por ejemplo Mercado Pago no quiere hacer”.

Desde la perspectiva de la Asociación Fintech Chile la extensión del prepago está presentando una dificultad desde el punto de vista regulatorio en cuanto a la velocidad de aprobación de la licencia. “La expectativa de un caso normal es de seis a ocho meses y está llegando a más de un año”, constata Ángel Sierra. “De agilizarse y esclarecerse más aún el proceso de migración al modelo de cuatro partes, podríamos llegar a tener muchos más actores operando”.

Marco Roca de Krealo percibe que en la región existe un avance en relación con la regulación de las cuentas prepago o de dinero electrónico. “Son diferentes versiones de lo mismo, una licencia más light en términos de capital mínimo regulatorio, una plataforma interesante que te permite captar fondos del público para ofrecer soluciones de neobanco”, aclara. “De hecho, muchas de las soluciones en Europa como N26 comenzaron sin licencia bancaria, y lo mismo está sucediendo en Latinoamérica”. Brasil, que es regulatoriamente el entorno más evolucionado, cuenta ya con unos treinta jugadores de esta naturaleza, con cuentas de pago; Argentina una decena a la que recientemente se han unido Nubi y Naranja; y en Colombia hay jugadores enmarcados en la regulación de las SEDPE. Credicorp es dueño de una de ellas en Chile (Tenpo), una cuenta prepago regulada de marca blanca. “La nueva regulación de cuentas ómnibus en Colombia permite armar un banco a pedazos; En Perú la regulación tiene unos cinco años y ya hay jugadores que comienzan a perfilar servicios, mientras que en otras partes del mundo el prepago se basa en la adquirencia”.

“En Costa Rica no hemos desarrollado aún esquemas de dinero electrónico; sentimos que debemos hacer el máximo esfuerzo para eliminar trabas a las entidades financieras reguladas para que desarrollen plataformas de pago robustas; las plataformas de dinero electrónico son nuestra última opción cuando concluimos que

“No deberían crearse dos mundos de pagos, uno para los bancos y otro para fintech”.

Carlos Melegatti

Director de Sistemas de Pago del Banco Central de Costa Rica

el sistema formal no logra llegarle a toda la población”, afirma Carlos Melegatti, quien declara además estar realizando el máximo esfuerzo para incluir a todas las organizaciones en el Sistema Nacional de Pagos (SINPE), porque “no deberían crearse dos mundos de pagos, uno para los bancos y otro para fintech”.

La apertura de la adquirencia

“Cada país tiene un cableado particular en medios de pago y en Chile se está reorganizando”, constata Ángel Sierra de la Asociación Fintech Chile. “Ahora estamos inmersos en la migración al modelo de cuatro partes, el cual está incluso suponiendo una alta litigiosidad judicial”. Describe que el principal problema que actualmente se está generando se encuentra en la fijación de las tasas de intercambio, las cuales, a criterio de varios organismos de gobierno y el mismo mercado, se perciben como altas. “Si no se regulan las tasas de intercambio, la migración al modelo de cuatro partes habrá sido un despropósito en la medida en que subirían los costos de procesamiento al comercio y adicionalmente impediría la entrada de nuevos adquirentes, dada la forma como actualmente está estructurado el mercado”, añade Ángel Sierra.

Mariano Biocca de la Cámara Fintech de Argentina recuerda las décadas pasadas de monoadquirencia con Prisma, y describe los avances recientes en materia de QR y botones de pago. “Seguimos con un gran adquirente QR en circuito cerrado (Mercado Pago, con más de un millón de comercios afiliados) a la vez que han emergido otras billeteras que también son adquirentes o habilitadores QR a pesar de que el BCRA reglamentó la estandarización e interoperabilidad del QR, que en realidad nunca se hizo efectiva”. Anticipa que el sector privado está trabajando en un proyecto de interoperabilidad QR para que desde cualquier billetera digital o home-banking se pueda leer cualquier QR de cualquier comercio subido a este esquema estandarizado, “iniciativa que está teniendo muy buen nivel de aceptación, algo difícil en un modelo con un gran gran adquirente como Mercado Pago que es un circuito cerrado”.

“Poder tener en Argentina una competencia en adquirencia tras la rotura de Prisma y su poder dominante ha ayudado a ampliar el entorno”, afirma Juan Gabriel Rodríguez de BBVA. De hecho, en Argentina hay muchos bancos y fintech pensando en entrar en el mercado adquirente, lo que ampliará la capilaridad de la aceptación.

Alejandro Cosentino de Afluenta explica que en Argentina ha habido una primera oleada de agregadores de pagos (tipo Mercado Pago) que nacen online para canalizar los pagos con tarjeta de débito o crédito y habilitar la compra en e-commerce. “Son intermediarios que facilitan, pero también encarecen la transacción al comercio”, afirma. Ahora Mercado Pago está convirtiéndose en adquirente de comercios físicos.

MercadoPago está también presente en Chile como subadquirente, un gran subadquirente que con el tiempo se espera pueda jugar un rol muy importante ya que la regulación obliga a que cuando un subadquirente supere el 1% de los montos procesados a nivel del país (Mercado Pago ya lo ha superado), debe convertirse legalmente en operador. “También está entrando en el negocio del prepago, y va a operar en toda la cadena: emitiendo, procesando y adquiriendo”, informa Angel Sierra de la Asociación Fintech.

En relación a las nuevas cámaras de compensación autorizadas (Visa y Mastercard) que se suman a las existentes de PROSA y E-Global, Alejandro Pineda de BBVA ilustra que ya pueden instalar sus servicios en el país. “En México el ecosistema (estándar mexicano) se ha desarrollado durante cincuenta años por separado de los modelos Visanet o Mastercard, y ahora estas nuevas cámaras vienen a enriquecer la oferta, siempre respetando la universalidad de la adquirencia, y los niveles de servicio del mercado mexicano”. Considera que la migración de bancos mexicanos a estas nuevas cámaras será selectiva y en función de su situación actual con la cámara que hoy le da servicio. “Visa y Mastercard vienen a competir y ganar clientes para sus cámaras; veo que tienen oportunidad sobre todo en nuevos jugadores fintech”, añade.

José Sobrevia de Afirme comparte que, si bien hasta la fecha han emitido con Mastercard, lo harán principalmente con VISA a partir de octubre. “Para un banco de nuestro tamaño, intermedio, hacer inversiones en tecnología con dos esquemas es muy caro”, afirma. Y añade que no solo emitirán, sino que a futuro, probablemente harán el switch con Visa para

poder hacer uso de todas las nuevas funcionalidades (apps, e-commerce, etc.). Anuncia, asimismo, que están haciendo todo los desarrollos para ser el primer banco en México en aceptar Discover vía PROSA en sus terminales.

En relación a la terminalización POS en México, Jacobo Miralles de Bnext la considera el mayor reto: “no en términos de hardware y software sino en educar a los comercios, tarea a la que Rappi y Mercado Pago (considerada una superapp) llevan mucho tiempo y recursos invertidos”.

La investigación iniciada el pasado año por INDECOPI al mercado de las tarjetas de pago en el Perú no ha finalizado aún. Milton Vega del BCRP indica que, a pesar de no haber concluido, ha habido avances importantes en preparación del entorno de la multiadquirencia de tarjetas que han transformado sustancialmente el ecosistema: “Lo que antes era Visanet ahora es Niubiz, y Procesos (Mastercard) es ahora Izipay, adquirentes multimarca desde enero de 2020”. El Banco Central venía promoviendo desde hace cuatro años una mayor interoperabilidad y eficiencia en el mercado de tarjetas, y no han sido desdeñables los logros: multiadquirencia, agregadores y m-POS para los pequeños comercios (Vendemás, Izipay) y tarifas que seguramente habrán de ser revisadas a la luz de las recomendaciones de INDECOPI. Juan Gabriel Rodríguez de BBVA considera que las dos líneas de terminalización de los últimos años en Perú (negocio tradicional y long-tail) han funcionado bien, y entrarán nuevos agregadores, algo que vaticina que ocurrirá también en mercados más maduros. “Todavía quedan retos, como la falta de adopción de usuarios tarjetahabientes y llegar donde está la gente no bancarizada, al mundo de la base de la pirámide”, añade.

Marco Roca de Krealo considera que “estamos viviendo en el Perú lo que se vive en el resto del mundo, con cambios en el procesamiento (ya es multibandera) muy parecido al modelo de cuatro partes, en el que las relaciones con los emisores las tienen la bandera y no el procesador”. Todos los agentes peruanos enfatizan que el modelo de multiadquirencia peruano, a diferencia del argentino, brasileño, chileno o mexicano, ha sido promovido por la industria sin necesidad de que el regulador interviniera. Y se encuentran en cartera iniciativas regulatorias encaminadas a impulsar el pago digital en pymes y el e-commerce. Añade que, en el mundo tradicional de los POS, la ratio por cien mil habitantes en el Perú está a un cuarto de Chile y un quinto de Brasil, lo que genera la pregunta de si tiene sentido llevar POS al long-tail donde se concentran

también retos de educación digital. “Por ese motivo lo estamos abordando con nuestra microfinanciera Mibanco, vendiendo mPOS a sus clientes microempresarios”. Por su parte, la inversión en Culqi, cuya tesis de valor es omnicanal, trata de ofrecer “que los pagos salgan de la concepción de commodity donde la única competencia es el precio a una que se diferencie con valor agregado, que ayude a vender más, y que la transición del comercio presencial al delivery sea con presencia en línea, ya que la base de clientes durante el confinamiento se ha convertido al e-commerce”. “Si uno encuesta a las mipymes sobre sus preocupaciones, se observa que éstas se centran en el acceso a financiación, herramientas de gestión, facturación y contabilidad, además de ayuda para vender más. De modo que si queremos atender estas preocupaciones debemos olvidarnos del POS per se y ofrecer mejor análisis de riesgo, disponibilidad inmediata de crédito, préstamos en el POS a clientes, loyalty, etc.”, concluye Marco Roca de Krealo.

Colombia será testigo en 2021 de los orígenes de una transformación del entorno, ya que Credibanco y Redeban se tendrá que transformar para llevar nuevas soluciones de pago y servicios de valor añadido a los comercios, y permitirá la entrada de más facilitadores y agregadores de pagos, como ya ocurrió en México.

Las distintas velocidades del Open Banking

“En Perú no hay una ley fintech como en México”, señala Milton Vega del BCRP. “En Brasil esperamos la llegada de Open Banking y la inauguración del sandbox para 2021”, adelanta José Carvalho de BPP, que ofrece soluciones de Banking as a Service “con el ADN de Innovación PIX, Open Banking y todas las innovaciones que vengan”. Tiago Aguiar de TecBan confirma el propósito de interoperabilidad con todas las nuevas soluciones e innovaciones, si bien más enfocados al potencial de Open Banking al que augura una enorme capacidad de modernizar la economía del país.

“En Brasil esperamos la llegada de Open Banking y la inauguración del sandbox para 2021”.

José Carvalho
BPP

“Con pagos inmediatos se amplían las posibilidades de hacer fraude y, de hecho, la seguridad es un gran tema en la regulación de pagos inmediatos y de Open Banking, porque puede amenazar el concepto de apertura e inmediatez”.

Tiago Aguiar
TecBan

“Las normas de Open Banking fueron aprobadas por el BACEN en junio de 2020 y se espera que el despliegue en cuatro fases culmine en octubre de 2021”, informa Carlos Alberto Carneiro Moreira Junior de Elo. “Pero la prioridad del BACEN hoy es PIX”. Tiago Aguiar de TecBan explica que la posición de BACEN respecto a Open Banking, que “decidió no apostar por ser un early adopter sino esperar a analizar las lecciones aprendidas por otras iniciativas regulatorias, como la británica”, ha sido muy inteligente. Por ejemplo, a diferencia de Europa donde Open Banking (PSD2) es mandatorio para las entidades de crédito, pero no se proporcionaron estándares API, UX, etc., Brasil sí lo hará. Añade Tiago Aguiar que “con pagos inmediatos se amplían las posibilidades de hacer fraude y, de hecho, la seguridad es un gran tema en la regulación de pagos inmediatos y de Open Banking, porque puede amenazar el concepto de apertura e inmediatez”.

En Chile, las perspectivas de contar con un sandbox en el corto plazo se alejan de acuerdo con Víctor Wipe de SBPay, por la contingencia de la covid-19. “Coincidimos con la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) en que debemos valorar si vale la pena contar con este vehículo; cuando el sandbox no tiene la capacidad en términos de personal, genera el efecto contrario al buscado”, informa Ángel Sierra de Asociación Fintech Chile al respecto.

En Colombia el Open Banking aún se percibe como lejano, según Andrés Mauricio Velasco de BANREP, y no es algo que el Banco Central quiera promover de forma exabrupta en un mercado como el colombiano. “Queremos seguir la escalera de aprendizaje”.

El sandbox, sin embargo, ha funcionado bien y la dirección es la correcta, aunque tiene un problema de escala por el tamaño del equipo dedicado. “La autoridad se da cuenta de la regulación que está pidiendo el mercado. Este es el mayor valor, la labor del policy maker”. Así lo concibe también Manuel de la Cruz de Santander Colombia: “La SFC está tremendamente comprometida con la innovación financiera en medios de pago”.

“El decreto del sandbox regulatorio expedido recientemente (Decreto 1234 de 2020 del 14 de septiembre de 2020) pone en derecho positivo lo que había sido una costumbre con el espacio sandbox que se creó en SFC Innova”, confirma Andrés Mauricio de Asobancaria. Lina María Jaime Páez de la Dirección de Transformación Digital e Inclusión Financiera de Asobancaria matiza que “quieren darle un alcance mayor en lo relativo a los periodos de prueba, ya que el sandbox reconoce la necesidad de que las entidades participantes respondan a los riesgos de las actividades que pretenden desarrollar en el espacio de prueba. Un gran reto que seguirá es el proceso del licenciamiento, el cual no está contemplado en profundidad en el decreto, aunque seguramente estará relacionado con el tipo de actividad”.

La Asociación Fintech de México, que reúne unas 88 entidades de las 314 que según Finnovista están presentes en México, ha fungido como representante de estas empresas en el proceso de elaboración de la Ley Fintech para lograr una competencia justa con los bancos y, a partir de su promulgación, acompañar las disposiciones secundarias que han ido saliendo de la ley y acompañarlas en el proceso de solicitud, al que acudieron 85 (60 IFPE y 25 de crowdfunding). La Ley Fintech aborda el Open Banking en un apartado inclusivo y a mediados de 2020 se emitieron las primeras disposiciones secundarias (localización de cajeros, datos abiertos, etc). El siguiente paso en la agenda es el acceso de las fintech a datos transaccionales.

Luis Silva de la Asociación Fintech comparte que “la CNBV, el organismo que regula y supervisa a todos los intermediarios financieros del país, aplazó hasta el 30 de junio todos los trámites. Solo había una ITF autorizada antes de marzo, pero irónicamente todavía no puede operar (en julio de 2020) porque uno de los últimos pasos es una inspección física a las oficinas, que por obvias razones no se ha podido realizar”. Las 85 ITF presentaron un amparo para poder seguir operando.

“Hay posibles cambios en la regulación fintech que se están trabajando en estos momentos, en particular, el diálogo abierto para modificar el onboarding digital”.

Alejandro Pineda
BBVA

“Hay posibles cambios en la regulación fintech que se están trabajando en estos momentos, en particular, el diálogo abierto para modificar el onboarding digital, el tema más relevante ahora mismo”, explica Alejandro Pineda de BBVA. Sobre este particular, Jean Marc Mercier de la ABM añade que hay una agenda muy cargada de temas de innovación, además del onboarding digital, que se está debatiendo en las distintas mesas de interlocución las autoridades: factores de autenticación, cómo deben operar los distintos participantes nuevos en cámaras de compensación, etc., pero que, “por las circunstancias de la covid-19, los distintos reguladores están hoy enfocados en cambios puntuales y de rápida ejecución, y más en temas de estabilidad, solvencia y capitalización financieras que de pagos, por lo que se ha producido cierto cambio de prioridades que ponen on-hold algunos de los debates que estaban encima de la mesa”.

Por lo que respecta al sandbox, “no hay ninguna empresa que haya solicitado a la CNBV, a la fecha, participar en el sandbox”, confirma Luis Silva de Fintech México.

Fintech, neobancos y challenger banks fijan posiciones

“Los bancos nunca pensaron que les iba a llegar su momento Uber”, afirma Alejandro Cosentino de Afluenta.

Son numerosas las asociaciones fintech que pueblan los países de la región. En opinión de Ángel Sierra de Fintech Chile, el fenómeno de las asociaciones fintech ha sido muy bueno para Chile y para el mundo. “La asociación en Chile apenas tiene tres años y han pasado cosas enormes; tanto es así que si no hubiera sido por la pandemia, la Ley Fintech, que contempla preceptos de Open Banking, ya estaría en el Congreso”. Por su parte,

Víctor Wipe de SBPay, percibe que “la adaptación a un ecosistema a través de fintech es algo urgente para las entidades financieras en Chile y en el mundo”.

Cada país es un mundo, tal como describe Jacobo Miralles de Bnext, en relación a la estrategia de llegada adoptada para conquistar el mercado mexicano: “entramos en alianza con un tercero que asume la carga regulatoria, para ganar time to market, y estamos solicitando una licencia IFPE, que es lo más parecido a una EDE, pero nos hemos dado cuenta de que el contexto es distinto”. Las principales diferencias con España, según describe, radican en que en México sí permiten ingresar con dinero en efectivo en tiendas de conveniencia y bancos, algo fundamental para los usuarios porque no todo el mundo está bancarizado. “Incorporamos una funcionalidad de pago de recibos, que no contemplamos en España, y en apenas seis meses contamos con una variedad de productos incluso mayores que Albo, el mayor neobanco de México”.

“Los bancos nunca pensaron que les iba a llegar su “momento Uber”.

Alejandro Cosentino

Afluenta

En relación a su eventual participación en SPEI (y en CoDi), Bnext está planteándose conectarse a través de Belvo, plataforma de API de Open Banking de origen español con aspiraciones regionales. “Podremos utilizar CoDi cuando dispongamos de licencia”. Explica que a pesar de que las regulaciones latinoamericanas están muy inspiradas en Europa y por ello se consideran más atrasadas, son muy innovadoras. “En México, el sistema es de transferencias inmediatas por defecto, y el Banco Central ha creado un loop cerrado que no tiene que pasar por redes de VISA y Mastercard, una tendencia observada en la región tanto por operadores públicos (CoDi, PIX) como privados (Mercado Pago)”.

Ignacio Carballo de la UCA explica el cambio de estrategia adoptada por el gobierno argentino. “En el periodo 2016-19 puso en agenda la inclusión financiera principalmente a través de la digitalización, aunque en los hechos fue una agenda más de digitalización que de inclusión, brindando eficiencia y conveniencia a quien ya tiene acceso”. Recuerda que Argentina fue sede del G20 a finales de 2018 con uno de los ejes de la agenda centrado en la inclusión financiera. En 2017 se crea la Cámara Fintech de Argentina, que acoge

verticales y players heterogéneos. A pesar de que la vertical priorizada en Argentina, a diferencia de Brasil, fue la de financiación y no la de pagos, surgieron importantes innovaciones regulatorias particulares como el QR y el DEBIN (débito inmediato). En cuanto a la mencionada heterogeneidad de players, explica que “cada país cuenta hoy con su unicornio (Mercado Libre en Argentina, Nubank en Brasil, Rappi en Colombia), que ayudan a derribar árboles y preparar el terreno para el resto del sector”. Sin embargo, “con el nuevo gobierno se ha generado una mística de que el sector fintech fue auspiciado por el anterior, y se aprecia en las primeras regulaciones del 2020 que abandonaron el enfoque laissez-faire previamente adoptado”. Hoy son más numerosas las fintech de pago que de financiación, y desde enero de 2020 hay una nueva regulación para los PSP por el temor de que las bigtech, como Mercado Pago, presenten riesgo sistémico en el país y para confirmar que no hacen intermediación financiera, como ya adelantara China hace un par de años. Así, los fondos de los clientes acreditados en cuentas de pago deben encontrarse en cuentas a la vista, en pesos, en entidades financieras del país y disponibles con carácter inmediato ante su solicitud; y se estableció también la obligatoriedad de la inscripción en el “Registro de PSP que ofrecen cuentas de pago” y el correspondiente reporte de información al BCRA. El Ministerio de Producción venía trabajando en un piloto para que las billeteras virtuales permitieran recibir sueldos, pensiones y beneficios sociales, como ocurre en Brasil con las contas de pagamento, pero quedó interrumpido a inicios de 2020. Y justo antes de la irrupción de la covid-19, se interrumpió la funcionalidad DEBIN automático y recurrente (permanece el que requiere confirmación), dificultando a las fintech de financiación la automatización de cobros de los créditos concedidos. “De repente, los pagos digitales se tornaron fundamentales para poder subsistir durante el confinamiento, y las billeteras habrían ayudado mucho si la gente hubiera tenido la opción de cobrar vía CVU (Clave Virtual Uniforme), ahorrándonos imágenes lamentables como las del pago de prestaciones de jubilación”, concluye Ignacio Carballo.

En Argentina hay cinco bancos digitales que concentran más de dos millones de clientes: Brubank, quizá el más destacado; Wilobank, el primero; Rebanking (perteneciente al un gran grupo financiero del país); Open bank (del Grupo Santander) y en camino se encuentra Banco del Sol, también de un grupo financiero argentino. Nubank lo intentó. “Ninguno de ellos forma parte de la Cámara fintech”, confirma Mariano Biocca.

“Nubank muestra un desempeño extraordinario en Brasil. En tarjeta de crédito ya es el quinto mayor emisor de Brasil, solo por detrás de Bradesco, Itaú, Santander y Banco do Brasil, confirma Carlos Alberto Carneiro de Elo, si bien no es el único caso de éxito, ya que el crecimiento de los neobancos (Inter, Original) es excepcional. Gran parte de ellos, así como muchas fintech y PSP utilizan los sistemas de conexión de TecBan, tal como explica Tiago Aguiar. “El pasado año lanzamos una nueva forma de conexión adaptada a las fintech y PSP que no cuentan con sistemas legacy ni con sistemas de mensajería más tradicionales”. Y añade que, a pesar de ser 100% digitales, necesitan permitir a sus clientes acceder al cash. De hecho, “una de las billeteras P2P más grandes del país registró un aumento importante de descargas de su app tan pronto anunció su conexión con TecBan”, ilustra Tiago Aguiar.

“Brasil pasa por un proceso interesante de desbancarización y digitalización: las personas y comercios se sienten asistidos con las nuevas funcionalidades básicas que ofrecen proveedores como PicPay”, afirma Elvis Titi de PicPay, institución de pago regulada por el BACEN que cuenta con una cuota de mercado del 30% y cuyas operaciones descansan en Banco Original, el primer banco digital del país. “Nuestro foco está dirigido a socializar los medios de pago en redes sociales, que la gente consiga conectar P2P con P2B y viceversa, con una capa de IA que ayude a fidelizar clientes a comercios, con la entrega cualificada de crédito a clientes que quieran finalizar procesos de compra, y una solución de cash-back para aumentar los ingresos de los pequeños comercios”. Como competidores de PagSeguro en el negocio de agregación de pagos, “aprendimos a trabajar con comercios, y hoy son 2,5 millones los que aceptan con PicPay”. Considera PIX una oportunidad, y ejercerá de proveedor de PIX para sus comercios.

“Brasil pasa por un proceso interesante de desbancarización y digitalización”.

Elvis Titi
PicPay

Para Carlos Alberto Carneiro de Elo, la efervescencia en adquisiciones de bancos digitales y neobancos por bancos tradicionales tiene sentido previendo la llegada de PIX, pero considera que los grandes players tradicionales necesitan cuidar las adquisiciones. “Tener un banco digital dentro de un banco tradicional no tiene mucho sentido”, afirma. “Tanto PIX como las iniciativas de cuentas digitales abren el mercado, pero a costa de cuentas tradicionales, algo que debería preocupar a la industria”.

“Tener un banco digital dentro de un banco tradicional no tiene mucho sentido”.

Alberto Carneiro
Elo

“La irrupción de las fintech está cambiando las reglas de negocio y de la industria, que actualmente están definidas para ciertos actores del mercado como los bancos y retail financieros”, constata Víctor Wipe de SBPay. “Da lo mismo el tamaño que tengas, lo importante es la capacidad de adaptación, tal como pasó con los dinosaurios”. Su visión sostiene que las fintech complementan el ecosistema que deberían tener todas las entidades financieras en el desarrollo de su actividad. “Las concibo como un aliado y no una amenaza, al estilo “you complete me”. De hecho, considera que “en todas las industrias se ha demostrado que los modelos cerrados pierden y, por tanto, las entidades financieras se van a transformar necesariamente en tecnológicas que ofrecen servicios financieros dentro de un ecosistema, porque las amenazas no vendrán de otros bancos que innoven sino los proveedores de retail (comunicación, redes sociales)”.

“Da lo mismo el tamaño que tengas, lo importante es la capacidad de adaptación”.

Víctor Wipe
SBPay

Para Ángel Sierra de la Asociación Fintech Chile el concepto de neobanco se asocia a aquel que se apalanca en una licencia bancaria de un tercero, mientras que Challenger tiene licencia desde el inicio. “MACH se podría decir que es un neobanco. Hoy no tenemos oficialmente Challenger banks en Chile”.

“Movii, la SEDPE más grande de Colombia, participó muy activamente en la dispersión de los subsidios a personas naturales”, informa Andrés Mauricio Ramírez de Asobancaria. “Otras SEDPE como DINC de Credibanco – Tecnipagos, han trabajado en la vinculación de pequeños comercios en alianza con FENALCO, que tiene el propósito de ampliar la cobertura de pagos digitales en tiendas de barrio de las que hay 315.000 registradas”, añade. Por su parte, considera que TPago y otras billeteras digitales han hecho una tarea importante en el fortalecimiento del ecosistema de pagos, vinculando pagos digitales a través de las plazas de mercado y comercios minoristas donde predomina el pago en efectivo.

Andrés Mauricio Velasco de BANREP confirma que hay cinco SEDPE funcionando y capturando mercado, y vaticina que podrían dar un salto a compensar y liquidar en el Banco Central. “Pueden hacerlo, pero a través de los bancos que condicionan el acceso para permitirles participar en adquirencia”. Pronto veremos que las fintech como RappiPay se van a acercar a las SEDPE. “El nuevo decreto les permitirá ofrecer nuevos servicios, y surgirán nuevos agentes independientes de las redes establecidas (Credibanco y Redeban), nuevas pasarelas y gateways que ofrecerán soluciones más rápidas”, añade Andrés Mauricio Vernal. “Somos muy optimistas con las SEPDE. Muy rápidamente tomaron nichos no atendidos por el mundo viejo y están accediendo a lo mejor del mundo nuevo (aceptación), con ayuda de las franquicias”.

“En México, uno de los neobancos que más ha crecido es KLAR”, constata Luis Silva de la Asociación Fintech México, “mientras que Nubank, que entró en México a finales de octubre de 2019, ha tenido que cambiar su estrategia de crecimiento de clientes a fidelización de los actuales”. Sobre Nubank en México José Sobrevia de Afirme considera que probablemente les falta venta cruzada: “quizás pensaron que con un monoproducto y monocal canal iban a ser rentables”. Constata que una de las propuestas de valor de los neobancos es que no cobran nada al cliente, y tampoco gastan porque no tienen sucursales, pero les falta rentabilidad: necesitan crecer muchísimo para tener una base de clientes enorme.

“A pesar de que los bancos tienen connotaciones negativas en términos de servicio, y que las bigtech ofrecen mejor UX por razones obvias (menos regulación, menos legacy tecnológico), algo que sí reconoce el consumidor mexicano es la seguridad, un atributo eminentemente bancario”.

Jean Marc Marcier
ABM

Jean Marc Marcier de la ABM prevé que lo que más se verá y donde habrá más disrupción serán las asociaciones entre distintos participantes donde las capacidades y best practices de cada uno se puedan conjugar de manera específica, “más que una bigtech haciendo banca o un banco haciendo 100% todo digital. De hecho, Amazon y Google han optado por las asociaciones más que a hacer banca”, en alusión al anuncio de la alianza de la filial de BBVA en EE.UU. con Google para ofrecer cuentas bancarias digitales a través de Google Pay. Considera que “a pesar de que los bancos tienen connotaciones negativas en términos de servicio, y que las bigtech ofrecen mejor UX por razones obvias (menos regulación, menos legacy tecnológico), algo que sí reconoce el consumidor mexicano es la seguridad, un atributo eminentemente bancario”.

“Muchas fintech buscan licencias de los bancos porque no pueden emitir con las marcas, o no pueden captar”.

José Sobrevia
Afirme

Banco Afirme quizás no es líder en innovación en todos los segmentos y productos, pero sí está muy bien enfocado en innovación en emisión y adquirencia, y reconoce no estar pensando en crear un banco digital paralelo sino acelerar proyectos digitales del banco. “Somos un grupo financiero con todas las licencias y más de 5.000 ATM, lo que nos hace muy atractivo de cara a las fintech con las que estamos abiertos a alianzas en emisión y adquirencia, apalancándonos, por ejemplo, en la novedad de la apertura de la cuenta N4”. Reconoce que las fintech tienen ventajas en UX y las formas de onboarding digital, pero considera fundamental definir previamente los roles antes de comenzar a hablar de alianzas: “muchas fintech buscan licencias de los bancos porque no pueden emitir con las marcas, o no pueden captar”. Considera José Sobrevia que en un contexto de exceso de información y novedades diarias hay que priorizar para no distraer recursos, además de pensar en el futuro, pero estar también en el presente.

“La ley fintech ayuda a este tipo de jugadores a entrar al mercado, incluso con cierto grado de desequilibrio entre las reglas que aplican a las fintech versus las que aplican a los bancos. Estamos trabajando como gremio para hacer ver estas diferencias a la autoridad, y lograr que estos nuevos entrantes sigan las mismas reglas, particularmente las de diversos tipos de riesgo, para que su participación en el mercado sea sana y consistente”, indica Alejandro Pineda de BBVA.

Carlos Melegatti del BCCR ve difícil que los sistemas financieros de la región desarrollen API como lo están haciendo los europeos para que ingresen las fintech, por lo que en Costa Rica apuestan porque las fintech sean parte del Sistema Nacional de Pagos, de las que ya hay aproximadamente cinco. “Es lo único que necesitan, hacer pagos y cobros”, constata. Informa de que el Banco Central está en conversaciones con la Superintendencia de Bancos para delimitar qué instancia ha de supervisar aquellas que tienen acceso al SINPE.

En República Dominicana la covid-19 ha retrasado la ratificación de la modificación del Reglamento de Sistemas de Pago, aprobado en diciembre de 2019 para consulta pública hasta enero de 2020. “El Reglamento recoge aspectos muy modernos para la concepción dominicana: fintech de pagos, agregadores / facilitadores de pagos; proveedores de servicios de adquirencia, etc. tanto para dar seguridad jurídica a los operadores como para ampliar el conocimiento que el Banco Central tiene del mercado”, comenta Yilmery

“Una vez salga la normativa, habrá actores que se sentirán incentivados a ofrecer servicios, sobre todo extranjeros, empresas de la región con experiencia y capital para invertir”.

Yilmery Rosario
BCRD

Rosario del BCRD. Indica que el citado reglamento es complementado por instructivos, algunos de los cuales requerirán ser modificados y otros nuevos, una vez aprobado el reglamento, entre los que se encuentra uno para la autorización de nuevas figuras como las entidades de pago electrónico. “Una vez salga la normativa, habrá actores que se sentirán incentivados a ofrecer servicios, sobre todo extranjeros, empresas de la región con experiencia y capital para invertir”, concluye.

Milton Vega del BCRP recuerda que “donde está el problema es en la población no bancarizada, que usualmente cuenta con infraestructuras y equipamiento que no son los ideales y que enfrentan limitaciones por ingresos”. Anuncia que B89 podría ser un nuevo jugador en el mercado que aporte a la inclusión, aunque ya se adelantó en el ese camino la billetera YAPE.

Teniendo en cuenta que en la mayoría de los países de la región son las fintech las que están impulsando la generación de innovaciones en pagos, “transcurrido un tiempo preliminar de revisión, observación y análisis de las numerosas iniciativas fintech, gracias a lo cual ya se entienden mejor, es tiempo de regular”, afirma Raúl Morales del CEMLA. Son varios los países (Argentina, Colombia, Perú) que están valorando un

“Transcurrido un tiempo preliminar de revisión, observación y análisis de las numerosas iniciativas fintech, gracias a lo cual ya se entienden mejor, es tiempo de regular”.

Raúl Morales
CEMLA

cambio de enfoque regulatorio, de entidades a roles/ actividades. “Es un cambio trascendental porque implica varias cosas, entre ellas la coordinación con el ente regulador y/u otras autoridades de protección al consumidor, de competencia, etc.” Aunque prevé que probablemente no se observarán cambios en el corto plazo con regulaciones hechas a medida, “mirar hacia dentro y valorar cómo están respondiendo a todos estos desarrollos fintech se volvió un imperativo en los bancos centrales”. Concluye Raúl Morales notando que “no solo necesitas una buena regulación, sino buena coordinación para que funcione bien”.

“No solo necesitas una buena regulación, sino buena coordinación para que funcione bien”.

Raúl Morales
CEMLA

Carlos Alberto Carneiro de Elo describe con interés “el movimiento de algunas autoridades monetarias promocionando medios de pago domésticos o regionales en detrimento de las banderas internacionales, algo que está ocurriendo en todo el mundo: Brasil, India, Australia, Turquía, Rusia y, más recientemente, Europa”. No en vano, hay una preocupación por la seguridad, propiedad, residencia y soberanía de los datos sensibles que se trasladan entre las empresas, y por la ciberseguridad. Al respecto anuncia que “las nuevas formas de fraude y ataque a los datos, con ingeniería social y suplantaciones de identidad, están creciendo mucho”.

El fraude de Wirecard apenas ha tenido repercusión en la región. Para Pierpaolo Barbieri de Ualá, sin embargo, “es la constatación de la necesidad de una coordinación global, de pensar en estos temas –incluido el digital tax– con mentalidad transnacional”. Así, la geopolítica está cada día más presente, y a menudo condiciona el desarrollo de los sistemas nacionales de pagos. En este sentido, considera que “PSD2 es el referente a seguir: pensar regionalmente en temas de Open Banking, protección de datos, competencia. Europa muestra el camino; ojalá ocurra en Argentina”.

Raúl Morales del CEMLA establece un paralelismo entre lo sucedido con Wirecard y lo que en algunas geografías de Latinoamérica ocurre con las compañías de telecomunicaciones que ofrecen servicios financieros.

“PSD2 es el referente a seguir: pensar regionalmente en temas de Open Banking, protección de datos, competencia”.

Pierpaolo Barbieri
Ualá

Considera que la regulación nueva tiene que estar acompañada de más diálogo y entendimiento porque los modelos de negocio son complejos, y se debe precisar cuáles son las actividades o roles a regular. “La regulación tiene que ser clara para ser efectiva porque el mercado tiende mucho a fallar, vistos los resultados: concentración, poca profundidad y poco acceso”.

Con el escándalo de Wirecard, empresas como TecBan, con cerca de 50 años de experiencia sin problemas, considera que “tenemos que asegurarnos de forma especial por el impacto de este tipo de riesgos reputacionales”. Para Milton Vega del BCRP, el asunto apunta a un problema que hemos hablado en años pasados en estas páginas: “tenemos que buscar que la mentalidad del supervisor avance con las innovaciones en el mercado; en ese aspecto, se abre todo un abanico de temas ligados al ámbito de la supervisión respecto a la aplicación de las nuevas tecnologías en pagos y otras áreas, así como del rol del supervisor respecto de los proveedores tecnológicos para asegurar la seguridad de los pagos. Con respecto al futuro, Milton Vega del BCRP admite que “la covid-19 ha visibilizado que hay temas inconclusos que debemos mejorar para una próxima pandemia o situación de emergencia”. También reconoce que “la covid ha limitado en parte el avance en varias áreas y ha creado nuevos problemas. Lo que sí tiene claro es que el avance en pagos viene siendo marcado por dos países asiáticos; India y China. Por ejemplo, la India cuenta con un desarrollo original muy integrado, desde la identidad, el registro y el pago, donde toda la información queda guardada y se puede compartir con terceros, y es dirigido por un consorcio del banco central y el sector privado. “Por otro lado, en China es de destacar el desarrollo de las billeteras digitales, fundamentalmente una innovación del sector privado (WeChat, Alipay), y el anuncio de la pronta implementación de una CBDC”. En este sentido se pronuncia Raúl Morales del CEMLA: “Las lecciones de los países asiáticos pueden ser interesante para Latinoamérica, especialmente en países medianos”.

“En el mundo de los pagos todos miramos estos modelos y nos preguntamos: ¿Cómo nos actualizamos y mejoramos para el futuro? ¿Cuál es o debe ser la participación del Estado y del privado? ¿Cómo se dividen las tareas?”, comparte Milton Vega del BCRP. Alude al debate abierto en EEUU por la Fed cuando anunció que está dispuesta a ofrecer el servicio de pagos inmediatos a los bancos pequeños. “La clave está en la inclusión, y teniendo esto claro, lo segundo es cómo resolverla, para lo cual, ¿debemos definir el rol del sector público para lograr una mayor inclusión?”.

Pagos inmediatos, la apuesta de los bancos centrales

“PIX es la marca brasileña para pagos instantáneos, y el protagonista absoluto de Brasil en 2020”, anuncia José Carvalho de BPP. Es una funcionalidad que todos los bancos tienen obligación de ofrecer, mientras que es facultativo para las entidades de pago. PIX no tiene límites de valor, opera con personas, empresas y gobierno, y es un modelo que se propone cambiar las relaciones tradicionales que existen entre emisor y adquirente, ya que toda persona física o jurídica que tiene una cuenta transaccional (cuenta de pago, cuenta para recibir nóminas, cuentas de ahorro, incluso cuentas digitales) puede hacer y recibir pagos a otra persona o negocio haciendo transferencias inmediatas. “La diferencia es conceptual”, enfatiza José Carvalho. Opera con protocolo ISO 2022, utilizado en muchos otros lugares del mundo, con intención de poder interconectarse a otros sistemas de pagos instantáneos de otros países. El proceso de homologación de la plataforma está habilitado hasta el mes de octubre de 2020, en el que BPP se encuentra muy adelantado por haber sido los primeros en hacer transacciones piloto. “La plataforma estará lista en noviembre”, confirma.

Las expectativas sobre PIX son enormes. “Para hacer hoy un pago P2P existen las opciones de los boletos bancarios, que tardan al menos dos días hábiles en liquidar el dinero; o las transferencias entre cuentas, que solo funcionan hasta las 4:30pm. Con instant payments desaparecen esas barreras”. Esta modalidad de transferencia de dinero de cuenta a cuenta es un arreglo abierto a todos los que deseen participar, incluidas fintech, start ups y otras empresas que creen nuevas soluciones. “Comenzará a trabajar con QR, así como hacen Alipay y Wechat, con la diferencia de que en Brasil el ambiente es abierto, no cerrado como en China”. José Cavahlo señala que “una funcionalidad muy interesante es que podrá enviar informaciones

adicionales que van a ayudar a crear nuevas soluciones para el punto de venta y e-commerce”. E ilustra un caso de uso de mucho impacto: “En Brasil, para hacer un pago de luz, agua, teléfono, se tiene que utilizar un banco que tiene convenio con la empresa que ofrece el servicio. Con pagos instantáneos, se va a poder enviar desde la cuenta del cliente de forma directa a la cuenta de la empresa”. BPP, que es participante directo, va a ofrecer soluciones para participantes indirectos (fintech, startups) que necesitan acceder. “Es muy disruptivo; un precursor de Open Banking”. Comparte que el desarrollo de PIX se ha inspirado en China, Reino Unido (faster payments), India (UPI), Australia (New Payments Platforms) y Singapur, si bien “el modelo que más se asemeja es UPI de la India”.

Lo acontecido con Whatsapp Payments lo explica José Carvalho de BPP. “Brasil ha sido el primer país del mundo donde Facebook anunció el despliegue del servicio, pero no informó al regulador (BACEN) con carácter previo como está obligado a hacer cualquier nuevo arreglo de pagos en el país”. Prevé que sí terminará participando en PIX, lo cual es una ganancia muy grande porque “Whatsapp lo usan 120 millones de personas en Brasil”.

Carlos Alberto Carneiro de Elo explica que si bien muchos lo consideran una amenaza a los medios de pago tradicionales (fundamentalmente tarjetas), tiene el poder de incluir a mucha gente en el sistema de pagos instantáneos. “Mucha gente que vive en la informalidad, que no siempre tienen un terminal de cobro porque es costoso para ellos, con PIX solo necesitan el teléfono para aceptar pagos”.

En Colombia, la solución TransfiYa es la propuesta de pagos inmediatos P2P de la ACH Colombia, que en opinión de Andrés Mauricio Velasco de BANREP es a la fecha poco ilusionante, ya que solo hay nueve entidades vinculadas, los usuarios están restringidos y los volúmenes de transferencia son muy bajos por la oferta de valor que se ha presentado. “No hay apetito en la oferta que pueda llevarnos a una explosión de los pagos inmediatos en Colombia”, constata Andrés Mauricio Velasco, y añade que “el sector financiero tradicional parece que todavía se debate entre la amenaza que supone un sistema de pagos inmediatos”. Considera que hay que llegar al convencimiento de que es más negocio tener mucho volumen de pagos electrónicos y reducir los costos del uso de efectivo que centrarse en bajos volúmenes de transacciones con medios tradicionales, como lo demuestran las tendencias en el resto del mundo.

Desde Argentina, Mariano Biocca de la Cámara Fintech comparte que en el país se está trabajando, aún en el plano teórico y en el seno del BCRA, en un modelo de interoperabilidad total (denominado, por ahora, Transferencias 3.0), para equiparar la universalidad de los pagos digitales a la que hoy disfruta el dinero en efectivo. “Este proyecto de medio plazo involucra a todas las administradoras de pagos (Coelsa, Prisma, Link e Interbanking)”.

Luis Silva de Fintech México cree que CoDi ha sido la punta de lanza del gobierno para la inclusión financiera y digital, pero hasta la fecha ha sido un fracaso. Asocia a la educación financiera el problema de fondo: que la gente y las empresas lo entiendan, siendo el proceso poco amigable y con la limitación de que solo sirve para bancarizados. Añade que “para el diseño de CoDi no se consultó a las fintech, solo fue consensuado con los bancos”, por lo que augura mucho menos impacto en términos de inclusión que el que se prevé tendrá PIX en Brasil. José Sobrevia de Afirme también considera que CoDi es un nuevo ecosistema que tardará mucho en desarrollarse, al que le ha afectado la pandemia porque no ha dado tiempo a afiliar comercios. Apunta además a la “mayor capacidad de negociación y llegada al regulador por parte de los bancos más grandes, muy superior a las del resto de la industria, que conlleva una suerte de priorización de las tecnologías y cambios promovidos por ellos” (en alusión, por ejemplo, a tecnologías de reconocimiento facial para el onboarding digital, o el propio CoDi).

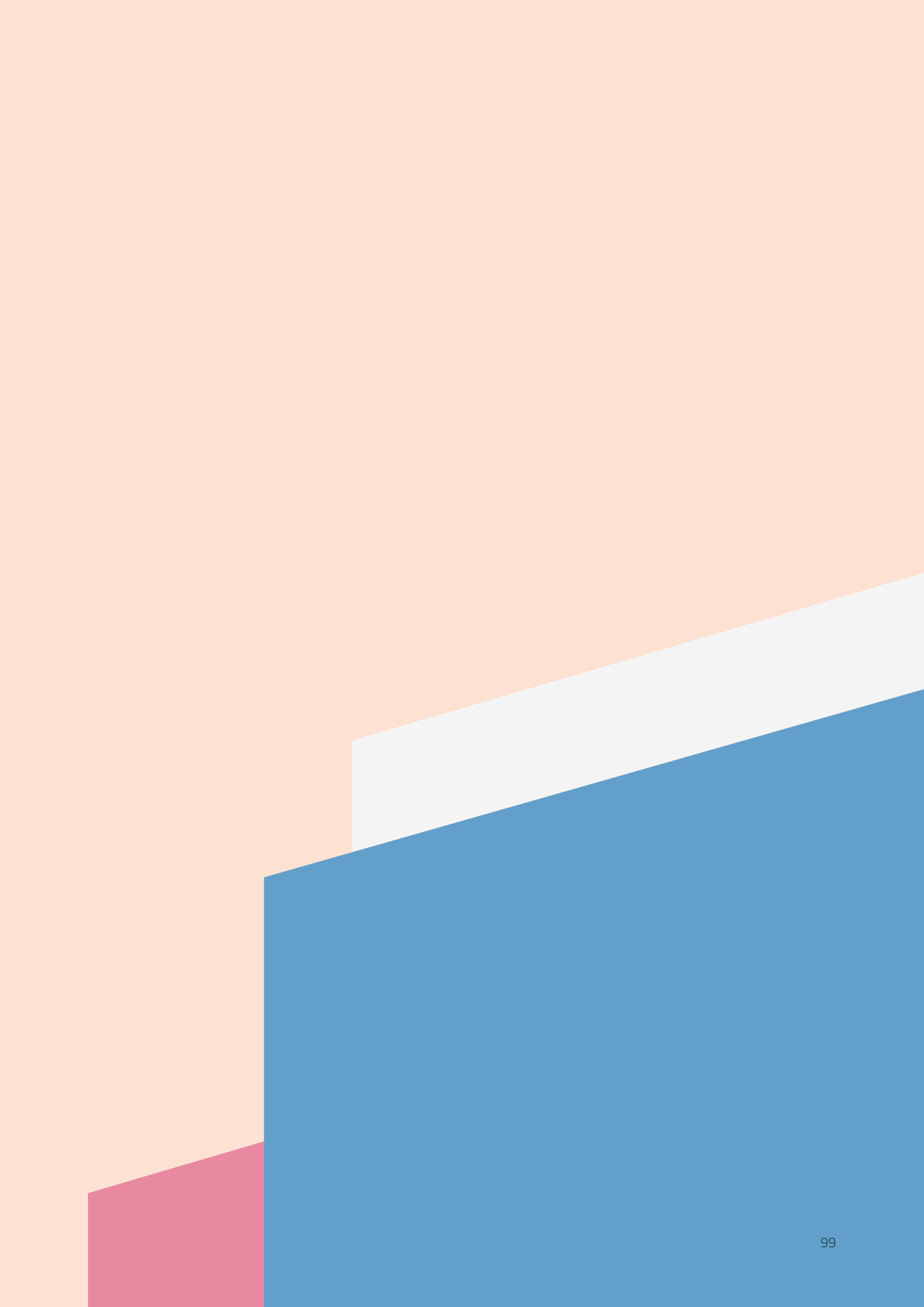
Para Alejandro Pineda de BBVA “CoDi es una historia de claroscuros”. BBVA, el banco con más clientes digitales, definió un customer journey tal que cada vez que un cliente descarga la app de BBVA en México y la utiliza por primera vez, uno de los pasos que ha de cumplir obligatoriamente es dar de alta su cuenta en CoDi. A la fecha cuenta con más de cuatro millones de clientes registrados en CoDi, aproximadamente la mitad de los clientes BBVA. “Otra cuestión es el uso, que en el modelo original es para compras presenciales y hasta la fecha apenas hay 100.000 transacciones mensuales,

“Qué ha de impulsarse primero, quién cobra o quién paga, aunque siempre es la aceptación la primera palanca”.

Alejandro Pineda
BBVA

muy pocas”. Alejandro Pineda alude al eterno dilema en medios de pago, un mercado de dos lados. “Qué ha de impulsarse primero, quién cobra o quién paga, aunque siempre es la aceptación la primera palanca”. En este dilema, Banxico no permite cobrar comisiones, lo que reduce la capacidad de los bancos y adquirentes para afiliar comercios, ya que el onboarding de éstos es uno de los costos más elevados del negocio de adquirencia. “Con los POS incurrimos en esos costes porque los recuperamos con las tasas de descuento, pero al no estar permitidas con CoDi, tenemos menos margen de maniobra para afiliar. Aun con estas restricciones, en BBVA hemos capacitado a nuestras fuerzas de venta que hoy atienden al segmento de autónomos y pymes para promover el servicio”.

Para Raúl Morales del CEMLA el hecho de que el transporte público u otros puntos de venta de acceso masivo no estén contemplados en CoDi representa una barrera de adopción en el corto plazo. “El pago en transporte con medios digitales es una acción que los gobiernos pueden impulsar para acelerar la adopción de instrumentos de pago sin contacto, así como se ha efectuado en países de Asia, e incluso en algunos de Latinoamérica como República Dominicana”.



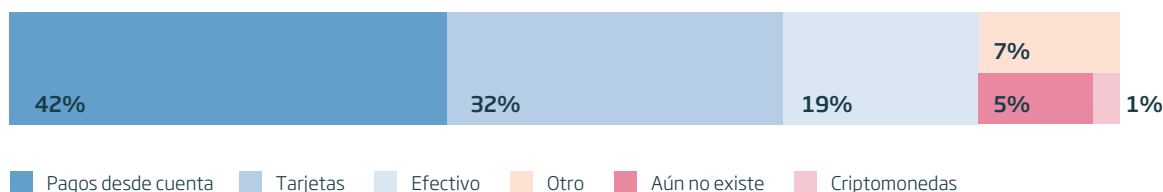
Barómetro de tendencias en innovación

La presente edición da continuidad al instrumento colaborativo de medición de tendencias en innovación en medios de pago, construido a partir de las respuestas facilitadas por expertos y expertas de la industria de los pagos a un cuestionario ad-hoc⁵.

Este ejercicio permite cuantificar las valoraciones cualitativas recogidas en las secciones previas, y contrastar las percepciones actuales sobre algunas de las tendencias en innovación más relevantes con las expresadas en ediciones anteriores.

La consideración de que otros medios de pago (billeteras, dinero electrónico) y/o las criptomonedas sean el medio de pago de uso mayoritario en 2030 siguen siendo residuales

Figura 3.1: ¿Cuál considera que será el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario en su país en 2030? (Señale la opción que considere oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 3.2: Sobre la eventual desaparición del dinero en efectivo, considera que tendrá lugar (Señale la opción que considere oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

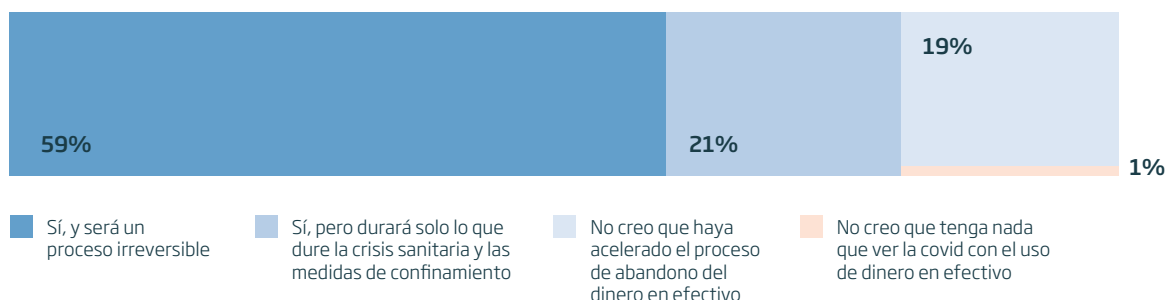
Cuatro de cada diez considera en 2020 que el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario en 2030 serán los pagos desde cuenta (transferencias, débitos directos, domiciliaciones), mientras que tres de cada diez considera que serán las tarjetas. Para uno de cada cinco lo será el dinero en efectivo. Pagos desde cuenta, tarjetas y efectivo mantienen las mismas posiciones que en las dos ediciones anteriores.

La consideración de que otros medios de pago (billeteras, dinero electrónico) y/o las criptomonedas sean el medio de pago de uso mayoritario en 2030 siguen siendo residuales, y uno de cada veinte considera que el medio de pago de uso mayoritario dentro de diez años aún no existe.

La opinión sobre la eventual desaparición del dinero en efectivo en los próximos veinte años, que en la pasada edición recibió una opinión mayoritaria (67%), cae hasta el 53% en 2020. De hecho, si el año pasado uno de cada cuatro consideraba que nunca llegaremos a ser testigos de este escenario, en 2020 lo hace uno de cada tres.

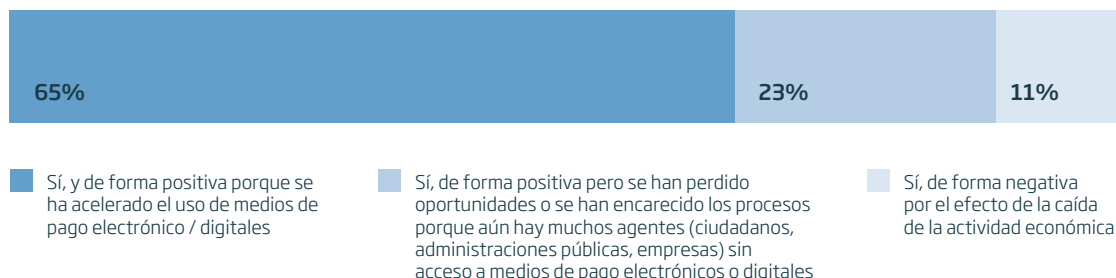
⁵ Se han recopilado un total de 81 respuestas de los siguientes países: Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú, España, Portugal, República Dominicana y Reino Unido.

Figura 3.3: ¿Considera que la covid-19 ha acelerado el proceso de abandono del dinero en efectivo por su efecto en el cambio de hábitos de pago de la gente? (señale la opción que considere oportuna)



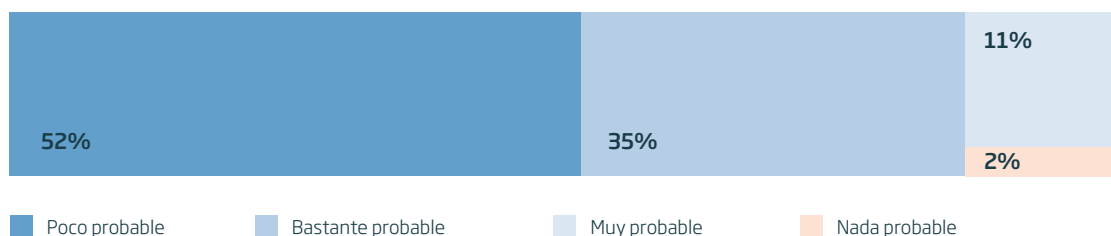
Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 3.4: ¿Considera que la covid-19 ha afectado al negocio de los medios de pago? (señale la opción que considere más oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 3.5: ¿Considera que el pago desde cuenta sustituirá al pago con tarjeta en su país/mercado en los próximos 10 años (en 2030)? (Señale la opción que considere oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

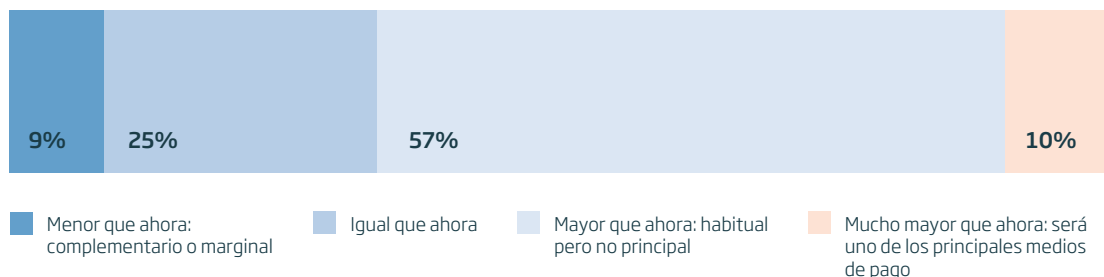
Ocho de cada diez considera que la covid-19 ha acelerado el proceso de abandono del dinero en efectivo por su efecto en el cambio de hábitos de pago de la gente. El 59% lo valora además como un proceso irreversible y el 21% como temporal. Uno de cada cinco, sin embargo, no cree que lo haya acelerado.

Casi nueve de cada diez considera que la covid-19 ha afectado de forma positiva al negocio de los medios de pago, pero caben dos distinciones. El 65% lo asocia a una aceleración del uso de los medios de pago electrónicos / digitales, mientras que el 23% cree que se han perdido

oportunidades -o se han encarecido los procesos- por la falta de equipamiento que aún sufren muchos ciudadanos, administraciones públicas y empresas, que no disponen de medios de pago digitales.

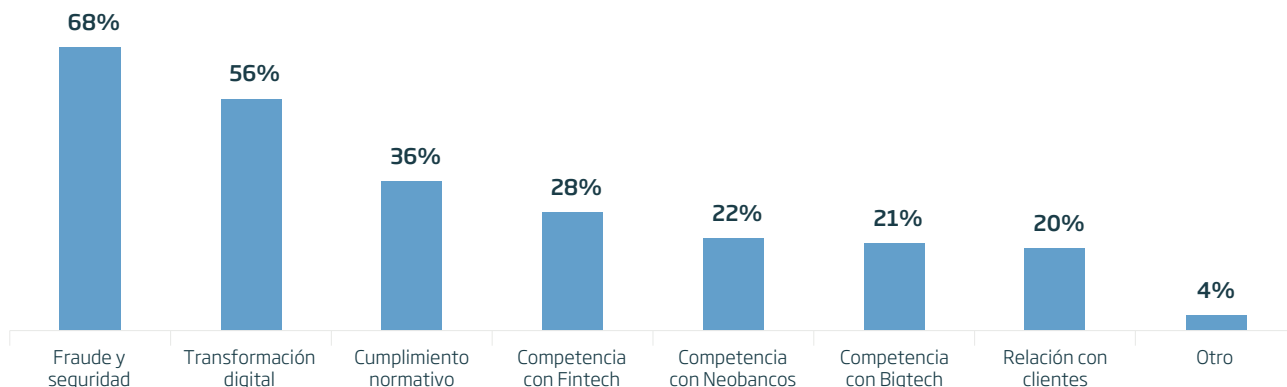
Sobre la “amenaza de canibalización” del pago con tarjeta por el pago desde cuenta, la percepción cae once puntos respecto a la pasada edición y se revierte la intensidad de la amenaza: el 46% lo cree bastante o muy probable versus el 54% que considera dicha amenaza poco o nada probable.

Figura 3.6: Grado de impacto de los pagos inmediatos en 2021 (en 1 año). (Señale la opción que considera más oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 3.7: ¿Cuál considera que es en 2020 el mayor reto para los agentes de la industria de los medios de pago? Seleccione un máximo de 3 opciones.



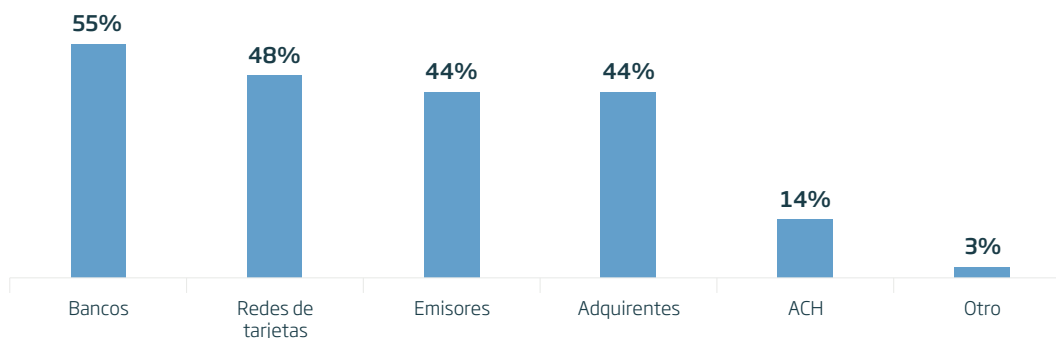
Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Que los pagos inmediatos se conviertan en una forma de pago habitual durante el año 2020, aunque no llegue a ser la principal, es la visión mayoritaria (67%) entre los entrevistados, pero lejos de la práctica unanimidad (90%) recogida en la pasada edición.

Los mayores retos reconocidos por los agentes de la industria de los medios de pago en 2020 se han centrado en el fraude y la seguridad (68%), que escala tres posiciones respecto a la pasada edición (43%) y desbanca la transformación digital a una segunda posición (56%), manteniendo en tercera posición, un año más, el cumplimiento normativo (36%).

La competencia con los nuevos agentes bigtech solo es considerado un reto para uno de cada cinco (21%) y ocupa una tímida sexta posición desde la segunda que ocupaba la pasada edición (48%). En ese rango (22%) se encuentra el reto que suponen los neobancos, que escala dos posiciones de la séptima a la quinta. El reto competitivo con las fintech sí es valorado por el 28% de los entrevistados, en línea con la pasada edición. Y la relación con los clientes es considerada un reto en 2020 apenas por uno de cada cinco, cayendo una posición.

Figura 3.8: ¿Cuál(es) de los siguientes agentes de la industria considera que está(n) más expuesto(s) a la amenaza de nuevos entrantes? Seleccione un máximo de 3 opciones.



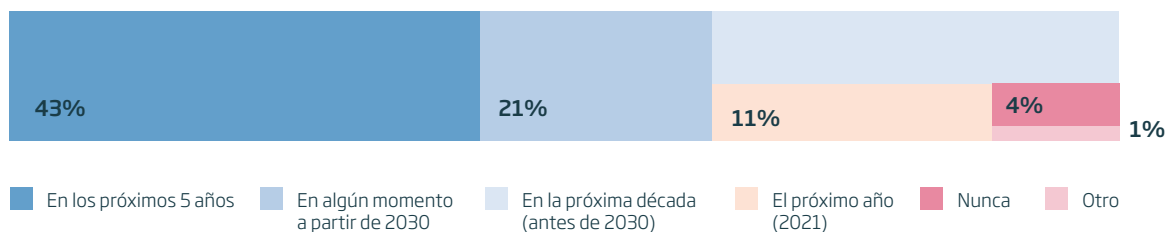
Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Los bancos son, un año más, el agente de la industria que, en opinión de los participantes del Barómetro, se encuentran más expuestos a la amenaza de la incursión de nuevos entrantes en el negocio de los pagos, pero esta percepción cae del 67% al 55%. La segunda posición (48%) en cuanto al grado de exposición a dicha amenaza la ostenta este año las redes de tarjetas, que escalan dos posiciones desde el 33% de la pasada edición, siendo el cambio más importante. Emisores y adquirentes vuelven a compartir posición -tercera, en lugar de segunda- mientras que las ACH parecen ser

consideradas instituciones con mayor resiliencia ante el nuevo contexto, ya que pasan de un 24% en la pasada edición, al 14%.

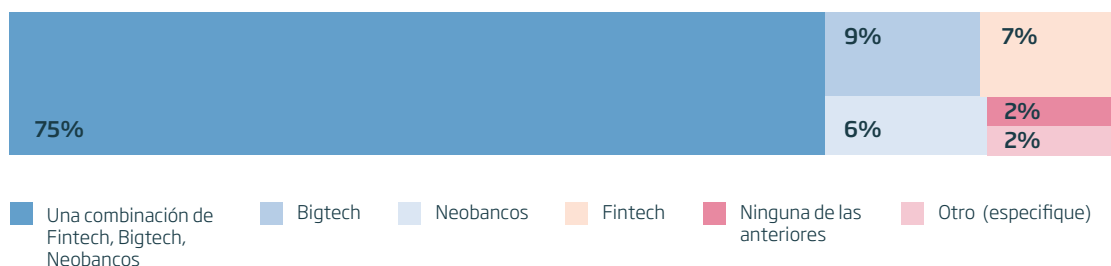
Las expectativas de que el Open Banking será un estándar en los próximos cinco años cae quince puntos respecto a la edición anterior, cuando ese era el sentir mayoritario (71%). Y lo que es más llamativo, la consideración de que lo sea solo a partir de 2030 más que se duplica, pasando del 10% el pasado año al 25% de la presente edición.

Figura 3.9: ¿Considera que el Open Banking será un estándar en su país/mercado...? (Señale la opción que considere oportuna)



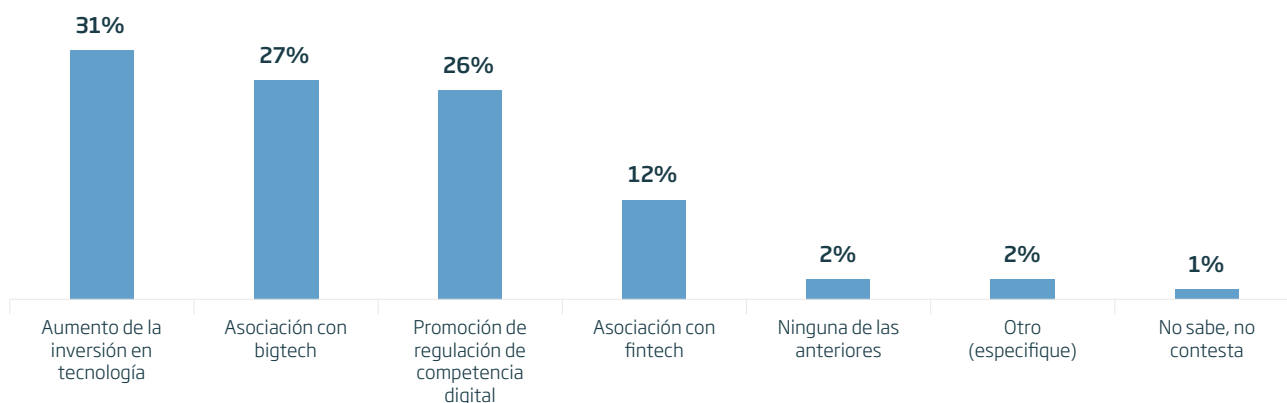
Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 3.10: ¿Cuáles considera que serán los principales competidores de las entidades financieras en su país dentro de 10 años (en 2030)? (Señale la opción que considere oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Figura 3.11: ¿Cuál considera que será la reacción mayoritaria de la industria bancaria ante la eventual entrada de las bigtech en la provisión de servicios financieros? (Señale la opción que considere más oportuna)



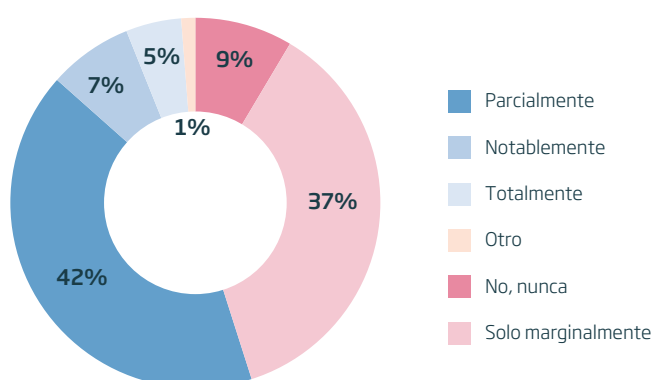
Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

Para el 75% (diez puntos por encima de lo declarado en la pasada edición), la combinación de nuevos agentes como fintech, bigtech y neobancos –no así cada uno de ellos de forma autónoma– serán los principales competidores de las entidades financieras a diez años vista.

Uno de cada tres considera que el aumento de la inversión en tecnología será la reacción mayoritaria de la industria bancaria ante la eventual entrada de las bigtech en la provisión de servicios financieros,

escalando tres posiciones y desbancando la promoción de una regulación de competencia digital a una tercera posición en 2020. Si en la pasada edición la asociación con bigtech y fintech concentraba el mismo número de respuestas (24%), situándose en segunda posición, en la presente edición son las bigtech las que protagonizan las alianzas aspiracionales (27%), más que duplicando las que despiertan las fintech (12%).

Figura 3.12: ¿Considera que blockchain sustituirá actuales esquemas de medios de pago en los próximos 10 años? (Señale la opción que considere oportuna)



Fuente: Barómetro de Tendencias Minsait Payments 2020

La consideración de que blockchain pueda erigirse como tecnología que sustituya total o parcialmente los actuales esquemas de medios de pago durante la próxima década es apoyada por algo más de la mitad de

los entrevistados (54%), empeorando marginalmente la percepción de su potencial disruptivo con respecto a la pasada edición de este barómetro (67%).



Las bigtech
protagonizan las
alianzas aspiracionales
de las entidades
bancarias, más que
duplicando las que
despiertan las fintech

El sector en cifras

4





Testigos de una década

La última década ha visto el despertar de los pagos desde cuenta y su metamorfosis hacia pagos inmediatos 24/7/365 en versión móvil y P2P.

Los diez años transcurridos de monitoreo periódico de los sistemas nacionales de pagos en los países objeto de análisis en este Informe, permiten hoy contar en este capítulo con la visión de lo acontecido en la última década en relación a la transaccionalidad canalizada a través de los distintos medios de pago minoristas disponibles para la población, y del equipamiento habilitado para ello.

La consulta de fuentes de información oficiales y el análisis de los datos que estas alojan es la primera tarea con la que arrancamos la elaboración del presente capítulo. La segunda tarea es contrastar dicho análisis con los hallazgos extraídos durante la elaboración de los capítulos 2 (Novedades del sector), 3 (La Visión del sector) y 6 (Demanda en medios de pago), de forma tal que quedan conciliadas las perspectivas de la oferta, de la demanda y de la autoridad en un contexto global de digitalización que marca el paso de la industria de los medios de pago en todos los países.

La transformación de los ecosistemas de pagos en la última década ha sido muy notable en Latinoamérica, a pesar de haber sido heterogénea la velocidad de los cambios en función del país, determinada sobre todo por los diferentes puntos de partida en los que se encontraba cada país de la región al inaugurar el siglo XXI. En Europa, por su parte, los cambios observados constatan ciertas resistencias, especialmente en los casos de España e Italia, que no desvelan modificaciones tan intensas como las observadas en Reino Unido y, sobre todo, en Portugal.

La tendencia hacia la omnidigitalización de los pagos es firme en todas las geografías, tendencia que se ha visto acelerada en el año 2020 debido a la crisis sanitaria global y al confinamiento decretado en la práctica totalidad de geografías. La covid-19 ha hecho protagonista al pago contactless en todas sus formas, y al e-commerce.

En la última década se confirma la concentración de la transaccionalidad en la tarjeta, con un protagonismo indiscutible en términos de universalidad, de la tarjeta de débito y, más recientemente, de la tarjeta prepago. También se constata la obsolescencia y abandono del cheque y el despertar de los pagos desde cuenta junto con su metamorfosis hacia una nueva y creciente modalidad de pagos inmediatos que han comenzado su andadura a ambos lados del Atlántico en su versión móvil y en el segmento P2P.

Si bien cada mercado mantiene su personalidad y peculiaridades, todos ellos avanzan hacia una suerte de paradigma en el que las autoridades, relegadas originalmente a un rol de vigilancia, asumen cada día mayor protagonismo motivado por tres grandes fuerzas que han irrumpido a nivel global en la última década: la inclusión, la geopolítica y la digitalización.

No se han producido avances significativos en el reporting de transaccionalidad en materia de pagos minoristas

Analizamos los datos disponibles y señalamos los que nos gustaría poder observar

A pesar de las nuevas capacidades de tratamiento de información estadística, reiteramos este año la constatación de que no se han producido avances significativos en el reporting de transaccionalidad en materia de pagos minoristas –el reporting suele ser respuesta de los operadores de la industria a una petición previa de las autoridades. De esta forma, se renuncia a una fuente de conocimiento de enorme utilidad, especialmente para la toma de decisiones de

política pública y, como no, para decisiones de negocio. Un ejemplo que ilustra el tímido avance en este punto es el dinero electrónico o prepago, en todas sus modalidades y concepciones, que permanece invisible a pesar de su creciente uso entre los usuarios, a menudo no plenamente conscientes de sus singularidades. Otros aspectos de interés, como la distinción de los dispositivos de iniciación de los pagos (tarjeta física, app, POS, código QR), la modalidad de la tarjeta (chip, contactless, prepago, débito, crédito), el canal de iniciación (tarjeta presente, no presente), o la transaccionalidad en POS físicos y virtuales, se echan en falta en la práctica totalidad de los países.

Se echan en falta en la práctica totalidad de los países aspectos de interés como la distinción de los dispositivos de pago, la modalidad de la tarjeta o el canal de iniciación (presencial, remoto)

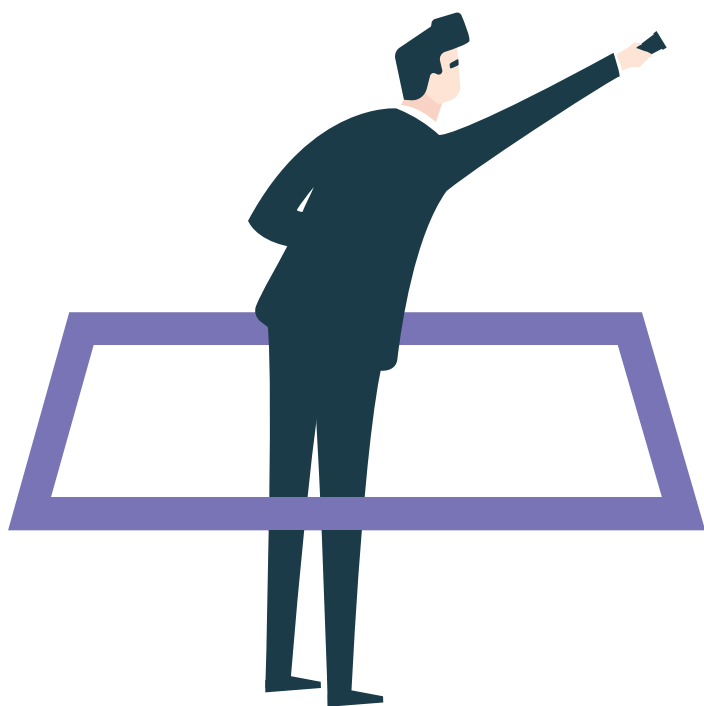


Tabla 4.1: Matriz comparativa de disponibilidad de información pública en materia de pagos minoristas, 2020

			España	Portugal	Reino Unido	Italia
Estadísticas oficiales (tarjetas)	Publicación	Frecuencia	trimestral	mensual	trimestral	anual
		Fecha	+3 meses	+2 meses	+3 meses	+6 meses
		Último dato disponible	jun-20	sept-20	jul-20	dic-19
		Fuente	BdE	BdP	UK Finance	Bdl
Medios de pago	Transferencias Interbancarias	Nº				Solo totales
		Valor				
	Transferencias Intrabancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias inmediatas	Nº				
		Valor				
	Transferencias tradicionales	Nº				
		Valor				
	Débitos directos	Nº				
		Valor				
	Cheques	Nº				
		Valor				
	Financiación con tarjeta de crédito	Saldo vivo				
Tarjetas	Débito	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito no bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Prepago	Nº				
		Volumen				
		Valor				
Medios de disposición	ATM	Nº dispositivos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	POS	Nº dispositivos físicos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Corresponsales no bancarios	Nº	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
	Tasas de intercambio y descuento	Valor		Tasa dto.		Tasa dto.
Internet	Comercio electrónico	Volumen				
		Facturación				
	Banca Móvil	Nº usuarios				
		Nº				
	Banca Online	Valor				
		Nº usuarios				
		Nº operaciones				
	Pago móvil	Valor				
		Nº				

■ Disponible
 ■ No disponible

Tabla 4.1: Matriz comparativa de disponibilidad de información pública en materia de pagos minoristas, 2020. Continuación

			Argentina	Brasil	Chile	Colombia
Estadísticas oficiales (tarjetas)	Publicación	Frecuencia	anual	anual	mensual	mensual
		Fecha	+4 meses	+ 9 meses	+3 meses	+3 meses
		Último dato disponible	jun-20	dic-19	ago-20	ago-20
		Fuente	BCRA	Bacen	CMF	SFC
Medios de pago	Transferencias Interbancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias Intrabancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias inmediatas	Nº		2020		
		Valor				
	Transferencias tradicionales	Nº				
		Valor				
	Débitos directos	Nº				
		Valor				
	Cheques	Nº				
		Valor				
	Financiación con tarjeta de crédito	Saldo vivo				
Tarjetas	Débito	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito no bancarias	Nº	2018			
		Volumen	2018			
		Valor	2018			
	Prepago	Nº				
		Volumen				
		Valor				
Medios de disposición	ATM	Nº dispositivos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	POS	Nº dispositivos físicos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Corresponsales no bancarios	Nº	(*)			
	Tasas de intercambio y descuento	Valor				
Internet	Comercio electrónico	Volumen				
		Facturación				
	Banca Móvil	Nº usuarios				
		Nº				
		Valor				
	Banca Online	Nº usuarios				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Pago móvil	Nº				
		Valor				

■ Disponible ■ No disponible

(*) Se autorizan las corresponsalías bancarias a finales de 2018: <https://cutt.ly/shu0sva>

Tabla 4.1: Matriz comparativa de disponibilidad de información pública en materia de pagos minoristas, 2020. Continuación

			Costa Rica	México	Perú	Rep. Dominicana
Estadísticas oficiales (tarjetas)	Publicación	Frecuencia	trimestral	trimestral	mensual	mensual
		Fecha	> 1 año	+3 meses	+3 meses	+2 meses
		Último dato disponible	jul-19	ago-20	ago-20	sept-20
		Fuente	MEIC	Banxico	BCRP	BCRD
Medios de pago	Transferencias Interbancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias Intrabancarias	Nº				
		Valor				
	Transferencias inmediatas	Nº				
		Valor				
	Transferencias tradicionales	Nº				
		Valor				
	Débitos directos	Nº				
		Valor				
	Cheques	Nº				
		Valor				
	Financiación con tarjeta de crédito	Saldo vivo				
Tarjetas	Débito	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Crédito no bancarias	Nº				
		Volumen				
		Valor				
	Prepago	Nº				
		Volumen				
		Valor				
Medios de disposición	ATM	Nº dispositivos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	POS	Nº dispositivos físicos				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Corresponsales no bancarios	Nº				
	Tasas de intercambio y descuento	Valor				
Internet	Comercio electrónico	Volumen				
		Facturación				
	Banca Móvil	Nº usuarios		Nº cuentas		
		Nº				
		Valor				
	Banca Online	Nº usuarios				
		Nº operaciones				
		Valor				
	Pago móvil	Nº				
		Valor				

■ Disponible ■ No disponible

Fuente: Afi, a partir de información disponible fuentes oficiales. Último dato disponible a noviembre de 2020

La frecuencia de publicación de información de variables tan dinámicas como las que registran las operaciones de pago es también muy dispar entre países. De los países que contemplan este Informe destaca República Dominicana como el más transparente, mientras que los países europeos se sitúan entre los que publican información de peor calidad en términos de granularidad, frecuencia y actualidad, así como en facilitar su disponibilidad en una única fuente. La accesibilidad de los datos es asimismo muy dispar analizando las opciones de visualización y tratamiento, que varía desde pdf hasta bases de datos descargables para el tratamiento directo de la información.

Datos que anticipan el impacto de la covid-19

En relación a la actualidad de los datos de fuentes públicas no ha sido posible, por ejemplo, conocer de primera mano el efecto de la covid-19 en las dinámicas de las tarjetas de pago (retiros de efectivo y pagos en puntos de venta) en países como Brasil e Italia. Por su parte, otro grupo de países entre los que se encuentran México, España y Reino Unido, se actualizan trimestralmente. La mayoría de los países

latinoamericanos, salvo el mencionado Brasil, Argentina y Costa Rica, facilitan la información cuantitativa con periodicidad mensual pero con un decalaje de dos o tres meses tras el cierre del periodo de referencia.

En las variables de equipamiento o stock (tarjetas de débito y crédito, ATM y POS), se observan las siguientes tendencias en todos los países donde hay disponibilidad de información oficial para el año 2020:

- **Cae el parque de tarjetas de crédito.** La única excepción observada es México, donde crece. La reducción más acusada la registra Chile que, con datos de agosto de 2020, pierde una de cada seis tarjetas en circulación a finales de 2019
- **Sube o se mantiene el parque de tarjetas de débito.** Las únicas excepciones observadas a este comportamiento son México y Reino Unido
- **Crece la terminalización POS** en Colombia, México, España y Portugal
- **Se contrae la red de ATM** en Colombia, Chile, República Dominicana y España, y solo crece en México y Argentina

Tabla 4.2: Variación interanual de transaccionalidad con tarjetas (pagos y retiros) (estimación anualizada)

	Nº pagos POS	Valor pagos POS	Nº retiros ATM	Valor retiros ATM
Colombia	-16%	-34%	-13%	-29%
Chile	6%	-9%	-21%	-61%
México	-8%	-22%	-14%	-57%
Perú	-24%	-27%	-33%	-23%
República Dominicana	-22%	-34%	-17%	-28%
Argentina	-5%	-15%	-9%	-2%
España	-11%	-12%	-36%	-24%
Portugal	-20%	-42%	-26%	-22%
Reino Unido	-26%	-18%	-24%	-50%

Fuente: Afi, a partir de información disponible fuentes oficiales. Último dato disponible a noviembre de 2020.

Nota: No hay datos disponibles para 2020 en Brasil, Costa Rica e Italia. Para el resto de países los datos son parciales, motivo por el que se ha realizado una estimación anualizada.

En las variables de transaccionalidad y uso (**Tabla 4.2**), las tendencias observadas (en términos anualizados) son:

- **Cae el número de transacciones de pago en POS**, salvo en Chile, si bien este es el país que presenta la serie temporal más acotada en esta variable (abril 2020). Las caídas más pronunciadas se registrarían en Reino Unido (-26%), Perú (-24%), República Dominicana (-22%) y Portugal (-20%). La caída de la transaccionalidad en POS sería más leve en España (-11%), México (-8%) y Argentina (-6%)
- **Cae el valor (en dólares) de los pagos realizados en POS en todos los países.** La caída más acusada la registrarían Portugal (-42%), Colombia (-34%) y República Dominicana (-34%). Las menos acusadas las registrarían Chile (-9%), España (-12%), Argentina (-15%) y Reino Unido (-18%)
- **Cae el número de retiradas de efectivo en ATM en todos los países:** la mayor caída la registrarían España (-36%), Perú (-33%) y Chile (-21%); la menor, Argentina (-9%), Colombia (-13%) y México (-14%)
- **Cae el valor (en dólares) de las retiradas de efectivo en ATM en todos los países**, aunque apenas perceptible en Argentina (-2%). Las caídas más acusadas las registrarían México (-57%) y Reino Unido (-50%). En el resto de países con disponibilidad de datos, el valor de las retiradas desdenderían entre el 20% y el 30% con respecto al año 2019

Sobre el efecto de la covid-19 en la facturación e-commerce, únicamente Reino Unido (UK Finance) publica datos oficiales partir del primer trimestre del 2020 (concretamente hasta el mes de agosto). Allí, el valor de las transacciones e-commerce pagadas con tarjeta (crédito y débito) ha aumentado un 6% entre enero y agosto de 2020 respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que el número de operaciones registra una caída del 7% en ese periodo. De estos datos se deducen tickets medios más elevados en las compras e-commerce durante la pandemia que compensan parcialmente la caída de los pagos realizados en POS presenciales, por efecto sustitución del canal de compra. Para Italia, que como se verá más adelante es el país europeo del Informe con menor dinamismo pre-pandemia en comercio electrónico per cápita, el Osservatori Digital Innovation estima una caída del valor del facturación del 3% para el conjunto del año 2020.

Una panorámica (pre pandemia) en términos de valor y volumen: las transferencias y pagos con tarjeta avanzaban con fuerza en todos los mercados

A pesar de que las diferencias entre países son notables en cuanto a los patrones de uso de los distintos medios de pago a nivel doméstico, y que responden a las condiciones del mercado, la regulación y las preferencias de los agentes en cada uno de sus países, se observa con claridad meridiana que el liderazgo en términos de valor lo ostentan los pagos desde cuenta –en particular las transferencias de crédito–, mientras que en términos de volumen (intensidad de la transaccionalidad), lo hacen las tarjetas de pago.

La **Tabla 4.3** muestra los países que han protagonizado los cambios más intensos en la composición de los medios de pago minoristas en la última década, desde una perspectiva comparada.

Liderazgo en términos de valor de los pagos desde cuenta –en particular las transferencias de crédito– y de las tarjetas de pago en términos de intensidad de uso

Tabla 4.3: Variación de los patrones de uso de los medios de pago, % del volumen y valor total, 2009-2019⁶

Variación del peso relativo (volumen)

	Transferencia de crédito	Débitos directos	Pagos tarjetas	Cheques
Brasil	↑ 23,6%	n.d.	→ 8,5%	↓ -33,1%
Chile	n.d.	n.d.	↑ 38,4%	↘ -10,3%
Colombia	→ 3,8%	→ 0,9%	→ -1,1%	↘ -3,7%
México	↑ 45,1%	↑ 42,6%	n.d.	→ 1,1%
Perú	→ 7,6%	→ 0,1%	↗ 25,1%	↓ -32,8%
República Dominicana	→ 4,1%	↑ 20,0%	↘ -7,4%	↘ -16,8%
España	→ -1,1%	↓ -10,2%	→ 12,9%	→ -1,6%

Variación del peso relativo (valor)

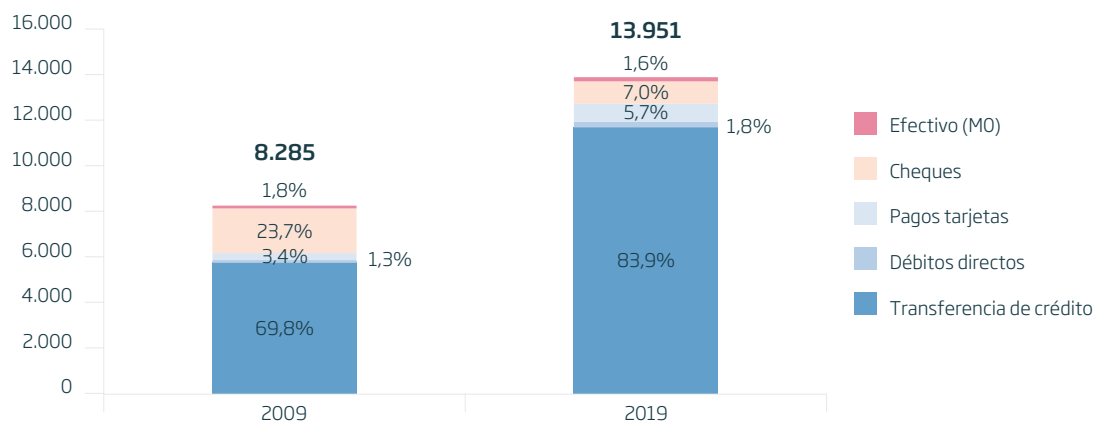
	Transferencia de crédito	Débitos directos	Pagos tarjetas	Cheques
Brasil	↗ 10,0%	n.d.	↗ 1,8%	→ -11,8%
Chile	n.d.	n.d.	↗ 9,6%	↓ -32,3%
Colombia	↑ 20,8%	↗ 2,6%	↗ 3,8%	↘ -29,2%
México	↗ 4,7%	→ 0,1%	↗ 1,1%	→ -6,2%
Perú	↑ 32,4%	→ 0,0%	↗ 13,1%	↓ -46,6%
República Dominicana	↑ 21,1%	→ -0,1%	↗ 4,2%	↘ -26,1%
España	↑ 26,1%	→ -2,5%	↗ 2,3%	→ -12,4%

Fuente: Afi a partir de superintendencias y bancos centrales

En la última década, el valor pagado por medio de transferencias en Latinoamérica ha pasado de representar el 69,8% de todos los pagos realizados por medios electrónicos en 2009, al 83,9% en 2019 (ver **Figura 4.1**), erigiéndose en el medio de pago líder en términos de valor. Los cheques siguen manteniendo una segunda posición, concentrando un 7,0% del valor pagado en 2019, pero en caída libre. No en vano, en 2009

concentraban uno de cada cuatro dólares pagados en la región (23,7% del valor total). Los débitos directos crecen muy tímidamente durante la década (del 1,5% en 2009 al 1,8% en 2019), y en algunos países ni siquiera se encuentran habilitados, mientras que las tarjetas representan en 2019 un 68% más del peso que representaba el valor pagado con ellas diez años antes, pasando del 3,4% en 2009 al 5,7%.

⁶ La Tabla 2 recoge solo los países que han formado parte del Informe desde la primera edición.

Figura 4.1: Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2009 y 2019, por instrumento, miles de millones USD

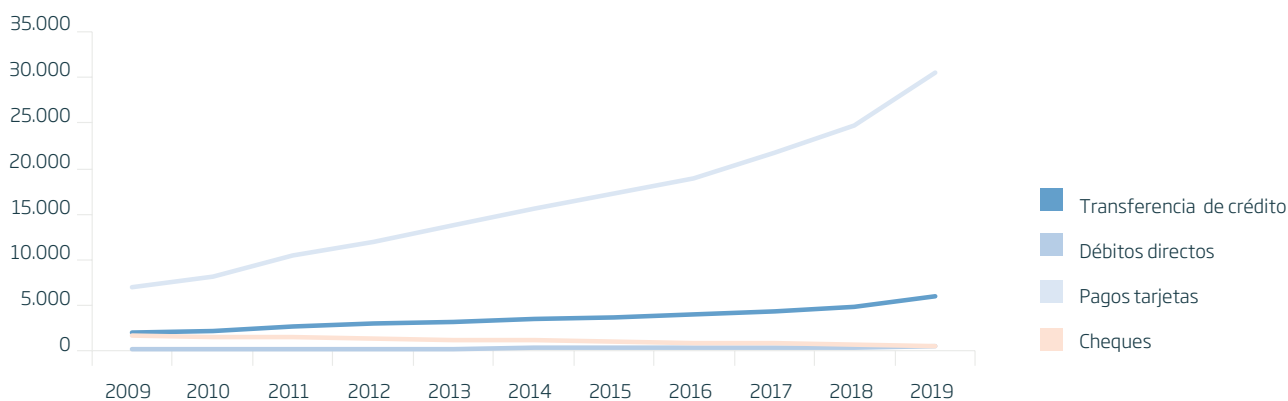
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

En términos de volumen (ver **Figura 4.2**), el pago con tarjeta en 2019 concentra en la región latinoamericana ocho de cada diez pagos realizados por medios digitales (80,9%), mientras que en 2009 representaban seis de cada diez (63,3%). En números absolutos, los 6.990 millones de pagos con tarjeta registrados en la región en 2009 se han transformado en más de 30.500 millones, más que cuadruplicándose en una década.

Las transferencias interbancarias siguen manteniendo una proporción similar en términos de transaccionalidad (18,1% en 2009 vs. 16,1% en 2019), a pesar de haberse triplicado en número (de los 2.000 millones de transferencias interbancarias registradas en 2009, a las más de 6.000 millones en 2019). En una década, el número de débitos directos se duplican (de 260 millones en 2009 a 520 en 2019), pero caen en peso relativo desde el 2,4% al 1,4%.

Los cheques liquidados caen desde los cerca de 1.800 millones en 2009 a apenas 630 millones en 2019, y también cae su proporción en el total de operaciones de pago: del 16,2% en 2009 al 1,6% en 2019. A pesar de este desplome, sigue ocupando la segunda posición como medio de pago en Latinoamérica (7,0% del valor). Los medios de pago basados en papel pierden relevancia.

Perú, Colombia y México destacan como los mercados con mayor crecimiento anual compuesto (en adelante, CAGR por sus siglas en inglés) en el uso de las transferencias interbancarias en la última década. En crecimiento interanual de la intensidad de uso de las transferencias destacan Perú (49,7%), Colombia (35,7%) y Argentina (31,3%).

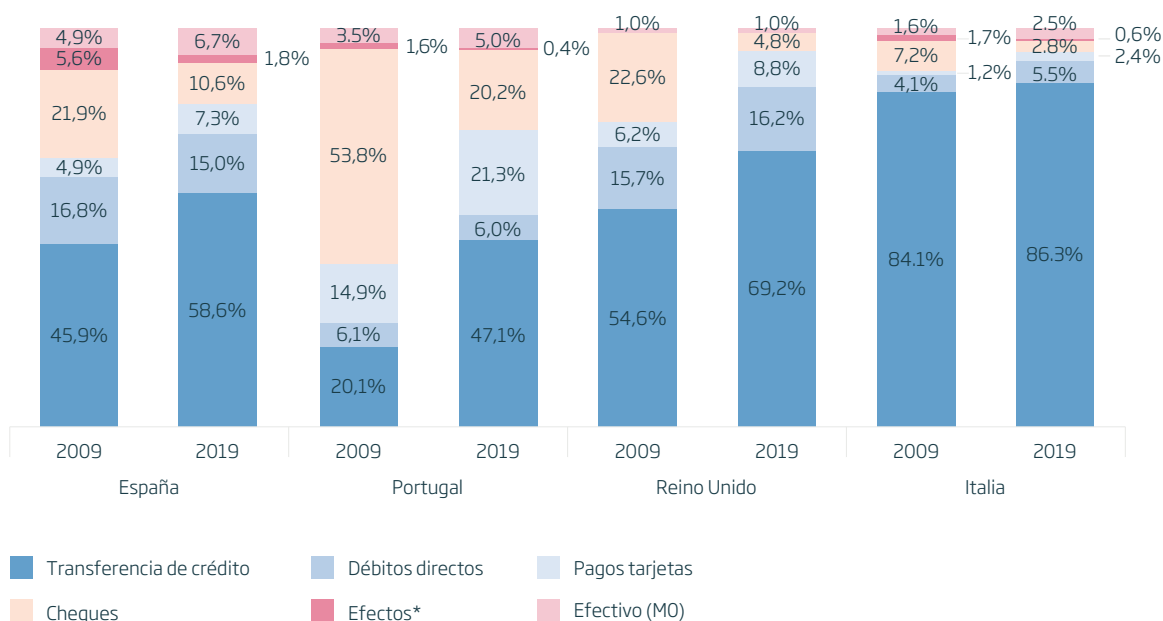
Figura 4.2: Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2009-2019, millones

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

La caída más pronunciada del uso del cheque en la última década en la región latinoamericana ha estado protagonizada por Costa Rica (-14,4% CAGR), Colombia (-12,7%) y Brasil (-11,4%). Estos mismos países han liderado la caída del cheque en términos de valor pagado. En Europa es Reino Unido el que lidera la caída del uso del cheque (-14,8% CAGR 2009-2019), si bien todos los países europeos cumplen con creces con dicha tendencia global (Portugal -9,1%), Italia (-8,3%) y España (-7,5%).

El pago con tarjeta en 2019 concentra en Latinoamérica ocho de cada diez pagos realizados por medios digitales

Figura 4.3: Valor de las operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia en 2009 y 2019, por instrumento, miles de millones USD



Fuente: Afi, a partir de superintendencias y bancos centrales.

La dimensión y uso de los medios de pago minoristas en España, en términos comparados con Latinoamérica, ha registrado cambios menos pronunciados en la última década. Así, el medio de pago que mayor valor canaliza en España -al igual que en Latinoamérica- es la transferencia de crédito, pero su representatividad con respecto al total apenas ha aumentado trece puntos porcentuales, desde el 45,9% en 2009 al 58,6% del valor total de operaciones de pago en 2019 (**Figura 4.3**). Con más de 600 millones de transferencias minoristas ordenadas, un 4,3% más que el año anterior, concentran el 9,3% del total de operaciones de pago (10,4% en 2009). (**Figura 4.4**).

Las transferencias son, junto con las tarjetas (y el efectivo), los únicos medios de pago que ganan protagonismo en términos de valor en el periodo. En el caso del valor pagado con tarjetas, pasa de representar el 4,9% del total en 2009 al 7,3% en 2019. Y en número

de operaciones, los 2.000 millones de 2009 crecen hasta los más de 4.500 millones registrados diez años después, un crecimiento anual compuesto del 8,4%.

Al contrario de lo que ocurre en Latinoamérica, los débitos directos en España disfrutaron de una presencia muy relevante y concentran el 15,0% del valor total de las transacciones y el 20,0% del volumen en 2019. Si bien, reducen su participación relativa con respecto a 2009 en 1,8 y 10,3 puntos respectivamente, una caída importante en términos de transaccionalidad relativa (en números absolutos, en 2009 se ordenaron 1.100 millones de domiciliaciones, mientras que en 2019 han sido 1.300 millones). No obstante, siguen manteniendo la segunda posición como medio de pago en términos de valor, solo por detrás de las transferencias. Así, los pagos desde cuenta (push y pull) que concentraban en 2009 el 62,7% del total del valor pagado en España, alcanzan el 73,6% en 2019.

La variación más significativa del periodo es la registrada por los cheques, que de concentrar más de uno de cada cinco euros pagados en 2009 (21,9%), pasan a hacerlo en uno de cada diez (10,6%) en 2019, abandonando la segunda posición como medio de pago de mayor valor transado. Representan, en volumen de transacciones, apenas el 0,5% del total (35 millones de cheques liquidados en 2019), el porcentaje más bajo de todos los países del Informe. Caen también los efectos comerciales, que en 2019 concentran un tercio (1,8%) de lo que representaba el valor pagado con ellos en 2009 (5,6%), cuando ostentaban la tercera posición en términos de valor por encima de las tarjetas y el dinero en efectivo.

Para el periodo mencionado, España registra un volumen de efectivo en circulación un 60% superior al registrado en 2009, y el peso sobre el valor total de las operaciones de pago asciende del 4,9% al 6,7% del total en la última década.

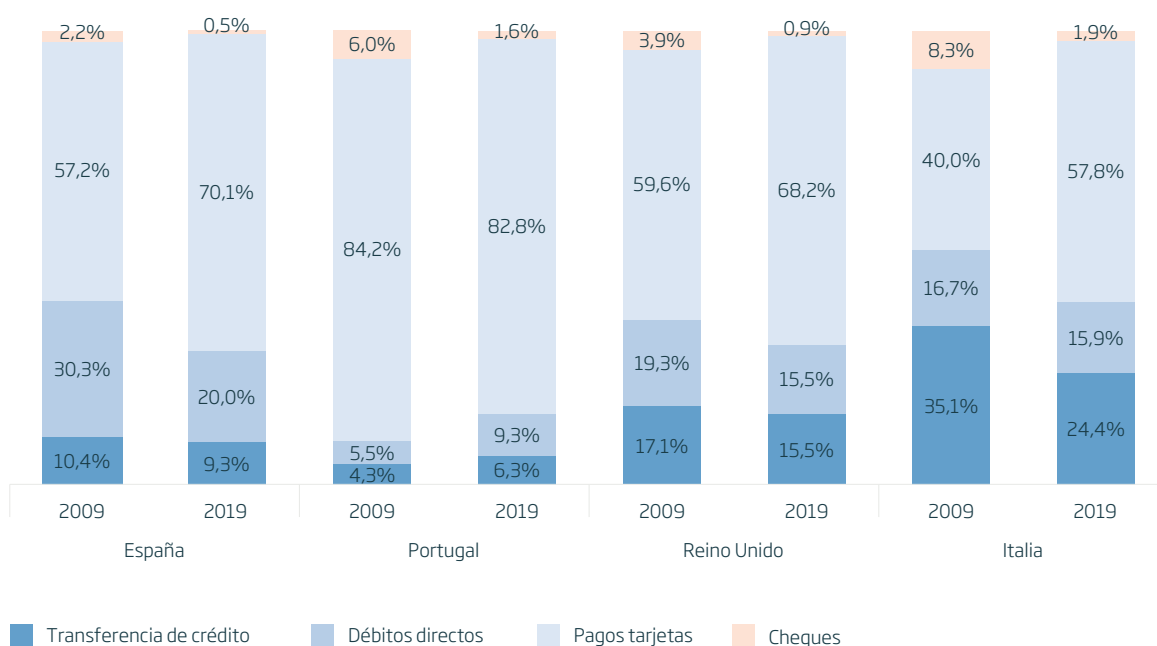
Portugal, a diferencia de España, proyecta una transformación más significativa en la última década. Las transferencias de crédito representaron en 2019 un 47,1% del valor total de las transacciones, con 165 millones de transferencias ordenadas, más del doble

de lo que representaban en términos de valor (20,1%) y volumen (79 millones) en 2009. Estas pasan a ser el principal medio de pago en valor, cuando en 2009 lo era, con una diferencia abismal (53,8% del total), el cheque. Sin embargo, en términos de volumen, las transferencias de crédito en Portugal ocupan la tercera posición por detrás de las tarjetas y los débitos directos.

El peso de los débitos directos en términos de valor se estabiliza en la última década, ya que se mantiene en torno al 6,0% del valor total pagado y se sitúa en cuarta posición como medio de pago. Sí aumenta considerablemente la transaccionalidad, desde el 5,5% del total de operaciones de pago en 2009 al 9,3% en 2019, tres puntos por encima de las transferencias.

Aunque el cheque ha reducido su presencia durante los últimos cinco años, sigue teniendo un uso relevante: en Portugal representó en 2019 el 20,2% del valor total de las operaciones de pago, el doble de lo que representan en España, y cuatro veces más que en Reino Unido (4,8%). En Italia apenas representan el 2,8% del valor transado en 2019, el país con menor representación de los recogidos en el Informe, si bien en transaccionalidad representan el 1,9% (0,9% en Reino Unido, 0,5% en España y 1,6% en Portugal).

Figura 4.4: Número de operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia, 2009-2019, millones



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

Nota: Los datos de Reino Unido hacen referencia al año 2013 debido a que es el primer año con información completa disponible.

En relación a los pagos con tarjeta, estos representan en Portugal el 21,3% del valor de las operaciones de pago en 2019, por delante de Reino Unido (8,8%), España (7,3%) e Italia, donde representan el 2,4%. En términos de volumen, Reino Unido lidera en transaccionalidad con cerca de 20.000 millones de pagos con tarjeta registrados en 2019, cuatro veces más que los 4.536 millones registrados en España y lejos de los 3.500 millones de Italia o los 2.200 millones de Portugal. Representan, respectivamente, el 68,2%, 70,1%, 57,8% y 82,8% del total de pagos realizados. El efectivo en circulación aumenta ligeramente su peso en el total del valor en el periodo, pasando del 3,5% en 2009 al 50% en 2019.

En Reino Unido las transferencias concentraron siete de cada diez libras transadas en 2019 (69,2% del total), mientras que en 2009 representaban el 53,7% de la totalidad del valor pagado, en más de 4.400 millones de órdenes de transferencia (15,5% de las operaciones de pago y el máximo de todos los países recogidos en este Informe), un 8,4% más que el año anterior. Los pagos con tarjeta también crecen: de representar el 6,3% de los pagos en 2009, lo hacen en un 8,8% en 2019. Se mantiene el peso relativo de los débitos directos (16,2%), así como el efectivo en circulación, estable en términos de valor (1,0%) en la última década. Los cheques pierden más de dieciocho puntos en una década, todo lo ganado por las transferencias y los pagos con tarjeta.

Italia es el país europeo donde menos cambios de patrón se observan en la última década. Es también el país con una mayor representación de las transferencias en términos de valor, ya que concentran el 86,3% del valor de los pagos realizados en 2019, si bien no están muy lejos de lo que ya representaban hace una década (84,1%). Crecen ligeramente los pagos con tarjeta y los débitos directos, aunque en ambos casos su representación en términos de valor respecto al total es muy reducida: 2,4% las tarjetas y 5,5% los débitos directos, en línea con lo registrado en Portugal.

Reino Unido lidera en transaccionalidad de pagos con tarjeta con 20.000 millones de pagos en 2019, cuatro veces más que los 4.500 millones de España, y lejos de los 3.500 millones de Italia o los 2.200 millones de Portugal

Europa comienza a independizarse del dinero en efectivo

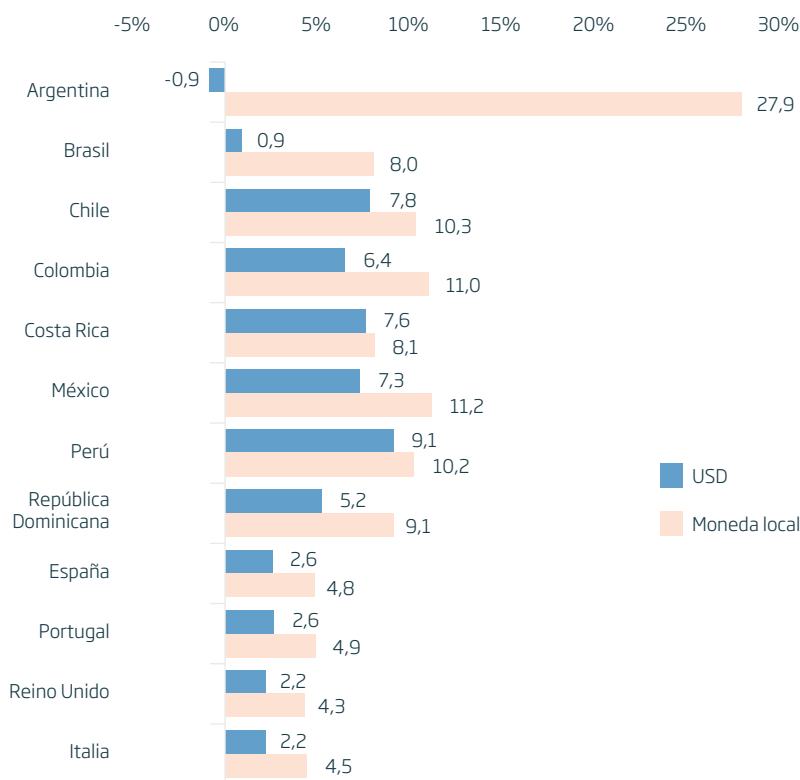
En buena parte de los países de la región de Latinoamérica existe un objetivo de reducción de la dependencia del dinero en efectivo. Entre ellos, Costa Rica y Argentina destacan por el impulso explícito de las autoridades. La visibilidad de dicho objetivo es apenas perceptible en España y Portugal, mientras que Reino Unido es considerado, y los datos lo avalan, uno de los países del mundo que efectivamente ha iniciado la transición hacia una sociedad menos dependiente del cash. Italia, por su parte, ha tomado medidas de política pública decididas a dinamizar el pago digital, especialmente en los pagos cotidianos.

A pesar de los esfuerzos anunciados por diversas autoridades, la presencia del dinero en efectivo no deja de crecer. Si en los países europeos el crecimiento anual acumulado del efectivo en circulación se sitúa entre los cuatro y cinco puntos durante el periodo analizado, el aumento ha sido especialmente intenso en México (11,2% en moneda local -pesos-; y 7,3% en dólares), Chile (10,3%; 7,8%) y Perú (10,2%; 9,1%). La devaluación de las monedas latinoamericanas ha sido especialmente intensa para Argentina y Brasil. (**Figura 4.5**).

En España, el efectivo en circulación contabiliza en 2019 algo más de 147 mil millones de euros en billetes y monedas y representa un 11,2% del PIB (igual que Italia), 1,6 puntos por encima del registro de 2009. En Portugal los 29 mil millones de euros en circulación representan el 13,2% del PIB, mientras que en Reino Unido equivale al 3,8% del PIB británico de ese año (**Figura 4.6**).

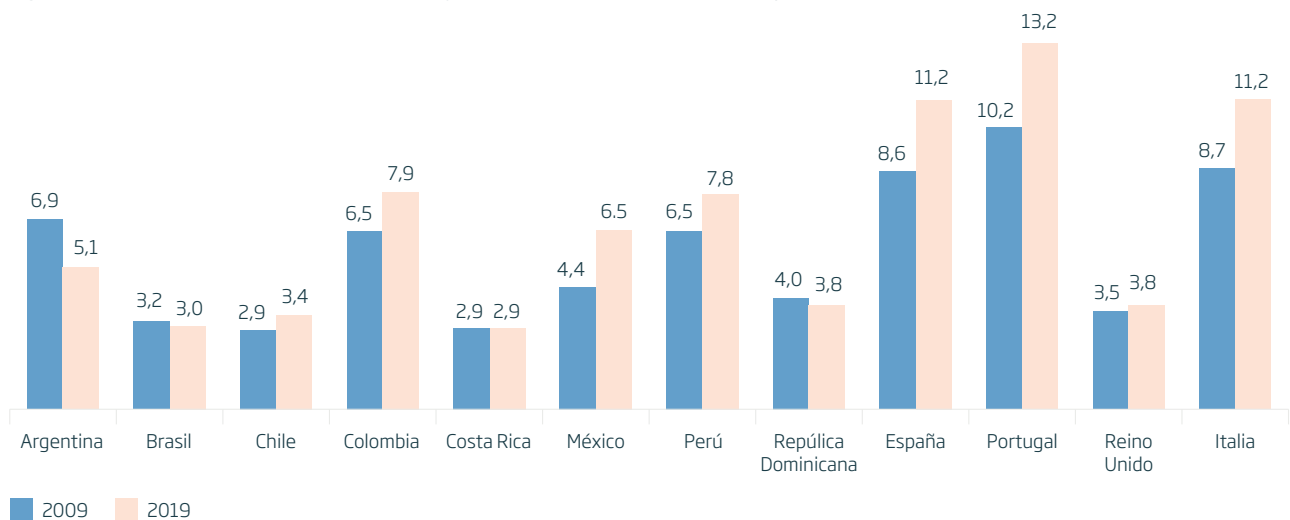
En Latinoamérica el peso del efectivo en circulación sobre el PIB doméstico oscila entre el 7,9% y 7,8% de Perú y Colombia, respectivamente, hasta el 2,9% y 3,0% de Costa Rica y Brasil.

Figura 4.5: Efectivo en circulación en Latinoamérica y Europa, CAGR 2009-2019



Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.

Figura 4.6: Efectivo en circulación en Latinoamérica y Europa, dólares, 2009-2019, porcentaje del PIB



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales.

El crecimiento anual acumulado del efectivo en circulación en Europa se sitúa entre los cuatro y cinco puntos durante el periodo analizado; en Latinoamérica en torno a diez puntos

El cheque, en caída libre

La reducción sostenida del uso del cheque como instrumento de pago está siendo compensada especialmente por transferencias de crédito y pagos con tarjeta.

En Latinoamérica, la progresiva sustitución ha supuesto que los cheques representen en 2019 el 7,0% del valor total de las operaciones de pago minorista, desde el 23,7% registrado en 2009. No obstante, el uso de este instrumento no presenta el mismo peso en cada uno de los países analizados (**Tabla 4.4**). Mientras que en Chile, República Dominicana y Perú los cheques tienen un peso del 62,8%, 42,3% y 26,3% en términos de valor, respectivamente, México (2,3%) y Brasil (3,2%) son los países con menor valor relativo de las operaciones de pago efectuadas con cheques. En cuanto al monto medio por operación, destaca Brasil (551 dólares) por lo reducido de su importe promedio en contraposición al de otros países como Perú (9.544 dólares), Colombia (5.589 dólares) y Chile (4.214 dólares), muy por encima de la media de la región.

En España, los cheques han pasado de representar el 23,2% del valor de las operaciones en 2009 al 10,8% en 2019, situándose el número de operaciones en 35,2 millones (232.990 millones de euros). Esto supone una reducción tanto del número de operaciones (-7,5%) como del valor de las mismas (-7,6%) en tasa anual compuesta para el periodo 2009-2019.

La reducción del uso de este medio de pago en papel en Portugal también ha sido acusada, pasando de representar el 54,9% en 2009 al 20,2% en 2019 en términos de valor, con un crecimiento anual acumulado de once puntos muy similar al comportamiento que el cheque ha experimentado en Italia, donde cae un 11,3% en términos de valor y un 8,3% en términos de volumen. La caída en Reino Unido también ha sido importante: en 2009 el valor de las operaciones de pago con cheques representaba del 8,6% del total, mientras que en 2019 concentraron el 0,9%. En número de operaciones la caída es si cabe más pronunciada: la tasa anual compuesta para el periodo 2009-2019 es de -14,8%.

El monto medio de las operaciones en España es el más elevado de los países europeos analizados (7.406 dólares) frente a los 3.104 dólares promedio de Portugal, los 2.228 de Italia o los 1.946 dólares promedio de Reino Unido.

Tabla 4.4: Uso de cheques, 2019

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2019			Tasa de crecimiento anual compuesto 2014-2019		Tasa de crecimiento anual compuesto 2009-2019	
Argentina	77	121	1.556	-3,2%	-12,3%	-1,4%	-3,6%
Brasil	365	201	551	-13,2%	-16,5%	-11,4%	-9,5%
Chile	95	399	4.214	-10,8%	-4,8%	-8,2%	-5,0%
Colombia	10	58	5.589	-15,3%	-16,8%	-12,7%	-10,8%
Costa Rica	6	12	1.918	-14,4%	-14,2%	-14,4%	-13,6%
México	51	111	2.156	-11,0%	-12,3%	-9,2%	-7,9%
Perú	4	36	9.544	-11,1%	-8,6%	-7,6%	-2,3%
República Dominicana	22	40	1.839	-2,7%	-3,6%	-3,2%	-2,8%
España	35	261	7.406	-7,0%	-4,6%	-7,5%	-7,6%
Portugal	42	130	3.104	-10,9%	-9,1%	-9,1%	-11,0%
Reino Unido	258	502	1.946	-16,7%	-15,2%	-14,8%	-12,9%
Italia	120	266	2.228	-10,1%	-11,7%	-8,3%	-11,3%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

Mayor dinamismo de los pagos desde cuenta: alternativa al cheque y adopción de innovaciones en pagos inmediatos

En Europa la apuesta de las autoridades pasa por dinamizar, eficientar y dotar de inmediatez a los pagos desde cuenta. De esta forma, las transferencias de crédito han aumentado su presencia tanto en España como en Portugal y Reino Unido. En España ya suponen el 59,7% del valor total de transacciones y el 9,3% del volumen, con una tasa de crecimiento anual compuesto del 1,9% y del 5,0% desde 2009, respectivamente (**Tabla 4.5**). En Portugal y Reino Unido representan, respectivamente, el 47,3% y 69,2% del valor y el 6,3% y 15,5% del volumen. Italia bate el record en cuanto a valor

transado mediante transferencias, ya que representan el 86,3% del total en 2019, y el 24,4% del volumen total de operaciones.

De los países analizados, Perú, México y República Dominicana experimentan un mayor dinamismo en el uso de las transferencias de crédito en el periodo. Las tasas de crecimiento anual compuesto para el periodo 2009-2019 se sitúan entre el 30% y 35% en número, y en 27,3%, 5,6% y 8,5% del valor de las operaciones, respectivamente. Sin embargo, pese a este aumento en República Dominicana, se ordena aproximadamente igual número de transferencias que cheques se liquidan aún en 2019 (21-25 millones).

En Perú en el año 2009 el número de transferencias apenas representaban la quinta parte de los cheques liquidados; en 2019 ya representan casi diez veces más (35 millones de transferencias vs. 3,7 millones de operaciones con cheque).

Tabla 4.5: Transferencias interbancarias, 2019

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2019			Tasa de crecimiento anual compuesto 2014-2019		Tasa de crecimiento anual compuesto 2009-2019	
Argentina****	355	951	2.682	23,6%	0,3%	17,4%	6,1%
Brasil	4.138	5.486	1.326	7,7%	-0,8%	8,4%	6,8%
Chile****	188	135	716	15,0%	2,6%	11,0%	4,0%
Colombia	133	381	2.858	4,3%	-1,3%	7,1%	5,1%
Costa Rica	45	131	2.911	14,6%	6,2%	17,9%	10,3%
México*	1.132	4.525	3.997	26,6%	0,4%	32,0%	5,6%
Perú	35	55	1.563	30,2%	12,9%	34,8%	27,3%
República Dominicana**	25	43	1.731	40,2%	15,4%	32,3%	8,5%
España	602	1.443	2.399	7,1%	4,4%	5,0%	1,9%
Portugal	166	303	1.829	7,0%	12,4%	7,7%	6,9%
Reino Unido***	4.474	7.235	1.617	6,7%	1,1%	5,7%	4,1%
Italia	1.505	8.185	5.438	3,6%	-3,3%	2,2%	-2,3%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

* Los datos del Banco de México para las transferencias de crédito interbancarias incluyen órdenes de pago del sistema de bajo valor Transferencia Electrónica de Fondos (TEF) y del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) de hasta 500.000 pesos, así como pago de tarjetas de crédito de otros bancos.

** En República Dominicana incluye tanto transferencias de bajo valor como de alto valor y pagos instantáneos.

*** Reino Unido incluye transferencias de crédito realizadas a través de Faster Payments Scheme Limited así como créditos directos realizados a través de Bacs Payments Scheme Limited

**** Los datos de Argentina y Chile corresponden a 2011 (a falta de datos de 2009 disponibles) y 2019.

Sólo Argentina y Colombia siguen registrando en la región operaciones en volumen y valor significativos a través de débitos directos. Colombia es un caso excepcional, puesto que las transferencias registradas en 2019 (134 millones) son menores en número que los débitos directos realizados (143,4 millones, el 13,4% del volumen y 4,8% del valor totales), aunque los primeros suponen catorce veces el valor de las segundas. En Argentina, débitos directos y transferencias igualan en transaccionalidad (11,5% y 12,8%), pero las segundas concentran cinco veces el valor pagado con débitos.

A pesar de su reducida dimensión aún, atendiendo al número de operaciones, el uso de los débitos directos ha crecido muy notablemente en el periodo 2009-2019 en República Dominicana y Costa Rica. En España, donde cerca de la cuarta parte de las operaciones de bajo valor se realizan mediante débito directo, las domiciliaciones bancarias, como también se denominan, apenas crecen un 1,9% CAGR en el periodo en términos de volumen, y caen un 1,7% en valor. El importe medio de las operaciones ha pasado de 216 dólares en 2009 a 284 en 2019.

Tabla 4.6: Débitos directos, 2019, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2019			Tasa de crecimiento anual compuesto 2014-2019		Tasa de crecimiento anual compuesto 2009-2019	
Argentina	320,7	179,6	560	6,8%	-0,4%	5,4%	6,5%
Colombia	143,4	25,5	178	9,1%	0,9%	9,2%	9,8%
Costa Rica	0,9	1,0	1.147	29,2%	-6,0%	29,8%	-5,2%
México	48,5	9,3	193	18,2%	9,3%	17,3%	15,6%
República Dominicana**	4,4	1,0	228	80,7%	10,1%	45,4%	1,0%
España	1.297,0	368,3	284	1,5%	-2,3%	1,9%	-1,7%
Portugal	244,7	38,6	158	7,7%	-1,5%	9,4%	-2,0%
Reino Unido	4.475,1	1.692,8	378	4,0%	-2,5%	3,6%	2,0%
Italia	979,2	517,6	529	10,0%	4,2%	5,5%	0,3%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

*Los Débitos Directos Autorizados (DDA), no son considerados bajo esta definición.

**Los datos de República Dominicana incluyen tanto débitos directos de bajo valor como de alto valor, al poder elegir la entidad financiera el sistema de liquidación a utilizar.

Perú, México y República Dominicana experimentan un mayor dinamismo en el uso de las transferencias de crédito en el periodo

Las múltiples velocidades de las transferencias

Este año se incluye la dimensión de las transferencias bancarias inmediatas, que se definen como aquellas procesadas en tiempo real, horario de servicio 24x7, un tiempo de intercambio de apenas unos segundos y con abono inmediato de los fondos en la cuenta del beneficiario. Suelen tener limitado el importe máximo por operación.

Tabla 4.7: Transferencias inmediatas, selección de países, 2019

	Denominación y año de inicio	Definición	% inmediatas / total
Argentina	Transferencias inmediatas	Importe < 12.500 euros	86%
Brasil	SITRAF (2002). Bacen	Importe < 150.000 euros efectuadas en tiempo real	20%
	PIX (2020). Bacen	El Bacen no ha impuesto un límite al monto, son las entidades financieras las que pueden fijarlo siempre que este no sea menor al que ya se practica en otro tipo de transferencias. Comienza a funcionar en noviembre de 2020.	No iniciado
Colombia	Transferencias YA. ACH Colombia(2019)	Pagos móviles P2P Solo SEDPES, cooperativas, Movii y Nequi y Banco Coopcentral. Envío máximo de 5 transferencias inmediatas al día. Sin límite en el número de transferencias a recibir. El importe mínimo 100 COP; máximo 150.000 COP por operación.	n.d.
Costa Rica	SINPE del BCCR	En el caso de SINPE Móvil, hasta por ₡100.000 diarios (sin costo). Los depósitos móviles recibidos hasta por un monto acumulado mensual de ₡2.000.000 son sin costo para el cliente. Para montos superiores la entidad financiera puede establecer el cobro de una comisión sobre el monto que exceda de esos importes.	12%
Chile	TEF (2002)	Los montos y límites máximos se rigen según condiciones particulares entre el cliente y la institución bancaria.	100%
México	SPEI (2004) de Banxico	No existe límite máximo de transacción Banxico cobra a los bancos una comisión de MXN 0,50 por transacción.	60%
	CoDi (2019) de Banxico	Transferencias inmediatas móviles gratuitas. Monto máximo de transacción 8.000 MXN.	n.d.
República Dominicana	Pagos al instante. Sistema LBTR del BCRD	Máximo 15' Horario: 7:00 a.m. a 11:00 p.m.	5%
España	Iberpay (2017)	SCT Inst (2017) Tiempo real (< 15") y 24/7/365. Límite 100.000 euros por operación.	12%
Italia	BIComp & Nexi ACH clearing system (2017)		54%
Portugal	SIBS (2018)		2%
Reino Unido	Faster Payments (2008)	Tiempo real (< 15") y 24/7/365. La cuantía máxima es de 276.000 euros, sin embargo, es posible exceder esa cantidad si la entidad bancaria lo permite.	55%

Fuente: Afi a partir de superintendencias y bancos centrales.

Preeminencia global de la tarjeta de débito, salvo en Argentina

Se observa que el parque de tarjetas de débito es superior a las de crédito en todos los países analizados, a excepción de Argentina, donde la tendencia se invierte (**Tabla 4.8**). España, Reino Unido, Brasil y Chile comparten un patrón similar, con entre 1,3 y 1,6 tarjetas de débito por cada una de crédito en circulación en 2019. El parque de débito duplica al de crédito en Colombia, Costa Rica, República Dominicana y Portugal. Sigue

destacando un año más México, que ha superado una ratio de 5 : 1, mientras que de cerca le siguen Italia (4 : 1) y Perú (3,5 : 1).

A cierre de 2019 el parque de tarjetas de pago en España alcanzó los 85,6 millones de plásticos -distribuidas en 48,3 millones de débito y 37,3 de crédito-, registrando un año más un récord histórico.

En el conjunto de los doce países que contempla el Informe existen más de 1.300 millones de tarjetas de pago en circulación, de las que dos de cada tres son de débito.

Tabla 4.8: Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2019

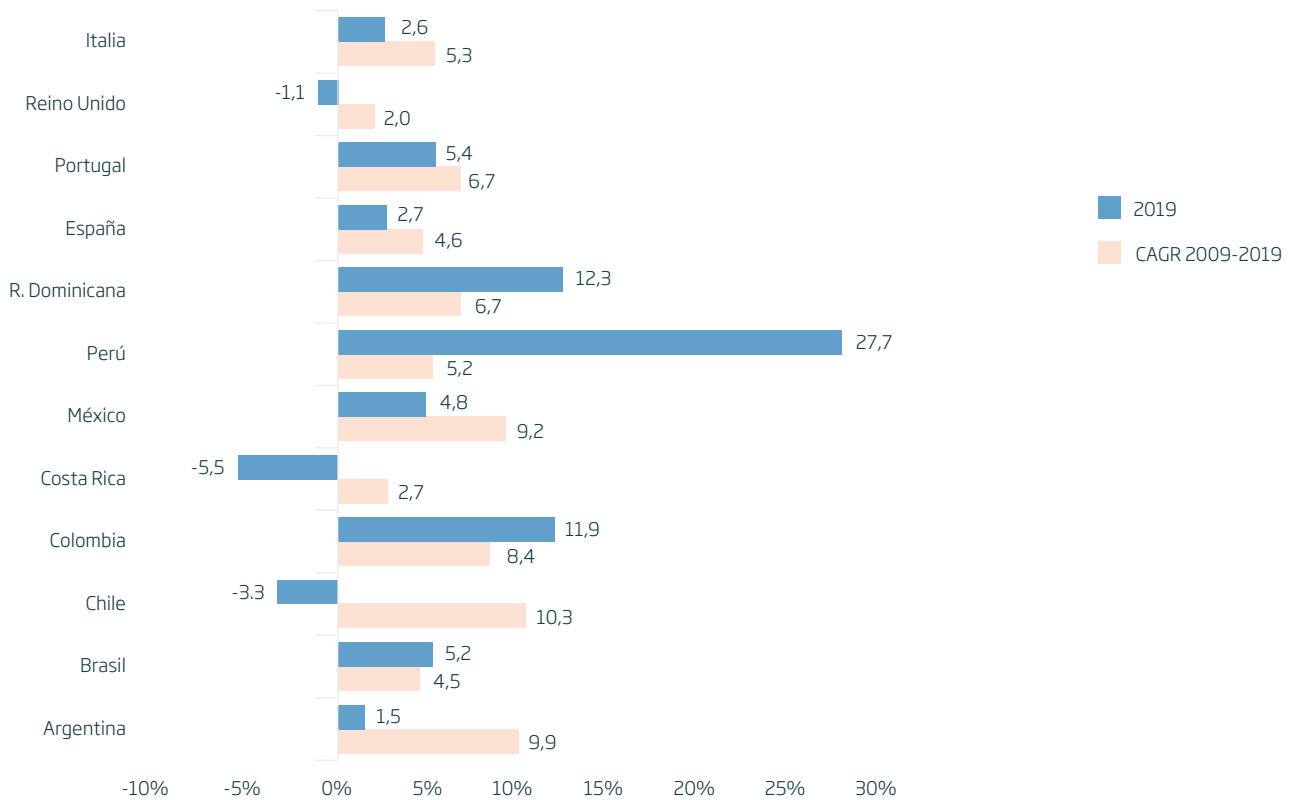
	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total
Argentina	48.551.233	60.183.669	108.734.902
Brasil	348.807.697	221.498.255	570.305.952
Chile	21.653.909	17.171.047	38.824.956
Colombia	33.091.474	16.054.855	49.146.329
Costa Rica	5.709.944	2.719.504	8.429.448
México	146.840.500	27.670.136	174.510.636
Perú	24.262.296	6.951.449	31.213.745
R. Dominicana	5.424.514	2.655.032	8.079.546
España	48.350.000	37.250.000	85.600.000
Portugal	20.868.000	8.328.000	29.196.000
Reino Unido	96.833.000	64.851.000	161.684.000
Italia	57.207.000	14.252.000	71.459.000

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.
Nota: No incluye tarjetas de crédito del retail.

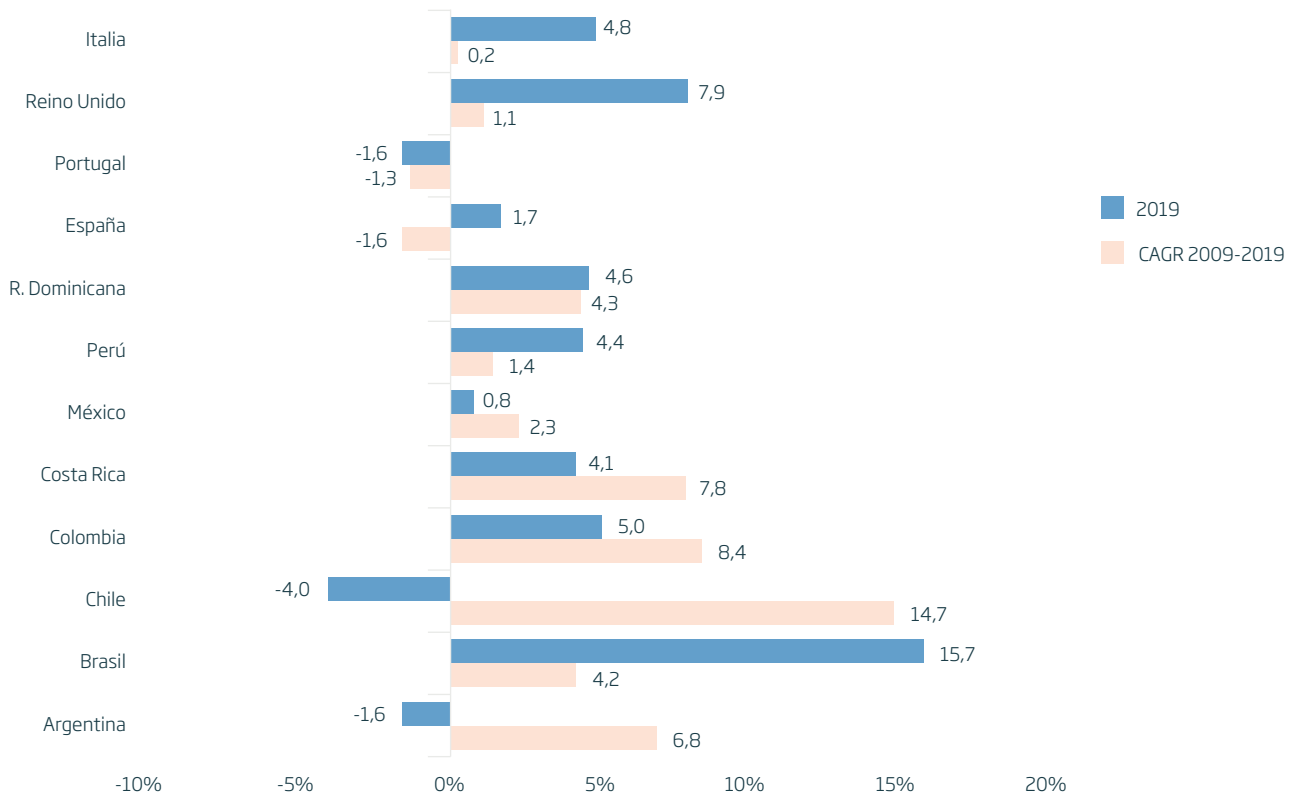
En los doce países contemplados existen más de 1.300 millones de tarjetas de pago en circulación, de las que dos de cada tres son de débito

Figura 4.7: Crecimiento anual compuesto vs crecimiento último año, número de tarjetas, débito y crédito, (% , evolutivo 2009-2019)

Tarjetas débito



Tarjetas crédito



Fuente: Afi, a partir de información publicada por Bancos Centrales y Superintendencias de bancos.

La modalidad de débito creció en 2019 en todos los países latinoamericanos a excepción de Costa Rica y Chile. El liderazgo en el crecimiento interanual lo asume un año más Perú (27,7%), seguido de República Dominicana (12,3%) y Colombia (11,9%) (**Figura 4.7**). Los mayores crecimientos acumulados de la década los registran Chile (10,3%), Argentina (9,9%), México (9,2%) y Colombia (8,4%). En Europa, todos los países aumentan su parque de tarjetas de débito (Portugal 5,4% CAGR, España 2,7%, Italia 2,6%), salvo Reino Unido.

En relación al parque de tarjetas de crédito, Brasil anota un crecimiento interanual del 15,7% desbancando a Chile en 2019, si bien este último mantiene el liderazgo en crecimiento anual acumulado en el periodo, del 14,7%, a pesar de caer cuatro puntos en 2019. Cae también Argentina. Y en el lado europeo, solo Portugal registra un descenso en el número de tarjetas de crédito en circulación en 2019, mientras Reino Unido crece un 7,9%, tres puntos por encima del crecimiento registrado en Italia (4,9%).

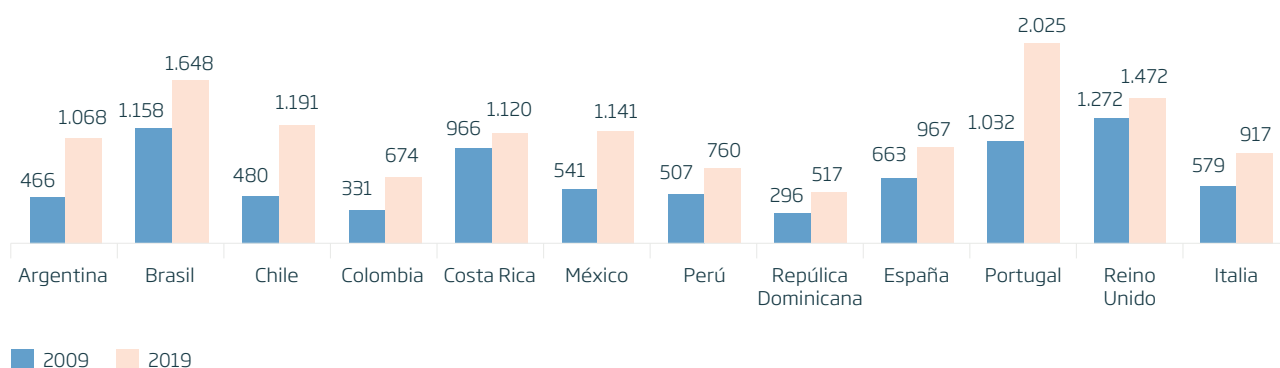
En términos agregados, el crecimiento más destacado en el periodo es el registrado por Chile, cuyo parque total de tarjetas es en 2019 tres veces superior al existente en 2009. Le siguen Colombia, Argentina y México, que lo duplican. Los cambios menos bruscos los registran Reino Unido y España, donde apenas son un 18 y un 15% superior, respectivamente, al final de la década.

Analizando la presencia de las tarjetas en circulación en relación con el tamaño de la población, la **Figura 4.8** refleja cierta estabilidad en la modalidad de débito en términos per cápita en mercados como Brasil, Costa Rica, México y Perú, además de Reino Unido, durante el periodo 2009-2019. Brasil es el país con mayor número de tarjetas de débito por habitante (1,6) en Latinoamérica, mientras que Portugal lo es en Europa (2,1). Los mayores crecimientos per cápita los han registrado Argentina y Colombia.

Argentina y Portugal duplican la ratio de tarjeta de débito por habitante en el periodo, alcanzado una y dos unidades, respectivamente, per cápita. Reino Unido registra en torno a 1,5 tarjetas de débito por habitante, y en torno a la unidad se sitúan, por ese orden, Chile, Costa Rica, México, España e Italia.

El crecimiento más destacado es el registrado por Chile, cuyo parque total de tarjetas es en 2019 tres veces superior al de 2009. Le siguen Colombia, Argentina y México que lo duplican. Los cambios menos bruscos los registran Reino Unido y España

Figura 4.8: Número de tarjetas de débito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2009-2019



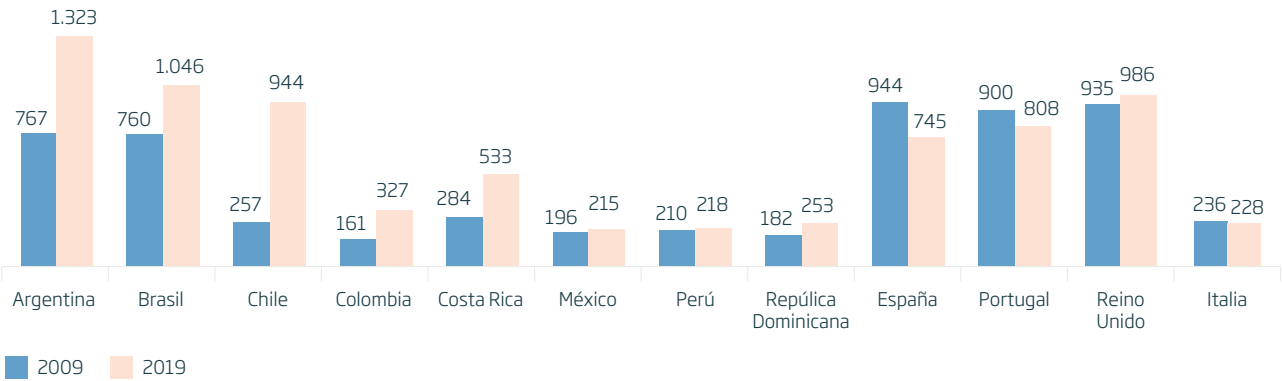
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

En tarjetas de crédito per cápita destaca sobre todo Argentina por el nivel máximo alcanzado (1,3 plásticos de crédito per cápita). Chile, Colombia y Costa Rica son, por su parte, países en los que ha crecido significativamente el número de tarjetas de crédito per cápita en el periodo de análisis. Pocos cambios en términos per cápita se observan en México, Perú y República Dominicana (también en Italia), donde apenas uno de cada cinco habitantes contarían con una. Caen ligeramente en todos los países europeos, salvo en Reino Unido (ver **Figura 4.9**).

La invisibilidad del prepago

Las estadísticas sobre dimensión del parque y transaccionalidad de las tarjetas prepago abierto (dinero electrónico) siguen sin ser visibles al público general, salvo en el caso de Italia y Portugal. Por este motivo, y habida cuenta que este Informe cuenta con un capítulo dedicado a explorar la demanda del mercado de los medios de pago (6. Demanda en medios de pago), se ha procedido a realizar una estimación del parque de tarjetas de prepago en circulación en cada uno de los países que comprenden este Informe, tal como queda recogido en la **Tabla 4.9**, contrastando con los datos oficiales cuando han estado disponibles.

Figura 4.9: Número de tarjetas de crédito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2009-2019



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

Tabla 4.9: Estimación del parque de tarjetas prepago, selección de países, 2020

	Nº (estimado) tarjetas prepago (julio 2020)	Nº reportado de tarjetas prepago
Argentina	3.433.156	3.366.271 (junio 2019)
Brasil	17.170.301	1.611.000 (2018)
Chile	2.556.359	n.d.
Colombia	3.989.055	n.d.
México	6.479.438	n.d.
Perú	1.534.143	n.d.
República Dominicana	923.576	226.378 (2020)
España	7.561.094	n.d.
Italia	27.514.132	28.407.000 (2019)
Portugal	1.529.320	2.106.000 (2019)
Reino Unido	6.257.471	n.d.

Fuente estimación: Afi, a partir de estudio de mercado. Fuente reporte: BCE (Italia y Portugal), BCRA (Argentina), Yellow Book (Brasil).

Dos velocidades asociadas al tipo de uso de la tarjeta: ¿pagos en POS o retirios en ATM?

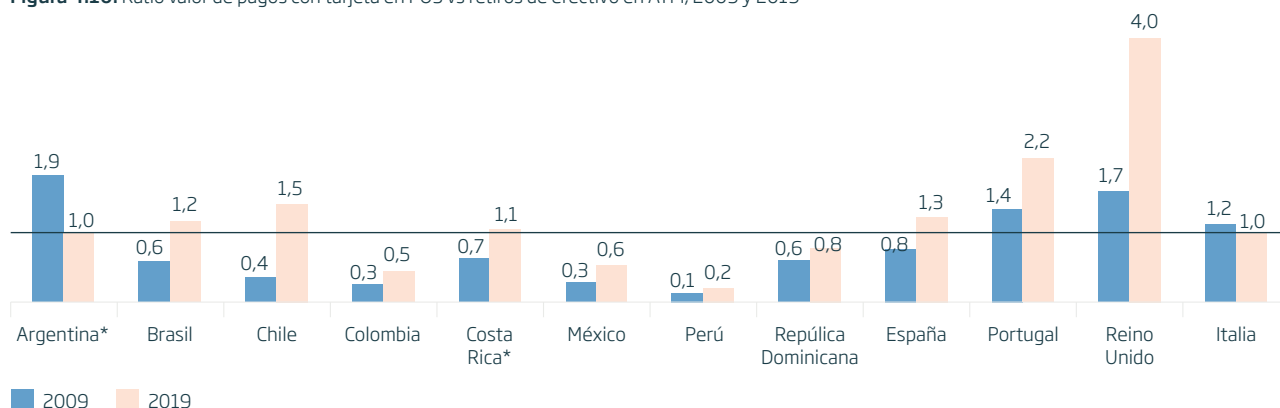
En la última década se ha intensificado la tendencia de usar las tarjetas como medio de pago directo vs medio de disposición de dinero en efectivo en ATM (**Figura 4.10**), aunque se observan excepciones (Italia), así como distintas intensidades.

De esta forma, el valor de las operaciones de pago con tarjeta en POS supera el valor de los retirios con tarjeta en ATM en Reino Unido (donde los pagos representan en

2019 cuatro veces el valor de los retirios), Portugal (2,2), Chile (1,5), España (1,3) y Brasil (1,2). En Italia y Argentina la ratio retrocede hasta la unidad, y no la alcanza en República Dominicana (0,8), México y Colombia (0,5). Perú registra la ratio más reducida (0,2, esto es, el valor de retirios en ATM quintuplica el valor pagado con tarjetas en POS), sin cambios en los últimos siete años.

En términos de intensidad de uso (**Figura 4.11**), los POS de Reino Unido reciben 9,0 veces el número de operaciones que reciben los ATM en dicho país. En Latinoamérica lidera en intensidad Brasil, con una ratio de 5,8 veces, y la tercera posición global la ocupa España, con 5,0 veces. Todos los países registran una mayor transaccionalidad en POS que en ATM.

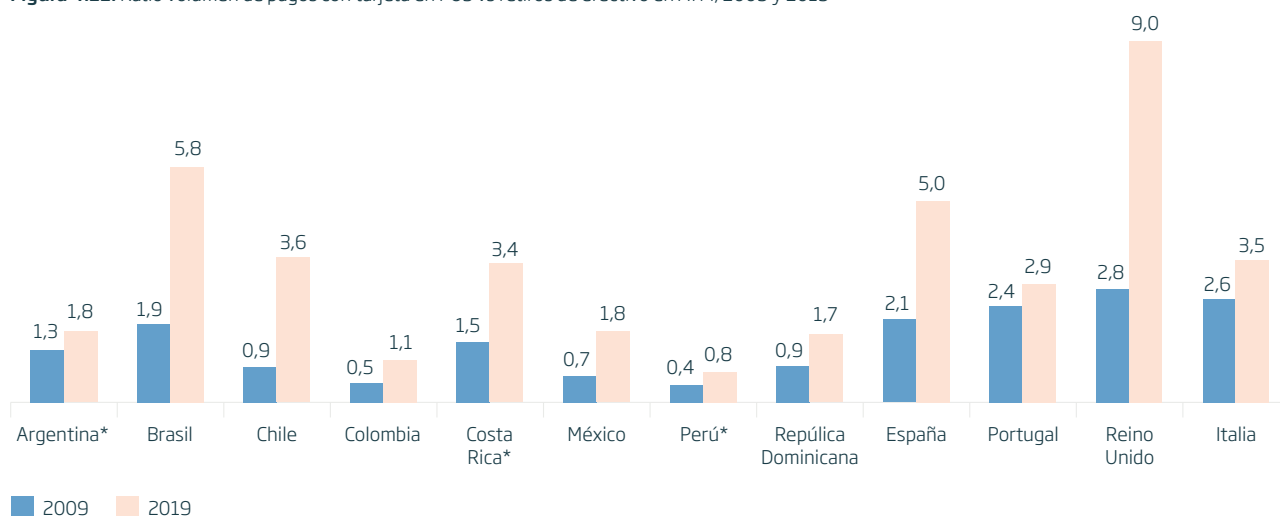
Figura 4.10: Ratio valor de pagos con tarjeta en POS vs retirios de efectivo en ATM, 2009 y 2019



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

*Debido a la ausencia de datos, el primer año observado para Costa Rica es 2012, mientras que para Argentina es 2011.

Figura 4.11: Ratio volumen de pagos con tarjeta en POS vs retirios de efectivo en ATM, 2009 y 2019



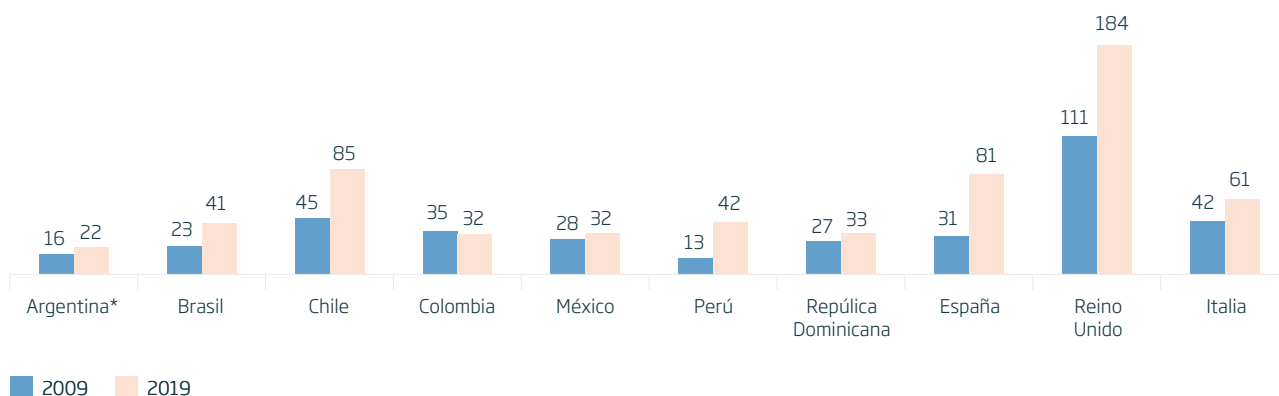
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

* Debido a la ausencia de datos, el primer año observado para Costa Rica es 2012, mientras que para Argentina y Perú es 2011.

La intensidad de uso de las tarjetas de débito (**Figura 4.12**), sin desglosar por tipo de operación (pagos y retiros) medido como número de transacciones realizadas con cada tarjeta en circulación al año, difiere entre países. Así, Reino Unido es el país más dinámico,

con 184 transacciones por tarjeta al año. Chile y España le seguirían con 85 y 81 transacciones por tarjeta, respectivamente. El cambio de intensidad más notable en la década lo registra España, donde casi se triplica.

Figura 4.12: Intensidad de uso de tarjetas de débito: No. Transacciones por tarjeta / año, 2009 y 2019

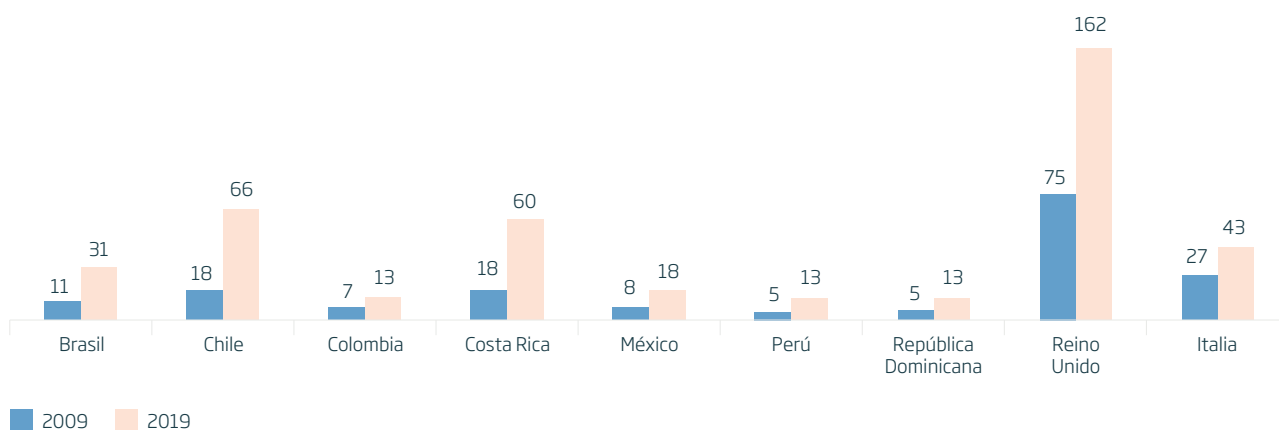


Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

En cuanto a la intensidad del uso de las tarjetas de débito para realizar pagos en POS (**Figura 4.13**), Reino Unido vuelve a liderar el ranking con 162 pagos por tarjeta de débito y año. Chile y Costa Rica se encuentran también a la cabeza, en este caso en Latinoamérica,

con 66 y 60 transacciones por tarjeta de débito y año, respectivamente. De Argentina, España y Portugal no hay datos disponibles provenientes de fuentes públicas para poder incorporarlos al análisis segmentando por uso de la tarjeta (pagos/retiros) y modalidad (débito/crédito).

Figura 4.13: Intensidad de uso de tarjetas de débito para pagos en POS: No. Transacciones por tarjeta / año, 2009 y 2019



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

En la modalidad de crédito (**Figura 4.14**) destacan asimismo Italia, Reino Unido y Costa Rica, con una media de 77, 63 y 65 operaciones de pago en POS por cada tarjeta de crédito en circulación, respectivamente. A cierta distancia se encuentran Brasil (45) y República Dominicana (42). La intensidad de uso se duplica en todos los países, salvo en Colombia.

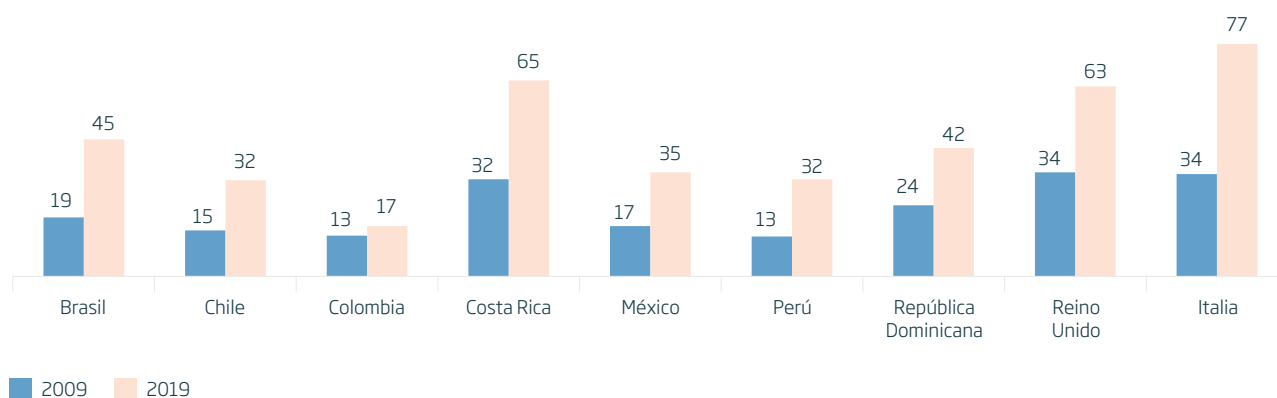
Reino Unido, pese a liderar las dos modalidades, tiene mayor uso relativo de la tarjeta de débito, 2,5 veces superior.

El ticket promedio de los pagos con tarjeta de débito en Latinoamérica (**Figura 4.15**) es similar en casi todos los países analizados a excepción de Colombia que registra un gasto superior (36 dólares) y de Brasil (16

Reino Unido vuelve a liderar el ranking con 162 pagos por tarjeta de débito y año. Chile y Costa Rica a la cabeza en Latinoamérica

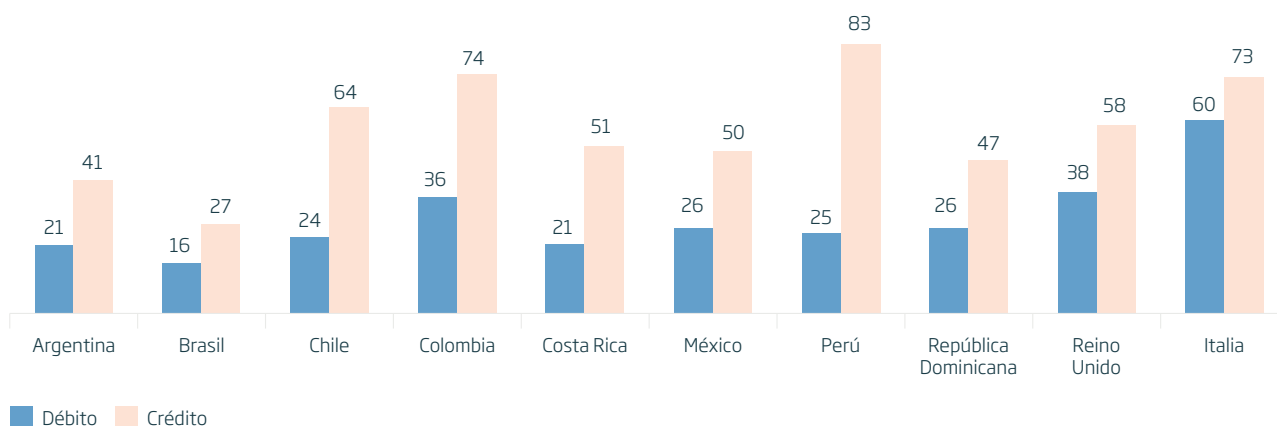
USD), menor. En cuanto a las tarjetas de crédito, el ticket promedio por país sigue un comportamiento desigual, siendo los importes más bajos los registrados de nuevo por Brasil (27 USD) y Argentina (16 USD). Dominicana (47 USD), Costa Rica (51 USD) y México (50 USD) están por debajo del promedio regional, mientras que los más altos son los mostrados por Colombia (74 USD), Perú (83 USD) y Chile (64 USD).

Figura 4.14: Intensidad de uso de tarjetas de crédito para pagos en POS: No. Transacciones por tarjeta / año, 2013 y 2018



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

Figura 4.15: Ticket promedio en tarjetas de débito y crédito, pagos, 2019, USD



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

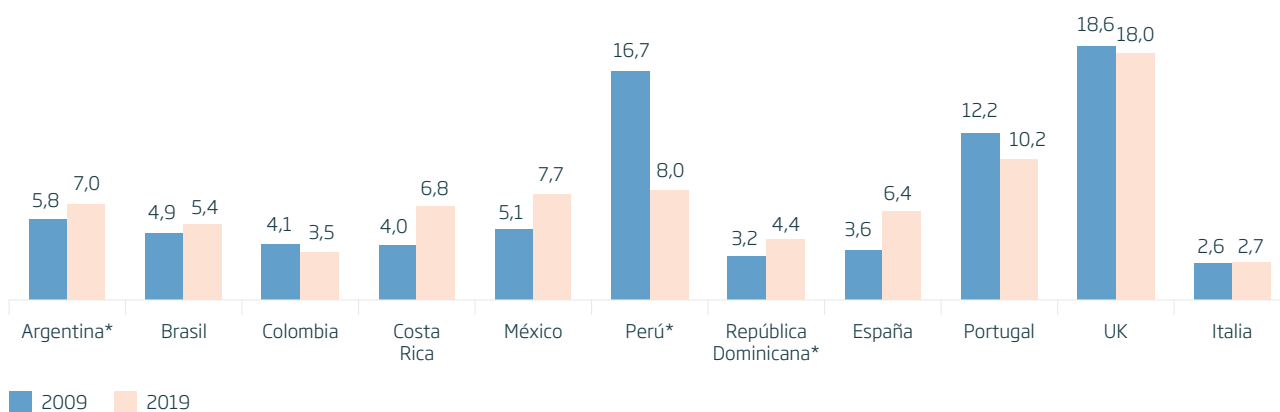
Los medios de disposición son equipamientos básicos para poder utilizar las tarjetas. El uso que de ellos se hace en cada país ofrece pistas sobre su rentabilidad, esto es, la eficiencia en el uso de los recursos disponibles en el país.

La transaccionalidad que recibe de forma diaria un POS instalado en Reino Unido triplica a la recibida por un POS en España. A Reino Unido (18) le siguen Portugal (10), México y Perú (8), Costa Rica y Argentina (7). Un POS colombiano e italiano apenas reciben de media tres operaciones al día.

En términos de valor pagado, la variabilidad es también enorme. Desde los 116 dólares recibidos en pagos al día por un POS en Brasil (Colombia 172 e Italia 174), hasta los 841 dólares de Reino Unido o los 607 dólares de Portugal. Para el resto de países para los que existen datos públicos (Argentina, Costa Rica, México y España), la transaccionalidad diaria de un POS se sitúa en torno a los 200-250 dólares.

En todos los países donde la red de ATM crece en términos per cápita durante la década, la transaccionalidad por unidad de ATM cae, mientras que lo contrario ocurre en los países donde esta red decrece, salvo en el caso de Reino Unido, donde cae también la transaccionalidad por ATM.

Figura 4.16: Número de transacciones diarias por POS, 2009-2019

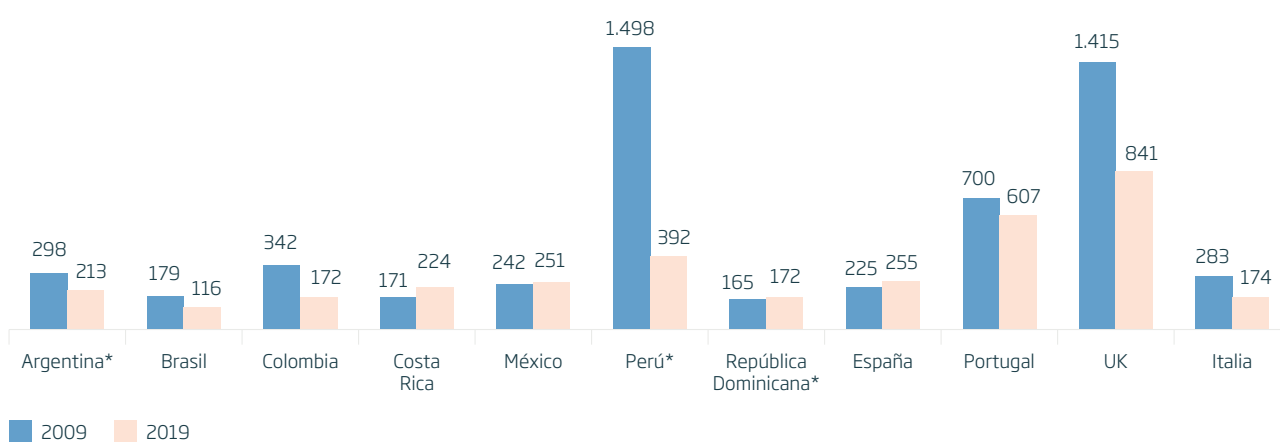


Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

*Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el primer periodo observado corresponde al año 2011. Para el caso de Perú, el primer dato observado es de 2012 y República Dominicana de 2010.

**No hay datos disponibles de Chile

Figura 4.17: Valor de transacciones diarias por POS, 2009-2019, USD



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

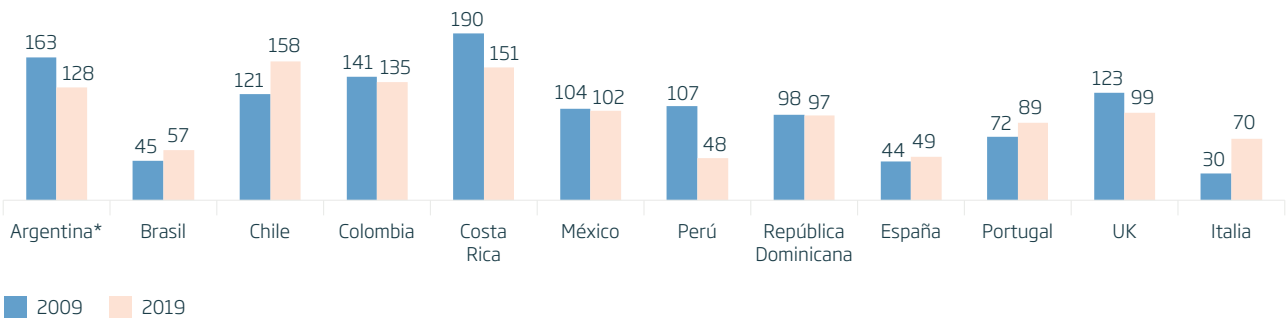
*Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el primer periodo observado corresponde al año 2011. Para el caso de Perú, el primer dato observado es de 2012 y República Dominicana de 2010.

**No hay datos disponibles de Chile

Chile es el país en el que, en promedio, mayor número de operaciones de retirada de efectivo atiende un ATM instalado en 2019. Perú y España, los que menos operaciones reciben (menos de 50 en media al día), seguidos de Brasil (57). Italia es el país que registra el mayor aumento de la transaccionalidad media diaria de sus ATM, que pasa de 30 a 70 transacciones por ATM en el periodo.

En términos de valor, los ATM que más cantidad de efectivo dispersan al día son los italianos, costarricenses, chilenos y colombianos, con en torno a 15.000 dólares en promedio. En torno a 7.000 - 8.000 dólares diarios dispensan los de Portugal, España y República Dominicana. A la cola se sitúan los de Brasil y Perú. Argentina registra la caída más intensa en la última década, en términos de valor, afectado este por la unidad de medida (USD).

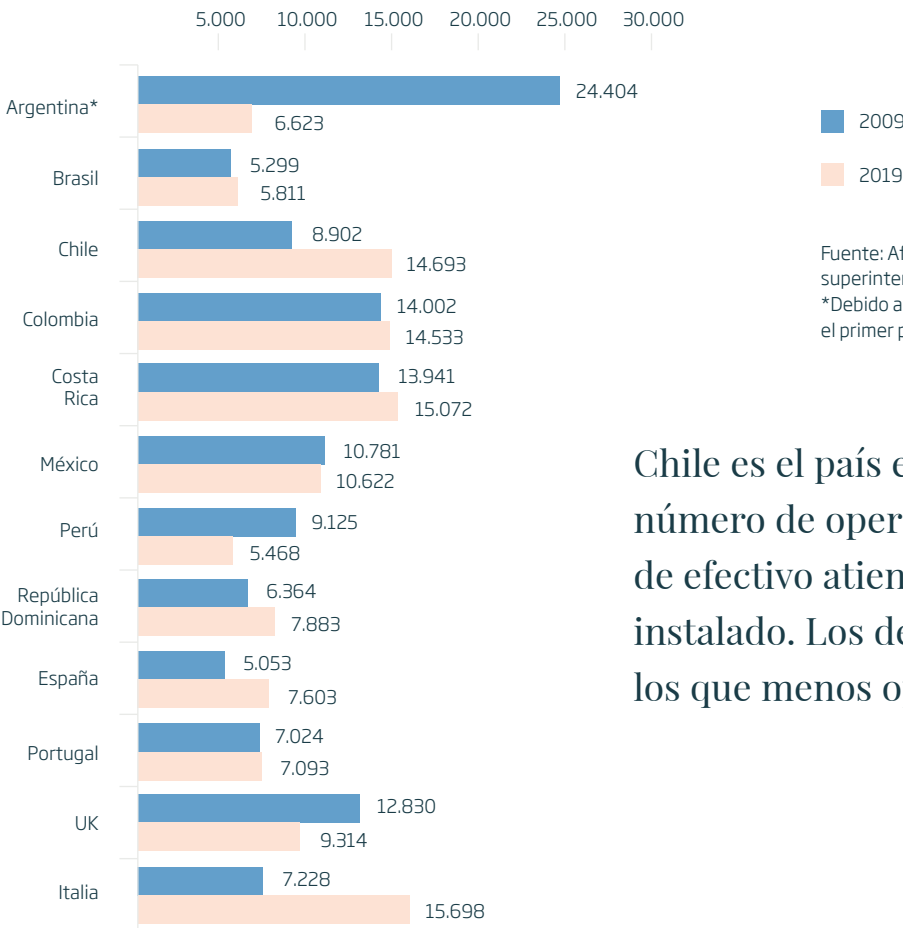
Figura 4.18: Número de transacciones diarias por ATM, 2009-2019



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

*Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el primer periodo observado corresponde al año 2011.

Figura 4.19: Valor de transacciones diarias por ATM, 2009-2019, USD



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

*Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el primer periodo observado corresponde al año 2011.

Chile es el país en el que mayor número de operaciones de retirada de efectivo atiende un ATM instalado. Los de Perú y España, los que menos operaciones reciben

Repliegue de ATM en mercados maduros y expansión global de POS

Las redes de ATM y POS en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual en la última década, tal y como se muestra en la **Figura 4.20** para los ATM, y en la **Figura 4.21** para los POS.

En Brasil, la red de ATM reduce su tamaño en 2019 a una tasa del -2,4%, único país de la región que mengua en el último año. En Europa, solo Reino Unido registra una caída interanual (-4,0%), con 2.500 unidades menos y cerrando el año con 60.600. España registra un cuarto año de leve crecimiento (+0,3%), situando al parque de ATM en 50.501 unidades.

De los datos recogidos en la **Figura 4.20** destaca la caída de la cobertura ATM per cápita en Brasil, Reino Unido, España e Italia en la última década, con especial intensidad en los dos últimos países. Los parques de

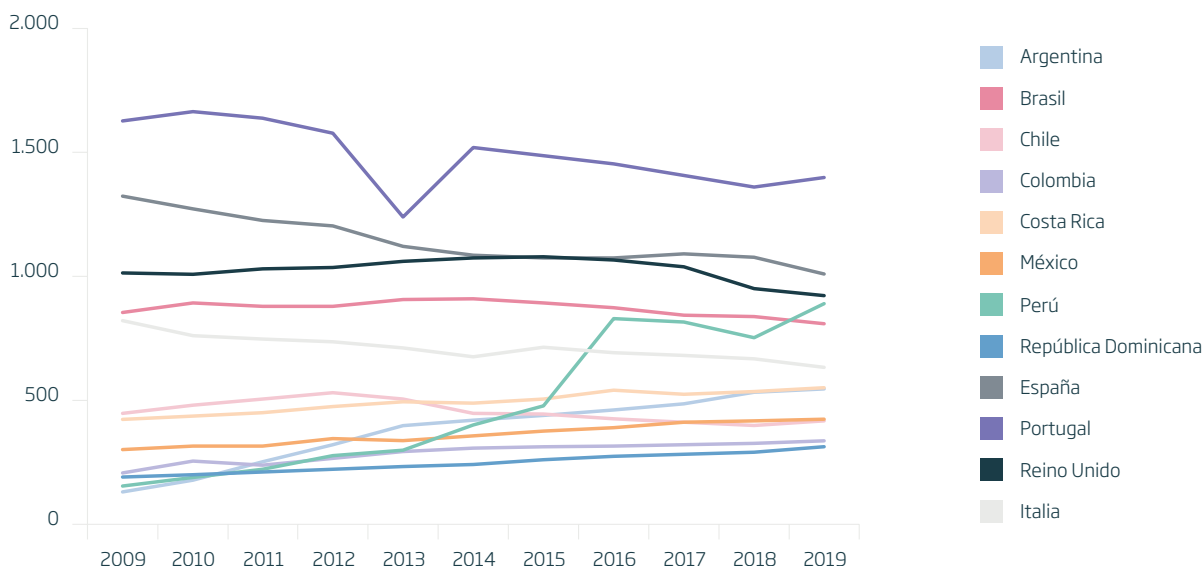
ATM en Italia, España y Portugal al cierre de 2019 tienen una dimensión del 81%, 82% y 84% sobre los de 2009, respectivamente. En el lado opuesto se sitúan Perú y Argentina, cuyas redes de ATM, si bien parten de una cobertura per cápita significativamente más reducida, se cuadruplican en la última década.

República Dominicana sigue a la cola en cobertura ATM por millón de habitantes (313), por detrás de Colombia (337), Chile (416) y México (424). Las coberturas per cápita más elevadas las siguen registrando, a pesar de la caída, Portugal (1.400) y España (1.010).

La **Figura 4.21** pone de manifiesto el liderazgo indiscutible de Italia y Brasil en cuanto a cobertura POS per capita, con ambos países en torno a los 50.000 POS por millón de habitantes.

Entre los 30.000 y 50.000 se sitúan Reino Unido (45.600), España (38.800), Portugal (35.600) y Costa Rica (34.500). Por debajo de 10.000 por millón se sitúan República Dominicana, México y Perú⁷.

Figura 4.20: Número de ATM por cada millón de habitantes, 2009-2019



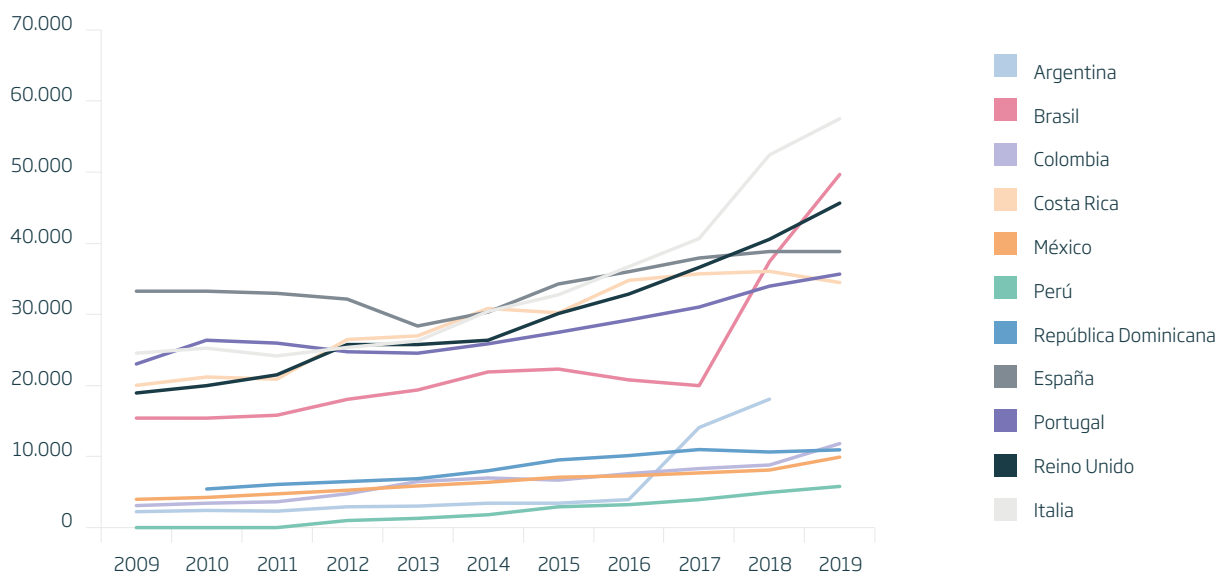
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

⁷ No existen datos oficiales de carácter público para la serie correspondiente a Chile.

Brasil alcanza una cifra agregada de 10,5 millones de terminales al cierre de 2019, un parque 3.5 veces superior al registrado en 2009, si bien no es el que más ha crecido en este periodo: el parque de POS de Colombia se ha multiplicado por 4,2 en la última década. España registra un crecimiento anual acumulado en el periodo de 3,4% (y un 7,0% interanual), superando

los 1,9 millones de POS instalados en 2019, mientras que en Portugal el parque crece un 5,0% en 2019. Los crecimientos interanuales más elevados los registran Reino Unido (11,4%) e Italia (13,2%), con un parque total de POS, respectivamente, de 3 y 3,5 millones de terminales.

Figura 4.21: Número de POS por cada millón de habitantes, 2009-2019



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Datos no disponibles para Chile. El dato de Reino Unido se han estimado teniendo en cuenta el dato del periodo anterior.

Tal y como se puede apreciar en la **Tabla 4.10** y en la **Tabla 4.11**, el incremento del número de puntos de las redes de disposición ha contribuido a elevar el número y el valor de las transacciones en el periodo.

Reino Unido registra la caída más alta de crecimientos anuales acumulados en el uso de ATM durante el periodo 2009-2019 (-2,5% CAGR), seguido de España (-0,8%), en términos de número de operaciones. El resto de países anotan crecimientos positivos, desde un tímido 0,2% CAGR de Portugal hasta el 11,0% de Perú, pasando por el 6,5% 6,0% y 5,5% de Argentina e Italia, República Dominicana y Colombia, respectivamente. En términos de valor de efectivo retirado en el periodo caen en este caso Portugal (-1,7%) y Reino Unido (-3,5%), mientras que el resto de países anotan crecimientos positivos, desde el +1,3% de Brasil al +14,4% de Perú.

Los parques de ATM en Italia, España y Portugal tienen en 2019 una dimensión del 81%, 82% y 84% sobre la de 2009, respectivamente

Tabla 4.10: Uso de cajeros automáticos, 2019

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2014-2019		Tasa de crecimiento anual compuesto 2009-2019	
Argentina*	1.164	60	52	8,6%	-10,4%	6,5%	-4,2%
Brasil	3.585	363	101	0,3%	-6,2%	2,7%	1,3%
Chile	438	41	93	4,1%	-0,8%	2,8%	5,1%
Colombia	814	88	108	5,8%	-0,1%	5,5%	6,3%
Costa Rica	155	15	100	2,2%	3,2%	1,6%	4,7%
México	2.035	211	104	5,1%	1,1%	4,7%	4,7%
Perú	495	57	114	6,9%	8,2%	11,0%	14,4%
República Dominicana	116	9	81	8,9%	10,7%	6,0%	8,3%
España	909	140	154	0,1%	-1,1%	-0,8%	2,2%
Portugal	466	37	80	0,3%	-1,9%	0,2%	-1,7%
Reino Unido	2.202	206	94	-4,9%	-8,0%	-2,5%	-3,5%
Italia	1.011	226	224	1,2%	-0,9%	6,5%	5,9%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Los datos de Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el CAGR es un cálculo entre el primer periodo observado, correspondiente al año 2011, y el año 2019.
*Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el CAGR es un cálculo entre el primer periodo observado, correspondiente al año 2011, y el año 2019.

El monto medio por operación registrada en los ATM en 2019 oscila entre los 51 dólares de Argentina y los 154 dólares de España o los 224 de Italia.

Los titulares de tarjetas en España retiraron el equivalente en euros de 140 mil millones de dólares de los ATM durante 2019, una variable que permite aproximar la intensidad del uso del efectivo, que sigue creciendo en España. En Italia este importe ascendió a 226 mil millones, un valor casi un 10% superior al registrado en Reino Unido, donde 2019 es el cuarto año consecutivo de caída registrada en este variable en el país anglosajón. En Portugal se retiraron 37 mil millones de dólares.

Reino Unido registra por cuarto año consecutivo una caída del valor de los retiros de efectivo en ATM

Tabla 4.11: Uso de POS, 2019

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2014-2019		Tasa de crecimiento anual compuesto 2009-2019	
Argentina*	2.041	63	31	16,3%	4,7%	11,0%	5,4%
Brasil	20.918	445	21	13,7%	2,2%	14,7%	8,6%
Chile	1.972	69	35	25,0%	16,6%	25,2%	21,6%
Colombia	735	36	50	13,1%	-0,5%	13,6%	7,8%
Costa Rica	434	14	33	12,5%	7,3%	12,8%	9,8%
México	3.563	117	33	13,0%	6,4%	15,6%	11,4%
Perú	541	26	49	18,0%	8,1%	21,2%	20,9%
República Dominicana	185	7	39	11,8%	6,3%	12,6%	10,5%
España	4.536	181	40	12,6%	5,1%	8,4%	3,6%
Portugal	1.366	81	60	8,8%	4,8%	2,4%	2,7%
Reino Unido	19.722	921	47	10,3%	-0,5%	9,5%	4,2%
Italia	3.566	227	64	12,8%	5,2%	10,0%	4,3%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Los datos de Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el CAGR es un cálculo entre el primer periodo observado, correspondiente al año 2011, y el año 2019.

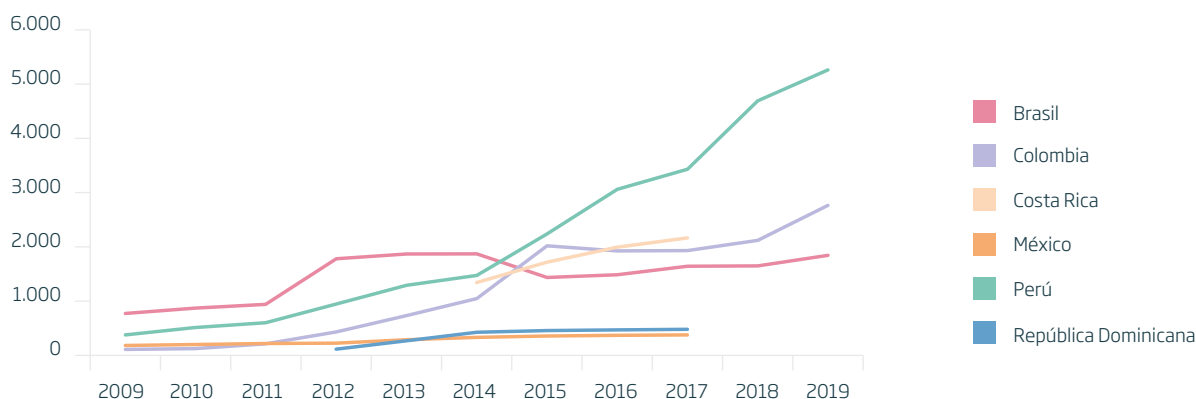
*Debido a la ausencia de datos disponibles en Argentina, el CAGR es un cálculo entre el primer periodo observado, correspondiente al año 2011, y el año 2019.

La tendencia de crecimiento se ha acentuado en el comportamiento tanto del volumen como del valor de los pagos con tarjeta en POS. En el periodo 2009-2019 los países que más crecen en términos de volumen son Chile (25,2% CAGR) y Perú (21,2%). Aumenta en España, Portugal, Reino Unido e Italia tanto el número de operaciones de pago en POS (+8,4%, 2,4%, 9,5% y 10,0% respectivamente, en 2019) como su valor (+3,6%, 2,7%, 4,2% y 4,3%). Portugal y España son los países que menos crecimiento anual acumulado registran en sendas variables.

El importe medio por operación de pago en POS oscila entre los 21 dólares registrados en Brasil y los 64 de Italia, sin detectarse un patrón asociado a la condición de país europeo o latinoamericano.

Una herramienta clave para facilitar la bancarización de la población y la consiguiente extensión de los medios de pago electrónicos o digitales en Latinoamérica es el protagonizado por los corresponsales no bancarios (**Figura 4.24**), a los que damos debido seguimiento en este Informe.

Perú persiste como el país que lidera el ranking de número de corresponsales en relación a la población, con más de cinco corresponsales por cada 1.000 habitantes. Colombia mantiene el segundo puesto al que cayó en 2015 con cerca de tres corresponsales por cada 1.000 habitantes, con Costa Rica en tercera posición. Brasil ha quedado relegado a una cuarta posición en términos per cápita, mientras República Dominicana y México apenas registran cambios, y se sitúan en la parte baja del ranking.

Figura 4.22: Número de corresponsales bancarios por millón de habitantes, 2019

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

¿Financiar o no financiar las compras con tarjeta de crédito?

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito (**Tabla 4.12**) persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado Latinoamérica en relación con Europa, aún considerando Reino Unido.

Dicho esto, el crecimiento en España en los últimos seis años se ha acercado a los dos dígitos (8,5% CAGR), si bien partiendo de niveles bajos. De hecho, todos los países de la región superan a España (1,0%), Italia (1,2%), Portugal (1,5%) y Reino Unido (2,5%) en valor de financiación de consumo con tarjeta de crédito respecto al PIB: destacando Colombia (5,2%), Chile (4,4%), Costa Rica (3,8%) y Brasil (3,7%) como los mercados que con mayor intensidad recurren a la financiación del consumo con tarjeta de crédito. Los valores medios más elevados de saldo vivo por tarjeta de crédito en circulación se registran en Perú (1.225 USD), Colombia (1.153 USD), y los más reducidos en Argentina (147 USD) y Brasil (323 USD). Los valores medios en Europa muestran dos comportamientos: España y Portugal en torno a 400 dólares por tarjeta de crédito en circulación y en Reino Unido e Italia por encima de 1.000 dólares, más acusado en el caso de éste último.

Se intuye una fuerte intensificación del uso de la banca online y móvil

La banca online sigue ganando peso a grandes pasos como canal transaccional para operaciones de pago, afirmación motivada más por la evidencia anecdótica o visual que porque contemos con datos oficiales que la sustenten, tal como quedó evidenciado en la **Tabla 4.1**.

La **Tabla 4.13** pone de manifiesto la presencia de la banca online en el ámbito transaccional, si bien no existe una política estandarizada de reporting entre las autoridades encargadas. De los países en los que se ha podido acceder a información y datos relevantes, se observa gran variabilidad en la proporción de operaciones con impacto financiero realizadas online sobre el global, desde el 11,6% del total de transacciones en Argentina, hasta el 20,5% de las registradas por la Superintendencia Financiera de Colombia, pasando por el 10,7% de Perú y el 30,4% de Brasil. No hay datos oficiales disponibles para esta variable para los casos de España, Italia, Portugal y Reino Unido, ni el resto de países de la región Latinoamericana.

El número de usuarios es también una incógnita en muchos de los países. Por tal motivo, y tal como se hizo para el caso de las tarjetas prepago, se ha procedido a realizar una estimación del número de usuarios de banca online a partir de la información extraída en el trabajo de campo (Población ABI en **Tabla 4.13**) y, cuando han estado disponibles, se ha contrastado con los datos oficiales (Usuarios banca online).

Tabla 4.12: Financiación al consumo con tarjeta de crédito, 2019, USD

	Valor (USD) por tarjeta de crédito	Valor total (% del PIB)	Valor
	2018		Tasa de crecimiento anual compuesto 2014-2019
Argentina	147	2,2%	-24,7%
Brasil	323	3,7%	-5,5%
Chile	787	4,4%	n.d.
Colombia	1.153	5,2%	-4,1%
Costa Rica	894	3,8%	-93,4%
México	639	1,4%	-2,1%
Perú	1.225	3,6%	17,3%
R. Dominicana	448	1,4%	8,4%
España	409	1,0%	8,5%
Portugal	436	1,5%	-1,2%
Reino Unido	1.093	2,5%	2,7%
Italia	1.747	1,2%	n.d.

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos y asociaciones de entidades financieras.

Tabla 4.13: Banca online, 2019

	Número de usuarios de banca online (Millones)	Usuarios banca online (% Total de población)	Población ABI (% Total de población)	% sobre total operaciones	Valor (miles de millones USD)	% sobre total del valor
Argentina***	n.d.	n.d.	27,0%	11,6%	48	4,9%
Brasil*	n.d.	n.d.	38,8%	30,4%	8	33,1%
Chile*	11,11	61,1%	51,3%	n.d.	0	n.d.
Colombia*	n.d.	n.d.	23,6%	20,5%	1.031	40,9%
Costa Rica	2,99	58,7%	n.d.	n.d.	348	n.d.
México	47,35	36,8%	18,9%	n.d.	7.635	n.d.
Perú	n.d.	n.d.	19,5%	n.d.	1.549	n.d.
R. Dominicana**	4,82	45,9%	31,1%	n.d.	n.d.	n.d.
España**	27,51	55,0%	68,4%	n.d.	n.d.	n.d.
Portugal**	4,33	42,0%	60,1%	n.d.	n.d.	n.d.
UK**	51,29	78,0%	73,2%	n.d.	n.d.	n.d.
Italia**	35,48	56,9%	58,6%	n.d.	n.d.	n.d.

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales, superintendencias de bancos, Eurostat, ONTSI.

* Transferencias y pagos bancarios realizados a través de Internet

** Usuarios de Internet banking / banca online

*** Transferencias inmediatas de bajo valor de usuarios de homebanking

**** Estimación de población ABI (Población Adulta Bancarizada e Internauta) a partir de la encuesta realizada en el capítulo 6 del informe

El e-commerce marca nuevos récords de transaccionalidad

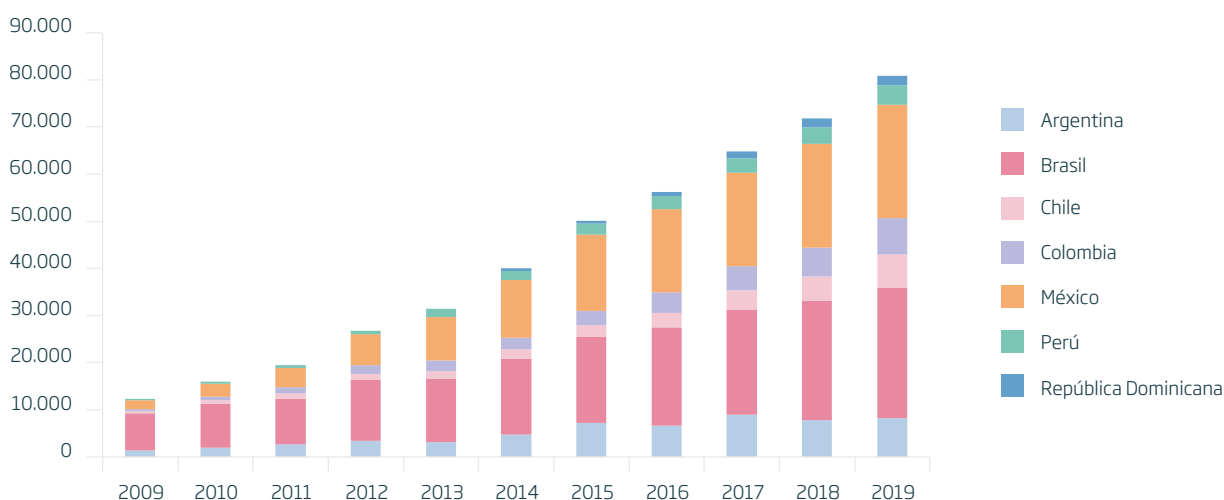
El comercio electrónico minorista en Latinoamérica (**Figura 4.23**) se ha multiplicado casi por siete en el periodo -en volumen de ventas realizadas por este canal-, alcanzando una cifra global de 81 mil millones de dólares en 2019 desde los 12 mil millones registrados en 2009. Brasil concentra el 34% del valor de las ventas, seguido de México, con un 29%. Argentina ocupa la tercera posición seguida de Colombia.

Conviene matizar que, a diferencia de lo que sucede en España, donde la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) publica una serie homogénea de

datos de comercio electrónico con un elevado grado de tabulación, o en Portugal con su banco central, o Reino Unido desde la UK Cards Association, la identificación de datos oficiales de comercio electrónico para los países de Latinoamérica es un ejercicio más complejo por la heterogeneidad de fuentes disponibles para consulta, algunas de ellas no oficiales.

España ha visto multiplicar por nueve el volumen de facturación del comercio electrónico desde 2009. Las cifras publicadas por la CNMC relativas al ejercicio 2019, que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 868 millones de transacciones de comercio electrónico (un 25,4% más que las registradas en 2018) que supusieron un volumen de negocio cercano a los 49 mil millones de euros, un 24,4% más que en 2018.

Figura 4.23: Comercio electrónico en Latinoamérica, 2019, millones USD



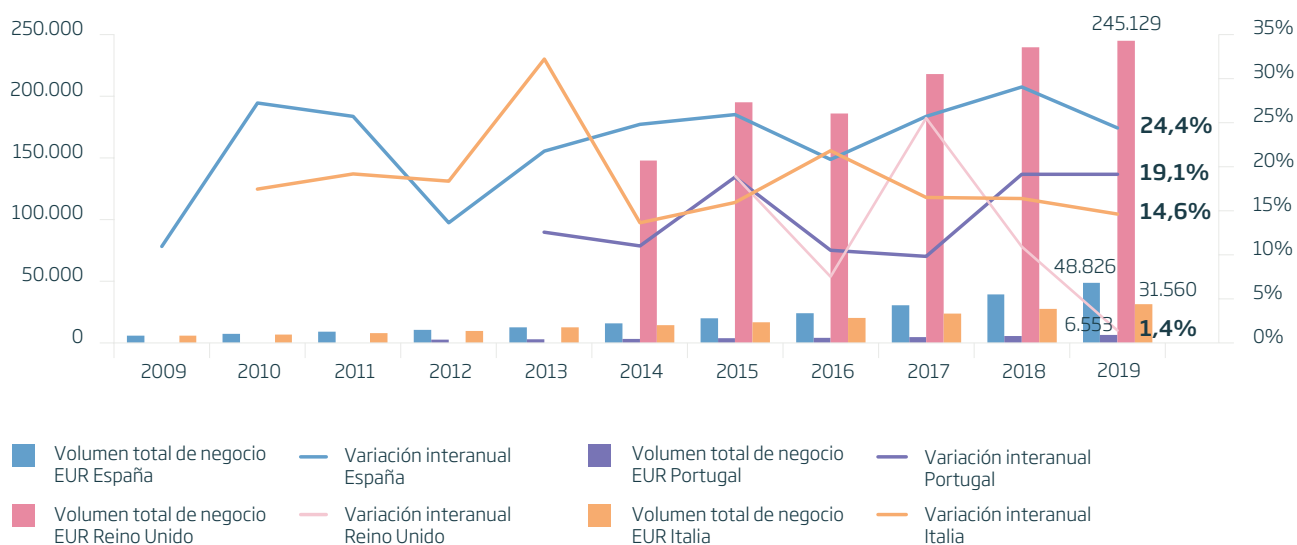
Fuente: Afi, a partir de cámaras y asociaciones nacionales de comercio electrónico e Informes especializados.

Portugal, por su parte, muestra mayor timidez, tanto en dimensión -lógica, por el tamaño de su mercado- como en evolución. En 2019 se registraron transacciones en e-commerce por valor de más de 6.500 millones de euros, anotando un crecimiento interanual cercano al 20%. El Banco de Portugal en su Relatório dos Sistemas de Pagamentos 2019 reconoce que las compras online -realizadas con tarjeta domésticas- crecieron un 43% en número y un 28% en valor, y representan el 6,3% y el 7,5% del volumen y el valor del total de compras efectuadas en 2019 con tarjetas de pago emitidas en el país. También señala que el 80% del volumen y valor de las compras online pagadas con tarjeta se realizan en comercios online fuera de Portugal.

Destaca, con gran diferencia, el comportamiento y dimensión del e-commerce en Reino Unido, uno de los mayores mercados en ventas online. No en vano, el valor de las transacciones de comercio electrónico pagadas con tarjetas supera los 215 mil millones de libras (245 mil millones de euros), con un leve incremento del 1,4% respecto a 2018. En número de ventas online, se superan los 2.600 millones, un 3,1% superior al de 2018.

El 80% del volumen y valor de las compras online pagadas con tarjeta en Portugal se realizan en comercios online fuera de Portugal

Figura 4.24: Comercio electrónico en España, Italia, Portugal y Reino Unido, 2009-2019, millones EUR



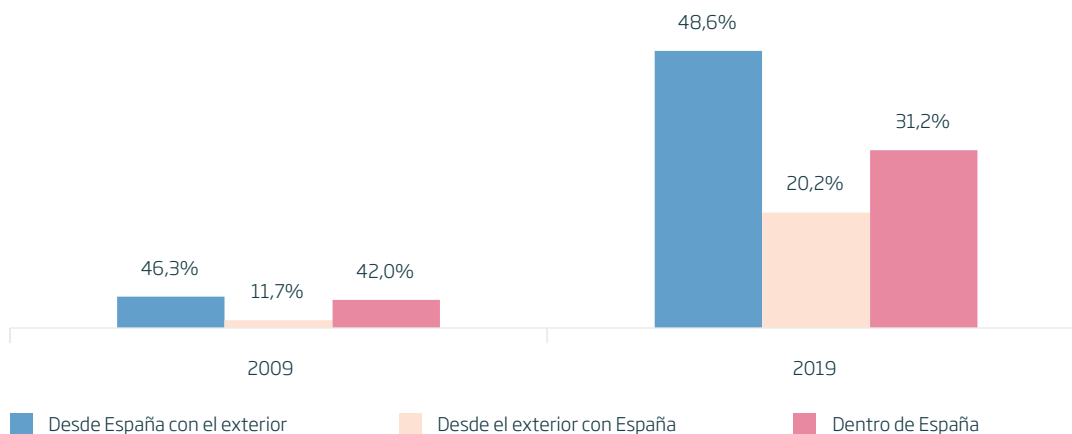
Fuente: Afi, a partir de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Banco de Portugal, The UK Cards Association y UK Finance. No hay datos disponibles anteriores a 2014 para Reino Unido.

Italia, un mercado un 35% más grande en términos de población que España, generó en 2019 una facturación de e-commerce de 31.000 millones de euros, un 35% inferior a la registrada en España ese año.

En el detalle de las transacciones por origen y destino (**Figura 4.25**), se aprecia el predominio de las transacciones desde España con el exterior (48,6%), asociado a la importación de bienes y servicios adquiridos online, cuyo peso ha crecido en el periodo analizado.

Muy cerca, aunque perdiendo representatividad, están las transacciones realizadas en el mercado doméstico (31,2%) y a una distancia considerable se siguen situando las transacciones registradas desde el exterior con España, esto es, las exportaciones e-commerce (20,2%), que además en 2019 mejoran en casi dos puntos su representatividad en el total, dato sin duda positivo. No obstante, sigue siendo una asignatura pendiente de mejora para las empresas españolas, que muestran un rezago importante en su presencia online en el exterior.

Figura 4.25: Comercio electrónico en España, 2009-2019, % de facturación e-commerce



Fuente: Afi, a partir de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Cómo hemos cambiado

5





Digitalización, movilidad y apertura de la competencia

2011-2020: una década alucinante.

Desde el primero de los ya diez Informes Minsait Payments sobre Tendencias en Medios de Pago se han identificado tendencias, algunas de ellas apenas “perceptibles al ojo humano” (al usuario particular), que se han ido materializando con mayor o menor velocidad en función de los mercados de referencia. Pero indudablemente estas tendencias han estado marcadas por la digitalización, la movilidad y la apertura de la competencia, y por un dispositivo hoy al alcance de la mayoría de la población que las ha habilitado: el smartphone.

La industria de los medios de pago ya estaba entonces (y sigue ahora) inmersa en una profunda transformación digital.

Dicho esto, y a pesar de que las tendencias deben observarse, para poder identificarlas, con cierta distancia temporal (por periodos, mejor que año a año), no ha sido impedimento para destacar varias en cada uno de los años que conforman la década que termina en 2020, año cuyo protagonista indiscutible ha sido la covid-19 y sus efectos.

En 2019 caracterizamos la visión de los ejecutivos y ejecutivas del sector de los pagos con un sentimiento (abrumación) y un objetivo aspiracional (ser el “top of mind”). En 2020, si bien este sentimiento y objetivo se mantienen, sobre todo el primero, son superados a raíz de la covid-19, por un sentimiento de formar parte de una actividad esencial y por una aspiración de universalidad.

La tendencia más clara que se vislumbraba en 2011 era el nacimiento, aún entonces impreciso en los detalles, de los pagos en movilidad

Qué nos ocupaba en 2011

Contactless y pagos en movilidad

Ya en 2015, con motivo de la celebración del quinto aniversario, este Informe recogió un balance de tendencias del periodo cubierto por las cinco primeras ediciones (2011-2015). La tendencia más clara que se vislumbraba en 2011 era el nacimiento, aún entonces impreciso en los detalles, de los pagos en movilidad, con una hoja de ruta que por aquel entonces pasaba por desarrollar la tecnología contactless como condición necesaria para desplegar una infraestructura de aceptación de pagos que diera soporte al despliegue del Near Field Contact o NFC. Este despliegue ya se ha conseguido, una década después, en buena parte de los países de Europa.

En Latinoamérica, sin embargo, el proceso de despliegue de la infraestructura de aceptación sigue en marcha, si bien se ha cruzado en ese camino una alternativa que ha alterado significativamente las hojas de ruta iniciadas: el código QR. De hecho, en 2018 previmos en este Informe el regreso del código QR a nuestras vidas, después de un par de décadas de absoluta irrelevancia, salvo desde hace pocos años en Asia y más recientemente en Latinoamérica. Como bien señalaba entonces para este Informe Paloma Real, country manager de Mastercard España: “el código QR es un buen ejemplo del resurgir de cosas antiguas”.

En 2016 llegó finalmente el pago móvil a España con un amplísimo despliegue en la oferta, cuatro años después de la publicación del Libro Blanco sobre Pagos Móviles del European Payments Council (EPC) en 2012, lo que da muestras de los tiempos necesarios para transformar las ideas en soluciones.

En aquellos años el pago móvil comenzaba a tener presencia de forma incipiente en Latinoamérica, con un predominio de soluciones prepago o dinero electrónico y con transaccionalidad limitada, muchas de ellas lideradas por operadores de telefonía, junto con una creciente oferta de wallets bancarios para segmentos socioeconómicos más elevados en Brasil, Colombia, México y, a cierta distancia, Chile. Esta situación se mantiene, en términos generales, en la actualidad, salvo por la irrupción de fintech y neobancos que han aprovechado la aún enorme exclusión financiera para proveer soluciones low-cost, fundamentalmente en modalidad prepago, a amplias capas de población desatendidas o subatendidas por el sector financiero más tradicional.

Aunque sobre fintech se hablará más adelante, no está de más señalar aquí a Mercado Pago, el primer unicornio de la región, de origen argentino, que inspirado en Wechat y Alipay, ya en 2018 los principales medios de pago de bajo valor en China a pesar de ser ecosistemas cerrados, ha conseguido en un muy breve plazo de tiempo estar presente y muy activo en buena parte de los países de la región. Y tras su estela, muchos otros muy relevantes.

NFC, MST, QR

Si bien los pagos con código QR también se consideran pagos “sin contacto”, el estándar de la industria es usar el término “sin contacto” para referirse a pagos realizados a través de las tecnologías de RF, NFC o MST.

La primera tarjeta de pago contactless fue emitida en 2008 por Barclaycard en Reino Unido, con un límite máximo de 10 libras esterlinas. En apenas doce años, el pago con tarjeta contactless ha escalado posiciones hasta ser en dicho país el medio de pago más utilizado. De hecho, en febrero de 2020 (inmediatamente antes al desplome de transaccionalidad causado por la covid-19), el pago contactless con tarjeta alcanzó un record histórico de cerca de 900 millones de transacciones al mes.

El pago sin contacto se sustenta en el uso de diversas tecnologías: la radiofrecuencia (RF; ISO 14443A/B/C), la comunicación de campo cercano (near-field communication o NFC) o la transmisión magnética segura (magnetic secure transmission o MST). La mayoría de los pagos sin contacto no requieren una firma ni un número de identificación personal (PIN)

La década termina con la disrupción provocada por la covid-19, que ha acelerado la digitalización y ha fijado en la mente de todos que el dinero que más vale hoy es el que reúne el atributo contactless

para las transacciones de bajo importe; la experiencia depende de la reglamentación local y de las prácticas de los emisores, entre otros factores. De hecho, la velocidad de adopción del pago contactless no ha sido tan ágil como la adopción (previa) del estándar EMV (chip & PIN) que ha sido prioridad para emisores y adquirentes desde el inicio de la década de los 2000, especialmente en el continente americano.

En España, las tarjetas contactless comenzaron a popularizarse en 2012 tras varias campañas de promoción entre emisores y marcas internacionales en grandes ciudades como Madrid y Barcelona. Ya en 2020 la totalidad de la emisión es contactless.

Latinoamérica por su parte inició este proceso unos años después. No en vano, a mediados de 2017 VISA emitió un mandato oficial a sus emisores en el que ordena que, para el último trimestre de 2018, todas las tarjetas de crédito y débito VISA de nueva emisión deberán ser compatibles con la tecnología sin contacto. Mastercard anunció en ese momento la aspiración de que el 100% de las operaciones de pago con tarjeta sean sin contacto en 2023. Costa Rica se posiciona actualmente como el mercado más preparado y equipado en emisión y adquirencia para el pago contactless, fruto del impulso de su Banco Central y de la industria.

La década termina con la disrupción provocada por la covid-19, que ha acelerado la digitalización y ha fijado en la mente de todos que “el dinero que más vale hoy es el que reúne el atributo contactless”.

El equipamiento necesario para universalizar el pago sin contacto implica a los dos lados del mercado: quien paga (tarjetas de pago, lado emisor) y quien cobra (dispositivos POS, lado adquirente). La decisión de por dónde comenzar a equipar no es en absoluto baladí, y condiciona la probabilidad de éxito de las estrategias, en función del contexto.

Así, es fundamental considerar los catalizadores del cambio que han funcionado en países europeos como Reino Unido: (i) coordinación entre emisores, adquirentes y comerciantes; (ii) regulación y ejemplaridad de las administraciones públicas; (iii) garantía de universalidad del pago sin contacto para bienes y servicios de uso masivo, como el transporte público; y (iv) conectividad total.

Pagos con tarjeta y regulación de las tasas de intercambio

Por aquellos años iniciales de la década de 2010 en Europa el negocio de emisión resultaba más atractivo que el negocio de adquirencia, hasta la llegada del Reglamento de Tasas de Intercambio (IFR⁸) que buscaba contribuir a la construcción de un mercado único en Europa para las tarjetas de pago, así como prevenir restricciones a la competencia y evitar sobrecostes a negocios y consumidores.

Europa marcó con esta decisión⁹ el camino a otros países, y la regulación de la tasa de intercambio es desde entonces una tendencia indiscutible en muchos mercados recogidos en este Informe: el Banco Central de la República de Argentina (BCRA) las limitó en 2017 con el objetivo de generar incentivos para nuevos operadores en el mercado de la adquirencia; el Banco Central de Brasil (BACEN) hizo lo propio en 2018; el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) de Perú inició ese año una investigación sobre los sistemas de tarjetas de pago que analiza condiciones de competencia¹⁰; y Chile y Costa Rica han anunciado en 2020 su intención de aplicar esta medida para incentivar los pagos digitales, la competencia, la innovación y la inclusión financiera.

Los efectos de las limitaciones a las tasas de intercambio en el mercado europeo se evidenciaron en el Informe de evaluación encargado por la Comisión Europea y publicado en marzo de 2020¹¹ en atención al artículo 17 del Reglamento, en el que se constata la consecución de los objetivos principales de la regulación: las tasas de intercambio para las tarjetas de pago de particulares cayeron un 35% entre 2015 y 2017, lo que ha favorecido una caída de las tasas de descuento y, por ende,

unos menores precios para los puntos de venta y los consumidores. En paralelo, el aumento de los servicios de adquirencia transfronterizos ha favorecido la integración del mercado a nivel europeo.

Semanas después de la publicación de dicha evaluación, en julio de 2020, varios bancos europeos anunciaron el lanzamiento de EPI, “Iniciativa de Pagos Europea”, una suerte de esquema europeo de tarjetas de pago que recuerda al frustrado Proyecto Monet anunciado el año 2012 y que aspiraba entonces a dotar a Europa de un mayor grado de soberanía en los pagos. Esta aspiración se ha hecho más evidente y explícita con la adopción en septiembre de 2020 del “Paquete de Finanzas Digitales” que comprende la “Estrategia de Finanzas Digitales”, la “Estrategia de Pagos minoristas” y diversas propuestas legislativas de criptoactivos y de resiliencia digital.

La realidad hoy es que en Europa existen varios esquemas domésticos de tarjetas de pago (Bancontact en Bélgica, Cartes Bancaires en Francia, Dankort en Dinamarca, Girocard en Alemania, Pagobancomat en Italia, y Multibanco in Portugal), diseñados exclusivamente para uso doméstico, motivo por el cual las tarjetas suelen estar co-badged con VISA o Mastercard, precisamente para habilitar su uso internacional. EPI vendría a tratar de independizar a Europa de VISA y Mastercard en un primer momento en los pagos domésticos y transfronterizos intracomunitarios, y podría ser también el motivo por el que la anunciada revisión del Reglamento IFR se ha pospuesto, facilitando la viabilidad del proyecto EPI en sus primeros años.

Decíamos que el negocio de adquirencia ganó atractivo en el momento en que se supo de la maduración del Reglamento IFR (y sus reflejos en otros mercados). De hecho, entre 2010 y 2012 se produjeron numerosos movimientos corporativos que, desde 2017 han retornado a su concepción original por la vía de la “recompra” de los negocios compartidos en aquellos primeros años de la década de 2010. Tal es el caso, por ejemplo, de Santander, que en 2010 compartió el negocio de adquirencia con Elavon, y que poco a poco lo ha ido recuperando al convertirse Santander Merchant Platform Solutions en la nueva plataforma de adquirencia global de Grupo Santander y el negocio adquirente de Getnet.

⁸ REGLAMENTO (UE) 2015/751 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 29 de abril de 2015 sobre las tasas de intercambio aplicadas a las operaciones de pago con tarjeta.

⁹ Que establece un límite máximo del 0,3% para tarjetas de crédito y del 0,2% para las de débitos, y exime a las tarjetas de empresa de estas limitaciones.

¹⁰ No publicado a la fecha de finalización de este Informe.

¹¹ Disponible en: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_442

En Latinoamérica, el negocio de adquirencia se encuentra en pleno proceso de transformación y apertura, especialmente en mercados cuya competencia se ha abierto muy recientemente, como es el caso de Argentina (tras la decisión de la autoridad de competencia sobre PRISMA), Colombia (con la llegada de nuevos adquirentes globales al país), Perú (con el fin de la monoadquirencia), México (con la aprobación de nuevas cámaras de compensación a Mastercard y VISA) y Brasil, país que inició ya en 2013 un proceso de apertura que de forma periódica ha requerido algunas dosis de perfeccionamiento o refuerzo. Chile es, de esta región, el último país en incorporarse a esta tendencia, en la que apenas ha iniciado los primeros pasos por encontrarse integrada dicha iniciativa en una transformación de mayor calado: la reforma del sistema de pagos con tarjeta hacia un modelo de cuatro partes (emisor-adquirente-comercio-usuario).

La amenaza de las bigtech y fintech aún en el horizonte

Aunque todavía no existía una exuberante oferta, ni tampoco concreta, más allá de PayPal que en 2015 se independizó de Ebay como proveedor de soluciones de pago para los usuarios de la plataforma web de subastas, ya se intuía entonces una amenaza proveniente de nuevos entrantes digitales, tanto de las bigtech como de las entonces incipientes fintech.

PayPal es hoy la plataforma digital abierta para pagos más grande a nivel mundial: procesará en 2020 cerca de un billón de dólares en pagos entre sus más de 360 millones de clientes. Le siguen Stripe, Square y Amazon Pay, entre otras plataformas de pago online que surgieron en torno a 2010. Dicho liderazgo, no obstante, no es tal en determinados mercados regionales como el asiático y, concretamente, locales como el chino (ver **Recuadro 5.3**), donde las bigtech de pagos nativas (WeChat, Alipay) han creado ecosistemas cerrados y autosuficientes cuyo siguiente paso natural será la conquista de otros mercados más occidentales.

El interés por las fintech y la popularización del término eclosionó en 2015 (ver Google Trends), a pesar de que el ecosistema de start up financieras comenzó a conformarse en esos años finales de la década de los 2000.

Hoy bigtech y fintech son participantes activos de la industria de los medios de pago, ya sea de forma autónoma (generalmente con licencias de Emisor de Dinero Electrónico, vía de entrada preferente para

nuevos operadores originalmente ajenos al negocio financiero) o en alianza con entidades financieras. Estas últimas temen su equiparación, especialmente con las GAFA, ya que un elemento de riesgo es que lo que es negocio core para los bancos, es para muchas bigtech una capa de servicios periféricos que aumentan su atractivo para los clientes de sus “otros” negocios, además de contribuir a aumentar su poder de mercado convirtiéndose en la puerta de acceso principal de los clientes. Ejemplos disruptivos como Apple Card, -de momento solo operativa en EE.UU. de la mano de Goldman Sachs y Mastercard-, Whatsapp Pay (solución de pagos de Facebook que ha apostado en primer lugar por mercados emergentes de gran dimensión como Brasil e India), o la alianza de Google Pay con una decena de bancos en EE.UU. para habilitar la apertura de cuentas bancarias a través de su aplicación de pagos Google Pay, son muestra de las innovaciones de las que seremos testigos, y probablemente usuarios masivos, en los próximos años. Y no solo en el ámbito de los pagos, como muestra la alianza Amazon y JP Morgan para incursionar en la industria de los seguros de salud en EE.UU.

En nuestros mercados se están produciendo este tipo de dinámicas de simbiosis bancos – tecnológicas, en las dos direcciones: iniciativas como la de la colombiana Rappi con el peruano Interbank (RappiBank), o la reciente adquisición de los activos tecnológicos de la fintech Wirecard por Santander para acelerar la extensión de sus servicios de pago para comercios (GetNet). Y también movimientos reactivos de la industria bancaria a soluciones exitosas y colonizadoras como la protagonizada en Argentina por el omnipresente Mercado Pago -unicornio argentino que recuerda al modelo de ecosistema integral chino- y la nueva solución de pagos digitales bancarios MODO.

Pagos inmediatos, pagos autónomos

Los pagos inmediatos de cuenta a cuenta entre particulares (P2P) comenzaban a ser una realidad en un buen número de mercados, especialmente desde finales del año 2016 con la inauguración de Bizum en España, pero muchos otros pendientes aún de garantizar una gran premisa para confirmar su acierto y capacidad de cumplir con el mandato normativo que los impulsó: la interoperabilidad de las soluciones.

En la década de 2010 se inauguraron numerosos sistemas de pagos móviles inmediatos, soluciones de industria o del Banco Central: Paym (Reino Unido, 2014), SINPE Móvil (Costa Rica, 2015), Bizum (España, 2016), MBPay (Portugal, 2019), Bancomat Pay® (Italia, 2019), CoDI (México, 2019) y PIX (Brasil, 2020). Quedan por tanto varios por desarrollar estas innovaciones en pagos cotidianos: Argentina, Colombia, Perú y República Dominicana. Desde 2008 todas las transferencias bancarias en Chile son inmediatas.

En 2018 observábamos además un escenario futurista en el que la Internet de las Cosas transformaría la capacidad de comunicación de los objetos, cuya auto-gestión generaría enormes volúmenes de micropagos automáticos o autónomos y una mayoría de población digitalizada y acostumbrada a la inmediatez y a la ubicuidad (que aún hoy, sin embargo, no es mayoritaria). El próximo despliegue de las redes 5G proporcionará el canal de comunicación para diseñar esta modalidad de micropagos autónomos que atenderán necesidades aún no previstas con precisión.

Protección de datos y efusividad regulatoria

2017 destacó por la percepción generalizada de ausencia de innovaciones disruptivas en ninguno de los mercados del Informe, tras un vertiginoso 2016 en el que irrumpieron soluciones originales y transformacionales de pagos móviles P2P y pagos instantáneos de cuenta a cuenta.

Así, 2017 fue considerado por el conjunto del sector como una suerte de año de transición y de gestación de soluciones y cambios legales y reglamentarios que verían la luz a partir de 2018, tales como el Reglamento delegado que complementaba la entrada en vigor de la PSD2 ese año en Europa, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), la Ley de Tecnologías Financieras de México (primera del continente), la reglamentación del prepago en Chile y el Decreto 2076 para finalmente precisar el funcionamiento de las SEDPE en Colombia, figura aprobada allá por 2014 con la Ley Pague Digital.

El RGPD europeo ha demostrado, como también hiciera PSD2, la capacidad de Europa de influir y orientar a otros países y regiones en la concepción, alcance y precisión regulatoria de aspectos aparentemente locales, pero en esencia globales, en los que las fronteras físicas y territoriales a las que los negocios han estado tradicionalmente condicionales, resultan hoy irrelevantes o al menos, permeables.

2020: Y llegó la covid-19 como acelerador de la digitalización de los pagos

Cashless societies

Hasta la irrupción de la covid-19, auténtica protagonista de 2020 en cualquier ámbito de la vida, los avances de las sociedades, economías y países hacia la independencia del dinero en efectivo (cashless societies) se han producido a distintas velocidades en función de los diferentes puntos de partida, así como el mayor o menor impulso explícito de las autoridades.

Según el “Estudio sobre las actitudes de pago de los consumidores en la zona del euro (SPACE)” que el BCE publicó en noviembre de 2020, el efectivo sigue siendo la forma más común de realizar pequeños pagos al por menor, y representa en 2019 el 73 % de todos los pagos físicos minoristas, a pesar de que casi la mitad de los consumidores declaran preferir pagar digitalmente.

El país de nuestro Informe más avanzado en su camino hacia una sociedad cashless es Reino Unido, y se encuentra en una fase a la que todavía no han llegado el resto de países analizados, por lo que es pionero (junto con otros como Suecia), en su preocupación por garantizar a la población el acceso al dinero en efectivo.

En octubre de 2020 el Tesoro británico (HM Treasury-HMT) publicó un documento de evidencia sobre el acceso al dinero en efectivo para orientar la función regulatoria de las autoridades en su mandato de proteger el acceso al cash. El documento, abierto a consulta hasta finales de noviembre 2020, analiza los siguientes aspectos:

- Las facilidades para retirar efectivo (en un escenario post-brexit), para facilitar la adopción de “cashback without a purchase”, un servicio actualmente limitado por la falta de exención en virtud de PSD2 tal como se implementó en el Reino Unido por el Reglamento de Servicios de Pago de 2017
- Las facilidades para ingresar efectivo
- La aceptación de pagos en efectivo
- La vigilancia de los sistemas de dinero en efectivo, sobre la que se propone sea responsabilidad exclusiva de la FCA en lugar de los actuales HMT, el Banco de Inglaterra, la FCA y el Regulador del Sistema de Pagos

Recuadro 5.1: ¿Dónde está el cash?

La Comisión Europea ya discontinuó en enero de 2018 la emisión de billetes de 500 euros, constatada su escasa utilidad como medio de pago y la preferencia de la población de utilizarlos como mecanismo de depósito de valor.

En enero de 2020 la propia Comisión anunció su intención de analizar la eficiencia en el uso de las monedas de menor denominación (1 y 2 céntimos de euro), intuyendo un uso marginal que contrasta con el elevado coste que supone mantener su circulación, así como valorar la necesidad de adoptar normas comunes para el redondeo de precios.

No en vano, y poniendo a **España** como ejemplo ilustrativo, en mayo de 2020 el Banco de España publicaba los siguientes datos: el 46% de los 24.192 millones de monedas puestas en circulación por la autoridad monetaria española corresponden a las denominaciones de 1 y 2 céntimos, representando un valor total de 158 millones de euros, un 3,2% del valor total y el 30% del peso total. Es más, el coste de producción y puesta en circulación de estas monedas es superior a su valor facial. Ya en el año 2016 el propio Banco de España se preguntaba dónde estaban estas monedas, dada su escasa circulación entre la población a pesar del notable aumento de la demanda y consiguiente producción. ¿Están los ciudadanos acumulando monedas en vez de utilizarlas para realizar pagos? ¿Dónde están?

Y este debate no está presente solo en la zona euro, aunque las motivaciones son diversas. Durante los peores meses de la pandemia, **EE.UU.** sufrió un desabastecimiento de moneda metálica provocado por la ruptura de las cadenas de pago y de los patrones de circulación habituales, reduciendo su velocidad y los inventarios de monedas y dificultando a los puntos de venta la aceptación de pagos en efectivo.

En busca de soluciones inmediatas a este desabastecimiento, como primer paso la Reserva Federal impuso un límite temporal a las entidades depositarias para asegurar que el suministro se distribuyera de manera justa; conformó un grupo de trabajo junto con la US Mint (Casa de la Moneda, 1792) para identificar y promover acciones para abordar las interrupciones en la circulación de monedas y, desde mediados de junio de 2020, la US Mint ha estado operando a plena capacidad de producción, acuñando 1.650 millones de monedas al mes durante el resto del año. La expectativa es que a medida que la economía se recupere y las empresas reabran, más monedas volverán a los canales minoristas y bancarios permitiendo la reconstrucción de los inventarios de monedas en el país.

En **Argentina**, el Banco Central firmó en septiembre de 2020 un contrato de 20,6 millones de dólares con la Casa de la Moneda de Brasil para producir e importar 400 millones de billetes de 1.000 pesos (equivalente a aproximadamente 13 dólares a la fecha de redacción de este Informe), ante la sobredemanda sobrevenida por la pandemia que la Casa de la Moneda local fue incapaz de satisfacer. Al mismo tiempo, quedó descartada al menos temporalmente la iniciativa de inaugurar la emisión de billetes de 5.000 pesos anunciada previamente.

Lo anterior ilustra, desde diferentes geografías, la **complejidad y el coste asociado a la gestión del dinero en efectivo**, a la que a menudo se le asigna erróneamente un coste cero porque es un coste diluido en mayor o menor medida entre toda la cadena de valor de los pagos, incluidos los consumidores y contribuyentes.

La urgencia de la universalización de los pagos digitales

Los distintos puntos de partida y de nivel de desarrollo de las capacidades previas necesarias para aspirar genuinamente a garantizar la independencia del dinero en efectivo –equipamientos, conectividad y habilidades suficientes, fundamentalmente- han condicionado la respuesta de personas y establecimientos a la crisis sanitaria provocada por la covid-19. Esta respuesta, en cuanto a los pagos en efectivo se refiere, ha sido motivada tanto por la elección personal como por los muchos mensajes, esta vez sí, emitidos por las autoridades que recomendaban evitar el uso del dinero en efectivo para realizar pagos y cobros presenciales, por una simple cuestión de higiene y de interrupción de la propagación del virus.

El confinamiento decretado también obligó, sin ser mandatorio, a utilizar medios de pago alternativos al efectivo para poder consumir de forma remota a través de los canales de e-commerce existentes o los muchos que se habilitaron espectacularmente rápido durante la crisis sanitaria. Consumir llegó a implicar, en Europa, pagar por medios digitales, fundamentalmente con tarjeta de débito contactless, que es un medio de pago considerado “básico” por las autoridades europeas, de acuerdo con la Directiva 2014/92 sobre la comparabilidad de las comisiones conexas a las cuentas de pago, el traslado de cuentas de pago y el acceso a cuentas de pago básicas.

En Latinoamérica fueron las billeteras eminentemente prepago (y las tarjetas de esta modalidad de dinero electrónico o tarjetas monedero) las que asumieron esta labor de facilitar los pagos y, sobre todo, la de distribuir ayudas monetarias a los colectivos más vulnerables, como bien ha demostrado Brasil con la emisión y activación de más de cincuenta millones de billeteras digitales en apenas unas semanas, en el peor momento de la primera ola de la pandemia. Los esfuerzos de las autoridades por “localizar” a los beneficiarios potenciales han sido ingentes, demostrándose urgente la necesidad de garantizar la inclusión financiera de las personas como condición necesaria para la inclusión económica y social, especialmente para afrontar situaciones de emergencia como la provocada por la covid-19. Esta es una responsabilidad que las entidades financieras han de ejercer activamente, más aún en aquellos países donde el acceso a las cuentas de pago básicas (o “no-frills accounts” en sus múltiples acepciones) ya está

contemplado como un derecho. De no ejercerla, serán previsiblemente fintech, bigtech y neobancos (o nuevos operadores que aún no conocemos) los que ocuparán dicho espacio, muy amplio aún en muchos países de Latinoamérica.

De mantenerse el nuevo hábito entre un porcentaje de usuarios de los que con la pandemia han comenzado a pagar con medios alternativos al efectivo, el avance hacia una sociedad cashless es indudable. Pero para ello es preciso que la aceptación de estos medios de pago, a pesar de que creció durante la crisis sanitaria, permanezca y se extienda a otros puntos cotidianos, como el transporte público, las administraciones públicas y los negocios.

Un revés temporal para las tarjetas de crédito...

Si ha habido un medio de pago que no ha despuntado en 2020, éste ha sido la tarjeta de crédito, que según los primeros datos apuntan a una minoración en el parque total de los países contemplados en este Informe (ver **capítulos 4 y 6**).

Más allá del menor número de tarjetas en circulación, uno de los grandes negocios asociados a las de crédito (travel) ha prácticamente desaparecido desde el mes de marzo de 2020, si bien se recuperará tan pronto finalice la emergencia sanitaria, previsiblemente en 2021 con la disponibilidad de una vacuna. El deterioro de las carteras de crédito al cumplirse el vencimiento de las moratorias y/o las refinanciaciones adoptadas por el sector, ha escalado posiciones entre las preocupaciones de los emisores, que deberán traer consigo cambios en las políticas comerciales y de riesgo en este segmento de negocio.

A esta situación coyuntural se unen los continuos cuestionamientos en diversos países -Brasil, Perú y más recientemente España- hacia la modalidad revolving, con implicaciones regulatorias y en algunos casos judiciales.

Se ha constatado la urgente necesidad de garantizar la inclusión financiera, especialmente para afrontar situaciones de emergencia como la provocada por la covid-19

La incertidumbre condiciona el dinamismo del consumo, pero el negocio de la financiación con tarjetas de crédito volverá a su senda de crecimiento

La incertidumbre hoy omnipresente condiciona el dinamismo del consumo, pero el negocio de la financiación del consumo con tarjetas de crédito volverá a su senda de crecimiento tan pronto lo hagan las perspectivas económicas, se recupere la confianza del consumidor, la movilidad y todas aquellas actividades limitadas para controlar la pandemia. Además, han surgido variantes de financiación en el punto de venta asociadas a la tarjeta de crédito -Buy Now Pay Later- de la mano de Klarna, el unicornio fintech sueco, modelo de negocio al que se han sumado grandes plataformas de e-commerce y/o pagos online como Amazon o Paypal. Si bien representa aún un pequeño porcentaje de la financiación con tarjeta de crédito, el crecimiento mostrado en países como EE.UU., Reino Unido y Australia es muy notable. Tanto es así que han surgido en fecha reciente iniciativas de autorregulación (códigos de conducta) para prevenir el riesgo de sobreendeudamiento, especialmente de colectivos más vulnerables.

La incipiente multibancarización

Respecto al inicio del proceso de multibancarización observado el año anterior, la pandemia parece haberlo interrumpido, al menos durante el año 2020. Interrupción que resulta razonable en la medida en que el confinamiento, la interrupción de la actividad presencial o el mantenimiento durante varias semanas de la atención exclusivamente para determinadas operaciones y transacciones han impedido, desalentado o al menos dificultado temporalmente el onboarding. En España, donde la segunda mitad del 2020 ha estado trufada de importantísimos anuncios de reestructuración del sector bancario con las fusiones de CaixaBank-Bankia y la en el último momento frustrada BBVA-Banc Sabadell, el proceso de multibancarización iniciado previsiblemente se verá interrumpido o ralentizado de forma más acusada.

Testigos de la evolución de las tendencias globales

Europa y Latinoamérica: mercados que crecen y se sofistican

Europa ha sido una región pionera en la integración del mercado único de pagos para que ciudadanos, empresas y otros agentes puedan realizar y recibir pagos en euros en Europa, dentro y fuera de las fronteras nacionales, en las mismas condiciones y con los mismos derechos y obligaciones.

Una vez adoptada la moneda única en 2002, el perfeccionamiento de la zona única de pagos en euros (SEPA) ha sido el propósito de todas las iniciativas regulatorias en esta materia, con el fin de que los ciudadanos puedan con una única cuenta (con el identificador único de cuenta IBAN, International Bank Account Number), una única tarjeta y unos instrumentos de pago con idénticas características (transferencias y adeudos), realizar pagos en cualquiera de los países de la zona SEPA. El Reglamento UE 260/2012 estableció como fecha límite para el reemplazo de los instrumentos de pago nacionales por los nuevos esquemas SEPA el 1 de febrero de 2014.

La Directiva de Servicios de Pago (PSD) de 2007 fue el resultado del análisis realizado por la Comisión Europea y que desveló que (i) el coste del sistema de pagos de la economía europea era elevado por ineficiente y desincentivaba el uso de pagos electrónicos sobre los pagos en efectivo; (ii) los sistemas de pagos eran de facto nacionales, estando supeditada la operativa transnacional a la falta de infraestructura; y (iii) los mercados nacionales disponían de marcos jurídicos propios para sus sistemas de pago, haciendo imprescindible una mayor integración y estandarización.

PSD garantizaba que todos los pagos electrónicos nacionales o en euros se completarían en un máximo de un día después de la orden de pago, sentaría los fundamentos jurídicos de los regímenes transfronterizos de adeudos, daría lugar a precios más bajos y a una mayor capacidad de elección para los usuarios. También proporcionaba la base jurídica para la SEPA. En junio de 2010, ocho países miembros (Chipre, España, Grecia, Polonia, Rumanía y Suecia) fueron señalados por la Comisión Europea por no haber traspuesto la directiva de forma completa, en el caso de España por excluir los requisitos de información y datos.

La PSD2 de 2015 (en vigor desde 2018 en dos fases) profundiza en los elementos de la PSD y la adapta a los nuevos factores surgidos del proceso de digitalización y de los nuevos proveedores de servicios de pago, a los que se les habilita el acceso a las cuentas bancarias, previo consentimiento de los clientes en la medida en que la propiedad de dicha información y datos es de estos últimos, no de las entidades bancarias, enfatizado este derecho por el Reglamento General de Protección de Datos de 2018.

La primera fase sobre transparencia de precios arrancó el 13 de enero de 2018; la segunda sobre seguridad de pagos y acceso a cuentas, originalmente prevista para el 14 de septiembre de 2019, se ha pospuesto hasta finales de 2020 salvo algunas excepciones puntuales como Francia y Reino Unido que han ampliado el plazo. La segunda fase sigue siendo objeto de debate en relación a la interpretación de los mandatos de PSD2, las RTS sobre autenticación reforzada (SCA) y los documentos de opinión de la Autoridad Bancaria Europea (EBA) y grupo de evaluación del Consejo de Pagos Minoristas en Euros (ERPb) sobre API.

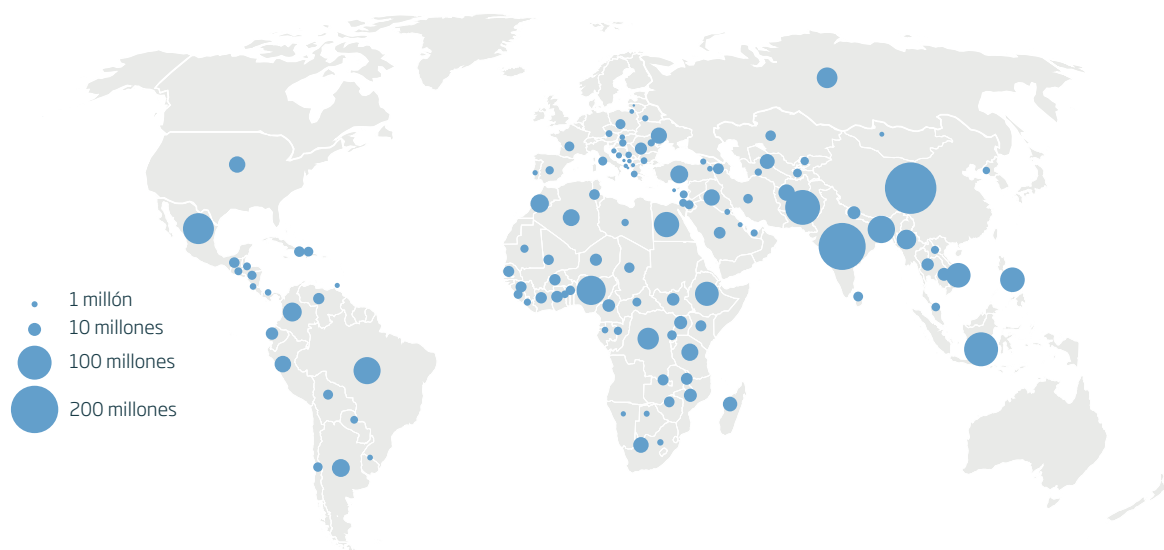
Las dificultades en la armonización y estandarización de API, junto con la falta de sincronización de los tiempos entre PSD2 y los pagos inmediatos (10"), puede provocar tres escenarios en el medio plazo: uno, que fintech y bigtech accedan a las cuentas bancarias a través de las licencias de entidades de dinero electrónico (EDE) obtenidas y construyan sus propias soluciones al margen

de los bancos. Otro, que las autoridades se animen a un tercer intento regulatorio (PSD3) que establezca especificaciones más precisas -tras evidenciar las complejidades de alcanzar acuerdos por parte de la industria- de aspectos clave como los estándares para API, los KPI de desempeño para API, la unificación de métodos de autenticación fuerte, de interpretación de las RTS, de servicios de directorios y de procesos de disputas. Un tercer escenario es que el BCE asuma la construcción y operación de las infraestructuras y reglas, opción que ha explorado la Reserva Federal de EE.UU. para pagos inmediatos.

Entre tanto, en 2020 se intensifica el debate sobre la necesidad de ampliar el perímetro regulatorio y explorar la posibilidad de complementar el régimen actual basado en entidades con un enfoque basado en actividades ante la perspectiva de que las empresas tecnológicas aumenten su presencia en el sector de los servicios financieros. Y se avanza con paso firme en la innovación alrededor de los pagos inmediatos, considerados estratégicos en el ámbito europeo, con la inauguración de nuevas modalidades como el Request-to-Pay.

La prioridad en **Latinoamérica** en materia de pagos minoristas sigue siendo, en la década del 2020, la inclusión financiera. Y los datos de Global Findex del Banco Mundial, que previsiblemente serán actualizados en 2021 (con información de 2020), reflejan con claridad la necesidad de avanzar con urgencia en este propósito de inclusión.

Figura 5.1: Adultos con y sin cuenta en entidad financiera, 2017

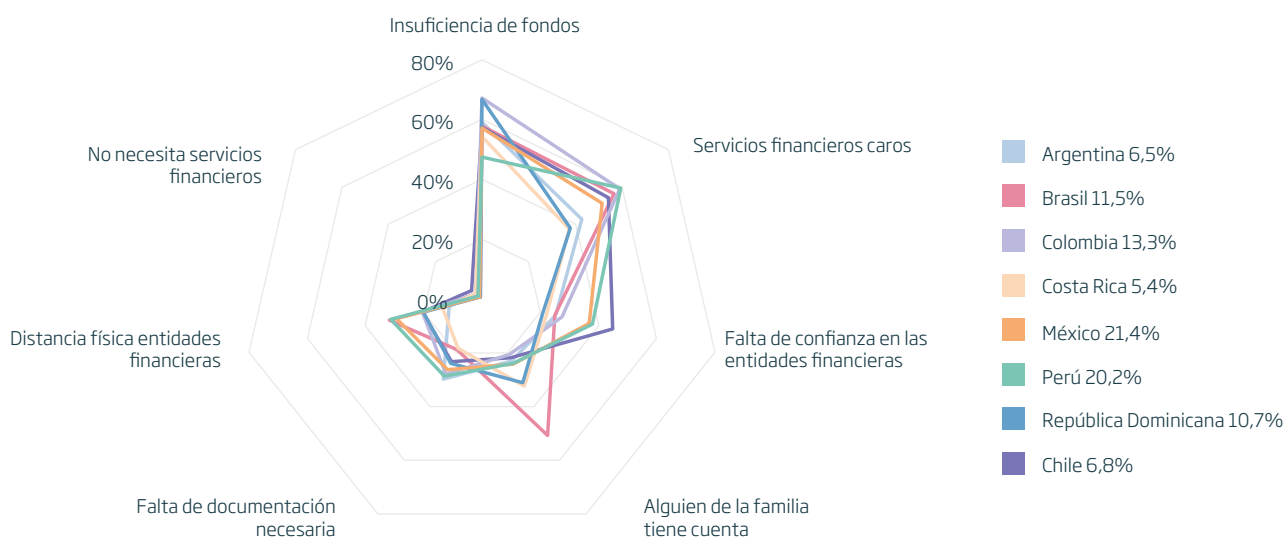


Fuente: Global Findex 2017

Los principales motivos declarados por la población no bancarizada de los países de la región son de índole económica: en media, el 58% de los no bancarizados aluden a la insuficiencia personal de fondos (67% en Colombia y República Dominicana), y el 50% al elevado coste de los servicios financieros (cerca del 60% en Brasil, Colombia y Perú). El tercer motivo principal (lo es para el 30% de la población no bancarizada) es la falta de confianza en las entidades financieras, en el que destaca Chile (45%). Le sigue de cerca (29%) el hábito de compartir cuenta entre varios miembros de la familia, donde destaca Brasil (51%). La falta de documentación necesaria para el onboarding es especialmente frecuente en Argentina (30%), Colombia (28%), Perú (29%) y México (26%), países que también comparten un alto porcentaje de trabajadores informales. La lejanía de los puntos de atención de las entidades financieras desincentiva a uno de cada tres no bancarizados de Brasil, México y Perú. Y quizá lo más relevante: todos reconocen necesitar una cuenta.

Los detalles de las motivaciones obtenidas a través de estudios de demanda desvelan espacios de mejora e innovación que las entidades financieras en particular, o los proveedores de servicios de pago en general, han de considerar a la hora de definir sus estrategias de negocio si buscan contribuir a los objetivos de inclusión financiera establecidos en cada uno de los países analizados. El caso de uso de distribución de recursos a colectivos vulnerables a través de tarjetas o billeteras prepago durante la pandemia ha demostrado ser una solución ágil, sencilla y efectiva para el propósito coyuntural de emergencia que contribuye, además, a avanzar con paso firme en el proceso de inclusión financiera de los no bancarizados. Ejemplos como Ágora, cuenta digital prepago que llegó al mercado peruano en mayo de 2020 en tiempo récord, son instrumentos que consideran desde la fase de diseño las motivaciones declaradas por los no bancarizados.

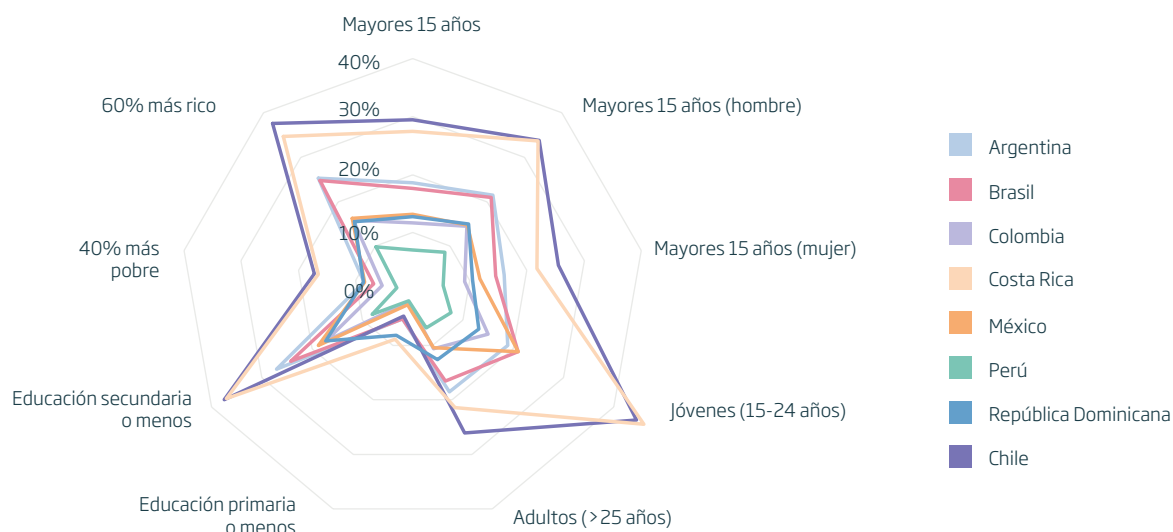
Figura 5.2: Motivos declarados de no disponer de una cuenta en entidad financiera (% de mayores de 15 años sin cuenta)



Fuente: Afi, a partir de Global Findex 2017

El uso de internet en su vertiente financiera (realización de pagos o compras online) desde una perspectiva socio-económica y demográfica arroja asimismo información de utilidad: existen brechas de uso en población con menor nivel de formación, por nivel de ingresos y por edad. Los jóvenes en Chile y Costa Rica destacan sobre los del resto de países en su relación más activa en el ámbito del e-commerce y los pagos en línea. Perú es el

país que peor puntúa en todos los indicadores, seguido de cerca por Colombia, República Dominicana y México. En una posición intermedia se sitúan Argentina y Brasil. Para la población menos formada, las diferencias entre países se difuminan, y en todos ellos el porcentaje de población activa en e-commerce y pagos en línea es inferior al 10%.

Figura 5.3: Uso de internet en el último año para pago de facturas o compras en e-commerce

Fuente: Afi, a partir de Global Findex 2017

El leapfrogging de Asia y África

Los métodos de pago locales son específicos a los factores económicos y culturales de cada región. Los mercados con canales de pagos e infraestructura menos desarrollados (países emergentes y en desarrollo, entre los que destacan muchos en Asia) se moverán directamente a Internet, pagos móviles y sin contacto.

De acuerdo con el Global Findex del Banco Mundial (con datos de 2017), en el mundo, alrededor de 1700 millones de adultos permanecen no bancarizados (sin una cuenta en una entidad financiera o en un proveedor de dinero móvil). Casi la mitad vive en solo seis economías en desarrollo, cinco de ellas asiáticas (Bangladesh, China, India, Indonesia, Nigeria y Pakistán), si bien son los países del África subsahariana los que registran los índices más bajos de inclusión financiera. Las dificultades de acceso a los servicios financieros son mayores en las zonas rurales en todos los países.

El progreso reciente en inclusión financiera ha sido resultado de los pagos digitales, las políticas gubernamentales y una nueva generación de servicios financieros a los que se accede a través de smartphones e Internet.

En África Subsahariana, el 21% de los adultos contaban en 2017 con una cuenta de dinero móvil. Es la única región en la que el porcentaje supera el 10%. El uso del dinero móvil se ha extendido en economías fuera de África Subsahariana: en Bangladesh, la República Islámica de Irán, Mongolia y Paraguay llegó a cerca del 20%. Entre los usos de estas cuentas de pago móvil en estos países, las remesas nacionales son muy relevantes, especialmente en África Subsahariana donde casi la mitad de los adultos envía o recibe este tipo de pagos.

Los consumidores chinos han transitado directamente de pagar en efectivo al uso de pagos móviles, omitiendo la adopción generalizada de tarjetas en el proceso.

China y Kenia representan dos modelos diferentes de pagos móviles. En China, los servicios dependen principalmente de proveedores de servicios de pagos como Alipay y WeChat que a través de apps vinculan una cuenta bancaria o de otra entidad financiera. En Kenia, dependen principalmente de los operadores de redes móviles, y las cuentas de dinero móvil no tienen que estar vinculadas a una cuenta en una institución financiera (cuentas monedero o dinero electrónico).

En las economías en desarrollo excluyendo China, el 53% de los adultos que hicieron una compra por Internet en último año pagaron en efectivo al momento de la entrega. En China, el 85% pagaron en línea.

Alipay es una plataforma de pago en línea y móvil del Grupo Alibaba. En 2013, superó a PayPal como la plataforma de pago móvil más grande del mundo, gracias a las de e-commerce de Alibaba: Taobao y Tmall. Para facilitar la comparación, si en 2019 Paypal procesó a nivel global 720.000 millones de dólares, Alipay procesó 17 billones de dólares, solo en China.

Alipay es una app conectada a más de cincuenta entidades financieras, de modo que los usuarios pueden asociar sus tarjetas Visa y Mastercard para realizar algunos pagos, aunque para poder utilizar todas las funcionalidades los usuarios deben asociar una tarjeta china. En adquisición, los establecimientos pueden registrarse para recibir pagos online o presenciales: hoy en día, cualquier negocio que desee incursionar en el e-commerce chino debe facilitar los pagos con Alipay.

En 2020 las autoridades chinas suspendieron la IPO anunciada por Ant Group, operador de Alipay, que hubiera sido el debut bursátil chino más grande hasta la fecha, con expectativas superiores a los 30.000 millones de dólares.

WeChat Pay es la aplicación multiusos más utilizada en China. Permite enviar mensajes, hacer llamadas de voz o vídeo, jugar, enviar o recibir pagos, pagar facturas, dividir facturas, y pagar en comercios o en línea, entre otras funcionalidades. Los usuarios deben contar con una cuenta bancaria china vinculada a un

número de teléfono móvil chino para poder agregar una tarjeta de débito o crédito a su billetera WeChat. Los negocios pueden crear in-app stores para que los usuarios compren productos; y los proveedores en línea pueden aceptar WeChat Pay en China continental, Hong Kong y desde 2019, Sudáfrica.

Otros proveedores de pagos digitales en China, de menor tamaño, son **QQ Wallet** y **Baidu Wallet**.

UnionPay es la red doméstica de tarjetas y ATM en China, para cualquier banco, además de la más grande del mundo, con más de 7.000 millones de tarjetas emitidas.

Tras varios años de intento continuado, **Mastercard** consiguió en febrero de 2020 la autorización del People's Bank of China (PBOC) para establecer en China una entidad de compensación de pagos con tarjeta, una vez realizada la joint venture con NetsUnion Clearing Corp. denominada Mastercard NUCC Information Technology (Beijing) Co., Ltd. Antes de Mastercard fue **American Express** la que recibió la autorización (2018) para compensar pagos de tarjetas de crédito en el ámbito doméstico tras conformarse la joint-venture con LianLian Group.

Paypal ingresó en 2019 tras la adquisición del 70% del capital de GoPay, convirtiéndose en la primera plataforma extranjera de pagos que ofrece servicios de pago online en China.

Recuadro 5.3: Qué pasa en India

El gobierno indio creó en 2012 **Rupay**, competidor doméstico low-cost de las redes globales Visa y Mastercard, y que ha sido un elemento clave en la estrategia de inclusión financiera del presidente Narendra Modi (Prime Minister's People's Wealth Scheme) anunciada en 2014 y sustentada en la identificación biométrica (Aadhaar) para aumentar la titularidad de cuentas bancarias. En apenas una semana se abrieron quince millones de cuentas bancarias.

Unified Payments Interface (UPI) es el sistema de pago instantáneo en tiempo real desarrollado por la National Payments Corporation of India (NPCI) que facilita las transacciones interbancarias en una plataforma de pagos móviles. Mientras que los pagos con tarjeta cayeron en 2019 un 10%, las transacciones UPI se multiplicaron casi por diez, superando a las tarjetas como medio frecuente de pago. Y dentro del segmento de pagos con tarjeta, Rupay concentra seis de cada diez tarjetas emitidas.

Para incentivar su uso frente a otras redes, el gobierno estableció en enero de 2020 una tasa de descuento "cero" en todas las transacciones de pago con Rupay y/o UPI. Para evitar la falta de incentivos de los bancos adquirentes, el gobierno subsidia temporalmente las comisiones de adquirencia. Otra dificultad para las redes internacionales de tarjetas es la alta penetración de teléfonos móviles en la India y la proliferación de medios de pago UPI sin tarjeta, que hacen previsible que los M-POS, pero sobre todo los códigos QR, canibalicen a los POS tradicionales en los que operan las tarjetas de las redes internacionales. UPI, además, permite los pagos de cuenta a cuenta.

Pero también son varias las bigtech que ofrecen soluciones de pago sobre UPI. Google lanzó en 2017 Tez ("rápido" en hindi), una app de pago online que en 2018 renombró como GooglePay. Junto con PhonePe (Walmart) y Amazon Pay concentra hoy la mayor parte de la transaccionalidad de UPI, en detrimento de la plataforma local de pagos online Paytm que en 2017 dominaba la cuota de mercado de los pagos en línea. El despliegue a partir de noviembre de 2020 de WhatsApp Pay, en modo test desde 2018 por cuestiones regulatorias, lo situará como un importante nuevo jugador en los próximos años.

Además de las anteriores, existen otras regulaciones que establecen reglas de juego que complican los negocios de los proveedores de servicio de pagos extranjeros. En primer lugar, el Banco Central (RBI) obligó, aludiendo a motivos de seguridad nacional, que todos los datos de pagos de la India queden almacenados a partir de 2018 sólo a nivel local. En enero de 2020 emitió una circular obligando a que todas las tarjetas de débito y crédito emitidas a partir del mes de marzo (fecha pospuesta a septiembre por la pandemia) tengan deshabilitadas por defecto las funcionalidades de pago online, pago contactless y pagos transfronterizos, mandato que será vigilado por el nuevo marco de autoregulación (Self-Regulatory Organization -SRO) para los operadores del sistema de pagos en el país.

¿Pérdida de liderazgo norteamericano?

El Estudio Federal de Pagos (FRPS, por sus siglas en inglés) es un esfuerzo colaborativo del personal del Banco de la Reserva Federal de Atlanta y de la Junta de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal para documentar la evolución del sistema de pagos en los EE.UU. En este punto, procede echar un vistazo a las dinámicas de pagos cotidianos en dicho país para poder responder a la pregunta planteada para esta sección, dado que es la primera vez en este Informe que analizamos qué ocurren en el norte del continente americano.

Los pagos con tarjetas de débito y crédito son en EE.UU. los medios de pago alternativos al efectivo más frecuentes para consumidores y empresas (concentran el 75% del volumen de pagos digitales en 2018), seguidos de lejos por tarjetas prepago, transferencias de crédito y débitos (16,4% del total de pagos) y cheques (8,3%). En términos de valor, sin embargo, las transferencias de crédito y los débitos (66,1%) y cheques (26,6%) superan a los pagos con tarjeta (7,3%). Además, entre 2015 y 2018, el valor medio de las transferencias de crédito y cheques (1.800 dólares) aumentó; el de los débitos disminuyó; mientras que el ticket medio de las tarjetas (débito, crédito y prepago) se mantuvo sin cambios en torno a los 54 dólares.

Los pagos con tarjeta de débito alcanzaron en 2018 los 72.700 millones, el 55,4% del total de pagos con tarjeta. Las de crédito lo hicieron por el 34,1% (44.700 millones de pagos) mientras que las de prepago representan el 10,5% (13.800 millones de pagos).

Los pagos presenciales con tarjeta ascendieron a 86.000 millones (de los que el 30% son autenticados con PIN), y los remotos (tarjeta no presente) a 33.500 millones, aunque superan en valor a los presenciales.

Los retiros de efectivo de ATM alcanzaron los 5.100 millones (desde los 6.000 millones en 2012) y los 800.000 millones de dólares en términos de valor, con un retiro promedio de 156 dólares. Dos de cada tres retiros se realizaron en ATM de la red del banco emisor de la tarjeta (on-us).

Hay dos grandes sistemas de transferencia de fondos de alto valor en los Estados Unidos: (i) el Servicio de Fondos de Fedwire, operado por la Reserva Federal, y (ii) CHIPS, operado por The Clearing House Payments Company LLC. En bajo valor, la Reserva Federal (FedACH) es uno de los dos operadores de ACH del país; el Electronic Payments Network (EPN) de The Clearing House, el otro.

- **The Clearing House Payments Company L.L.C.** (1853) es una asociación bancaria y empresa de pagos propiedad de los mayores bancos comerciales, y opera el Electronic Payments Network, única ACH privada del país que compensa y liquida cerca de dos billones de dólares al día (la mitad del volumen transado por los ACH comerciales del país). Actualmente se encuentra en plena modernización con el desarrollo del sistema de pagos en tiempo real tras introducir en 2017 RTP®, operativa 24/7/365
- La red de ACH gobernada por la **National Automated Clearing House Association (NACHA)** liquidó y compensó en 2019 cerca de 25.000 millones de transacciones de pago por valor de 50 billones de dólares. Además, ha incorporado recientemente (marzo de 2020) un nuevo servicio, el Same Day ACH (SDA), autorizado por la Reserva Federal en 2015, aumentando el límite de transacciones de 25.000 a 100.000 dólares. NACHA es la asociación nacional de asociaciones estatales y regionales de ACH en los EE.UU. La California Automated Clearing House Association (CACHA) en 1972 -hoy WePay- fue la primera ACH operativa en el país, fruto del trabajo de la comisión especial de Paperless Entries (SCOPE) conformada en 1968 por un grupo de banqueros de California preocupados por el enorme crecimiento de los cheques. Coincidió con un estudio de la American Bankers Association sobre mejoras del sistema nacional de pagos. Con la suma de otras redes ACH regionales, en 1974 se creó la NACHA para administrar la red de ACH
- La **Reserva Federal** apoyó el desarrollo del sistema de ACH en 1972 y comenzó a administrar una red nacional de redes de ACH locales conectadas en 1978 (FedACH). En 2010 introdujo el FedACH® SameDay Service. En 2013 publicó un documento para consulta pública (Payment System Improvement) sobre las principales brechas y oportunidades del sistema de pagos de EE.UU. de cara a dar forma al futuro del sistema de pagos del país. Como resultado, en 2015 publicó Strategies for Improving the U.S. Payment System con cinco objetivos compartidos para el sistema de pagos (velocidad, seguridad, eficiencia, pagos internacionales y colaboración) y estrategias plurianuales que definen el trabajo a desarrollar de la mano de la industria, pero asumiendo la Fed un doble rol de catalizador y proveedor de servicios de pago

En 2017 publicó *Strategies for Improving the U.S. Payment System: Federal Reserve Next Steps in the Payments Improvement Journey*, una actualización de estrategias y nueve tácticas entre las que incidía en la posibilidad de convertirse la Fed en proveedor directo de servicios. Finalmente, en agosto de 2019, la Junta de Gobierno de la Fed anunció que los bancos de Reserva Federal construirán y operarán el servicio FedNowSM, un nuevo servicio LBTR 24x7x365 para avanzar en el establecimiento de los pagos inmediatos en el país, con previsión de ser operativo en 2023 o 2024.

A pesar de que la Fed y The Clearing House no son los únicos proveedores de pagos inmediatos, el anuncio de la Fed ha abierto el debate sobre la competencia en este ámbito, debate al que se han sumado de forma muy activa y favorable los líderes tecnológicos Amazon, Apple, Google, Intuit y PayPal, Square y Stripe, que en 2016 fundaron Financial Innovation Now para influir en la modernización e innovación de productos y servicios financieros para particulares y empresas.

Existen, de hecho, otros proveedores de sistemas de pagos interbancarios con amplias capacidades técnicas y redes establecidas: sobre los raíles de tarjetas, las redes VISA y Mastercard y los procesadores FIS y Fiserv. En particular, Mastercard y VISA están conectadas con la práctica totalidad de cuentas bancarias a través de los BIN; Mastercard posee el sistema de pagos inmediatos de Reino Unido (Vocalink) y es proveedor de servicios en todo el mundo.

En el ámbito cross-border, el ejemplo de Ripple y SWIFT ha abierto también el debate sobre la idoneidad de seguir apostando por infraestructuras y modelos de negocio legacy, o idear soluciones nuevas. En particular, el reciente reporte del grupo de expertos de la Official Monetary and Financial Institutions Forum (OMFIF) apunta las ventajas de las soluciones de Ripple, construidas sobre blockchain, como alternativa para SWIFT, exacerbadas por la acusada reducción del número de bancos corresponsales en el mundo, capilaridad esencial para el negocio y la operativa SWIFT. SWIFT, VISA, Mastercard y otros sistemas regionales o domésticos como BACS, CHAPS, CHIPS y Fedwire en EE.UU. fueron creados alrededor de la década de 1970. Tienen cincuenta años y muchos cuestionan si están preparados para el siglo XXI. Entre otros, China y las bigtech.

Hacia dónde nos dirigimos: las tendencias que marcarán la próxima década

La digitalización marca el paso de todos los negocios: tecnología, tecnología y tecnología

El software sustituye al hardware en prácticamente todas sus modalidades y facetas (desde las sucursales bancarias a las apps; los POS físicos a los SoftPOS; de los servidores a la computación en la nube) a través de la virtualización que hoy permiten las tecnologías digitales hoy al alcance de todos, así como la disponibilidad de ingentes cantidades de datos.

Payments as a service

El modelo Banking as a service (BaaS) ganó tracción en los pagos debido a su alcance masivo, los grandes volúmenes y la naturaleza transaccional. Hoy los proveedores de pagos como servicio (PaaS) están presentes en la industria con una amplia gama de modelos de negocio. Algunos desarrollan soluciones de pagos a clientes finales; otros comercializan sus soluciones de marca blanca a las instituciones financieras, sobre las que diseñan servicios para atender las necesidades de sus clientes particulares y empresas.

Los proveedores de PaaS ofrecen una plataforma nativa de la nube en la que sus clientes pueden integrarse a través de API avanzadas, accediendo a servicios modulares y flexibles.

Con el modelo PaaS, los bancos y otros proveedores de servicios de pagos disponen de la opción de ofrecer productos y servicios de vanguardia sin comprometer grandes inversiones para desarrollar internamente estas soluciones, evitando largos plazos de desarrollo, riesgos de ejecución e inversiones adicionales en mantenimiento e innovación de sus plataformas. El modelo PaaS se nutre de la ideación de productos y servicios que aportan valor a los clientes.

Analytics, algoritmos e inteligencia artificial

El análisis de datos de alta frecuencia -como los elaborados por CaixaBank Research y BBVA Research a partir de los datos de transacciones de pago con tarjeta en POS y retiradas de efectivo en ATM- permiten monitorizar la evolución del consumo privado y el impacto de shocks como el de la covid-19.

Por su parte, la algoritmización es el proceso de digitalizar y etiquetar datos que se almacenan en una base de datos para su uso automatizado para realizar análisis de los que extraer información. El uso de machine learning e inteligencia artificial es el siguiente paso en la cadena de valor del dato, y crea un nuevo proceso que proporciona un nuevo conjunto de datos y de información.

Con los avances en la potencia informática, la computación en la nube y el almacenamiento distribuido, muchas empresas han experimentado con formas de mejorar los procesos existentes. Son también muchas las del sector que se han iniciado en el uso y desarrollo de herramientas y habilidades de analítica de datos, pero son menos las que han avanzado en algoritmización mucho más allá de la prevención del fraude. La reducción de costes, el aumento de la conversión, conectividad, facturación y la distribución de pagos masivos son algunos ámbitos en los que los proveedores de servicios de pago tienen amplio espacio para idear y desarrollar soluciones aplicando analytics e inteligencia artificial a la información que acompaña a los pagos.

Identidad digital

La identidad digital se ha convertido en condición necesaria, además de un punto crítico para poder avanzar con seguridad y espíritu de universalidad en la digitalización de los servicios financieros y, más aún, en el escenario aspiracional de Open Banking, Open Finance y, en definitiva, de Open Life.

Muchas de las oportunidades y retos en torno a la identidad digital son heredados de la era de la identificación analógica o física, basada en la verificación de la identidad a través de la presentación de documentación en papel, diseñada para autenticar transacciones presenciales entre particulares y

Los proveedores de servicios financieros han tenido y tienen un papel importante, y cada vez mayor, en los ecosistemas de identidad digital presentes y futuros

entidades. La digitalización ha modificado la forma en la que se realizan las transacciones de identificación, y crea nuevos desafíos relacionados con el control, la protección, la prevención del fraude, la universalidad y la dependencia de terceros proveedores (de dispositivos, de algoritmos, de servicios cloud, etc).

Los proveedores de servicios financieros han tenido y tienen un papel importante y cada vez mayor en los ecosistemas de identidad digital presentes y futuros. Ya lo apuntó de hecho el World Economic Forum en 2016 en su serie sobre el Futuro de los Servicios Financieros dedicada al rol de las instituciones financieras en la construcción de la identidad digital, en la que incluía una propuesta accionable para su desarrollo. De hecho, la identidad digital se convertirá en uno de los atributos más valiosos para los ciudadanos en el futuro, en un contexto de digitalización cuasi omnipresente. Las instituciones financieras se encuentran, en dicho contexto, bien posicionadas para actuar como agentes de confianza y regulados en la provisión de servicios de identificación digital y protección de la privacidad y los datos de sus clientes, custodios preferentes de dicha información esencial y sensible.

Monedas digitales de bancos centrales

Aunque las criptomonedas como medio de pago minorista no eran consideradas en los primeros años tras la publicación del whitepaper del bitcoin una preocupación a corto plazo, por no cumplir con las tres funciones básicas del dinero (medio de pago, unidad de cuenta y depósito de valor), nadie dudaba de su potencial disruptivo en años futuros, como se está de hecho observando una década después.

En marzo de 2018 el BIS publicó, en Central Banks Digital Currencies (CBDC), una taxonomía del dinero en función de diferentes atributos: emisor (banco central o no); forma (digital o física); acceso (amplio vs restringido) y grado de anonimato (de completo a ninguno). Incluye las monedas digitales y las cataloga en función de la tecnología subyacente (basada en cuentas o en tokens) o la alternativa de generación de intereses (sí o no).

Para algunos bancos centrales, la motivación está relacionada con el avance en sus jurisdicciones de la independencia del dinero en efectivo, abriendo la posibilidad de ofrecer a la población un medio de pago alternativo seguro, robusto y conveniente. Tradicionalmente, los bancos centrales han segmentado la provisión de dinero del banco central en dinero físico (efectivo) al público general y dinero digital (cuentas alojadas en el banco central) a entidades bancarias. Pero la reducción del cash abre otras opciones.

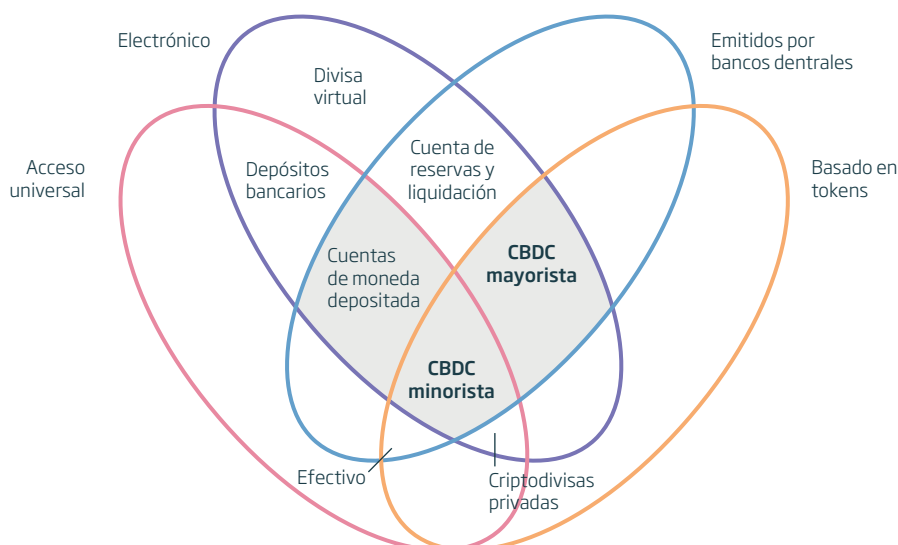
En 2018 el debate, en el plano eminentemente académico, estaba sustentado en (i) el interés en las innovaciones tecnológicas para el sector financiero; (ii) la aparición de nuevos participantes en los servicios de pago y la intermediación; (iii) la disminución del uso del efectivo en algunos países; y (iv) la creciente atención despertada por los tokens digitales privados. El Riksbank, de Suecia fue el primero en anunciar el análisis de la viabilidad y oportunidad de emitir la moneda digital e-krona, para convertirse en la primera criptomoneda estatal europea.

En 2020 la voluntad política de crear una moneda digital del banco central parece firme, animada por dos factores singulares adicionales a los señalados por el BIS en 2018: la decisión del Banco Popular de China de testar un piloto de yuan digital ya operativo en 2020 tras comenzar a estudiarlo en 2014 y haber integrado puntos de venta, aplicaciones móviles y códigos fuentes para desarrollar aplicaciones en su CBDC y el anuncio que Facebook realizó en junio de 2019 de la nueva moneda digital Libra, si bien quedó enseguida en stand-by.

En octubre de 2020 el BIS publicó “Central bank digital currencies: foundational principles and core features”, un informe conjunto del Banco de Canadá, BCE, Banco de Japón, Sveriges Riksbank, Swiss National Bank, Bank of England, la Junta de Gobernadores de la Reserva Federal y el propio BIS. Detalla y analiza las ventajas e inconvenientes de ofrecer al público una moneda digital de propósito general (CBDC), pero no da una opinión sobre si emitir, ni se compromete a ello.

Los principios fundacionales señalan que las autoridades competentes deben asegurarse de: (i) la coexistencia y complementariedad con el dinero en efectivo y otros tipos de dinero en un sistema de pagos flexible e innovador; (ii) que cualquier introducción apoyará objetivos de política más amplios y no perjudicará la estabilidad monetaria y financiera; y (iii) que sus atributos promuevan la innovación y la eficiencia. Y basado en dichos principios, los atributos básicos y centrales de cualquier futura CBDC son: (i) resiliencia

Figura 5.4: La flor del dinero



Fuente: BIS (2018), basado en Bech y Garratt (2017).

y seguridad que mantengan la integridad operativa; (ii) conveniente y disponible sin coste o a coste muy bajo para los usuarios finales; (iii) respaldado por normas apropiadas y un marco jurídico claro; y (iv) que deje espacio para la participación del sector privado y promueva la competencia y la innovación.

Mientras en Europa y Norteamérica se analiza en la esfera conceptual y teórica, Bahamas (con apenas 400.000 habitantes) lanzó el 20 de octubre de 2020 la CBDC Sand Dollar, moneda digital con objetivos de inclusión financiera y accesibilidad universal de los pagos digitales a todos los residentes del país

Geopolítica de los pagos

Nuevos agentes de la industria y los puntos ciegos de la supervisión

El episodio protagonizado por la que ha sido hasta el año 2020 la mayor fintech de Europa (Wirecard) vuelve a poner en primera línea las debilidades de una regulación / supervisión que abre demasiados puntos ciegos. Por un lado, cuando los switch y accesos los proveen terceros tecnológicos, ¿Quién los vigila? ¿Quién vigila la nube? ¿Debe la autoridad revisar el código de programación de los softwares? Por otro, cuando se producen estructuras matriciales con una doble dimensión geográfica (europea versus nacional) y sectorial (bancos, seguros, mercados).

La dimensión sectorial se ve dificultada por la eclosión de una amplia gama de actividades (muchas de las que caen bajo la definición de fintech) que, sin pertenecer formalmente a ninguno de esos tres ámbitos sectoriales, tiene importantes ramificaciones y/o nexos de unión con todos ellos como para actuar de fuente de contagio mediante unos servicios (de pagos, entre otros) que constituyen las cañerías por los que se puede propagar cualquier mala práctica generada en otro extremo del universo regulado.

A pesar de que su actuación supervisora se circunscribe a la filial bancaria domiciliada en el país y no alcanza al holding aún estando domiciliado también en dicho país, la autoridad Europea de Mercados de Valores (ESMA) abrió una investigación sobre la actuación de BaFin como supervisor alemán a instancias de la Comisión Europea. Todo ello, porque la responsabilidad del supervisor sobre una entidad supervisada incorpora la idoneidad y vigilancia de su accionariado, así como de su gobierno corporativo, por lo que los fallos de control y/o fraude detectados en la matriz alemana también

deberían haber estado bajo el radar del supervisor de dicho país. Más aún, cuando fue el propio supervisor el que, en 2018, en respuesta a unos crecientes rumores sobre malas prácticas en el holding, solicitó formalmente la prohibición de posiciones cortas sobre las acciones de la misma, bajo el argumento de su importancia para la economía alemana. Si tal era el caso, no se sustenta que ese mismo supervisor (BaFin) argumente que su responsabilidad se limita a la filial bancaria alemana, y no al holding domiciliado en dicho país.

Por tanto, más allá del cuestionamiento del modelo de negocio de las fintech y el daño reputacional que sobre el ecosistema ha podido tener el mencionado episodio, resulta si cabe más relevante el impacto sobre la credibilidad supervisora, cuya recuperación pasará necesariamente por un fortalecimiento, y en cierta medida, por mayores exigencias sobre los nuevos entrantes.

Otro desafío relevante en relación con la digitalización de los servicios financieros es el apuntado por el BCE sobre la dependencia manifiesta de los proveedores de servicios financieros europeos de los proveedores de servicios críticos e infraestructuras técnicas (como el cloud-computing de Amazon Web Services, Microsoft Azure y Google Cloud), no pertenecientes a la UE, generando una dependencia de unos pocos proveedores y posibles problemas de concentración de alcance sistémico.

Fuera de Europa, y especialmente en países emergentes y en desarrollo, lo sucedido recuerda a lo que en algunas geografías ocurre con las compañías de telecomunicaciones que ofrecen servicios financieros con modelos de negocio complejos: obligan a delimitar cuáles son las actividades o roles a regular, y a avanzar en la regulación de actividades y no de formas societarias.

Un desafío relevante es la dependencia de los proveedores de servicios financieros europeos de los proveedores de servicios críticos e infraestructuras técnicas no pertenecientes a la UE

Impulso regulatorio en Europa

En materia de pagos, la nueva revisión de la PSD2 anunciada para el último trimestre de 2021 abordará, en favor de las estrategias de pagos minoristas, aspectos relacionados con las reglas de competencia existente entre los tres grandes grupos de agentes hoy activos en los ecosistemas de pagos: entidades bancarias, fintech y bigtech.

En el frente digital y de datos, la Comisión Europea está preparando su Ley de Servicios Digitales, que para los bancos puede ser un apoyo en su creciente competencia con las bigtech.

Las propuestas que la Comisión Europea pondrá encima de la mesa en 2021 también apuntan a avanzar del inconcluso Open Banking a un ecosistema de Open Finance (como se apuntaba en la pasada edición de este Informe) ampliando la libertad y el derecho de los usuarios a ejercer de forma sencilla y gratuita la portabilidad de los datos financieros más allá del sector bancario.

En septiembre de 2020 la Comisión Europea emitió varias Comunicaciones:

La Comunicación sobre la **Estrategia de Pagos Minoristas de la EU** establece las prioridades y objetivos para los próximos cuatro años.

- **Soluciones de pago digitales e instantáneas con alcance paneuropeo.** Entre las acciones se contempla analizar los motivos del bajo número de PSP que participan en el esquema SEPA de transferencias inmediatas, y de proceder, emitir regulación para exigir la adhesión al esquema de los PSP antes de finales de 2021
- **Mercados de pagos minoristas innovadores y competitivos.** Como primer paso, análisis a finales de 2021 de la aplicación e impacto de la PSD2: límites legales existentes de pagos sin contacto con el fin de encontrar un equilibrio entre los riesgos de conveniencia y fraude. Como segundo paso, una propuesta legislativa para un nuevo marco de "Open Finance" para mediados de 2022

- **Sistemas de pago minorista eficientes e interoperables y otras infraestructuras de soporte.** La Comisión está evaluando si debería incluir en el ámbito de aplicación de la Directiva de Firmeza (SFD) a las entidades de pago y de dinero electrónico
- **Pagos internacionales eficientes, incluidas las remesas.** Evaluación la extensión de la aplicación de la exigencia del tiempo máximo de ejecución en las transacciones "two-leg" a las "one-leg" y de la transparencia de las transacciones internacionales transfronterizas

La Comunicación sobre la **Estrategia de Finanzas Digitales** reconoce el papel clave de los servicios de pago entre los servicios financieros digitales y el consiguiente requisito de establecer medidas específicas con un horizonte hasta 2024.

- Armonización en el Mercado Único Digital para los servicios financieros mediante la aplicación, para 2024, de un marco jurídico global que permita el uso de soluciones de identidad digital interoperables
- En colaboración con las tres autoridades supervisoras europeas EBA, EIOPA y ESMA, confirmar las expectativas de regulación y supervisión de las aplicaciones de inteligencia artificial en el ámbito de los servicios financieros
- Establecer un espacio europeo de datos financieros para promover la innovación basada en datos. Que la información pública en materia de servicios financieros se divulgue en formatos normalizados y legibles por máquinas. Además, la UE se compromete a contar con una propuesta legislativa para un nuevo marco de Open Finance a mediados de 2022
- Responder a los nuevos retos y riesgos asociados con la transformación digital, fortaleciendo la protección de los consumidores y las normas prudenciales, salvaguardar la estabilidad financiera, proteger la integridad del sector financiero de la UE y garantizar unas condiciones de competencia equitativas

Junto a la Comunicación, la CE destaca las **propuestas legislativas desarrolladas:**

- **Reglamento de los mercados de criptoactivos**, que establecerá una taxonomía y reglas para diferentes tipos de criptoactivos, incluidos tokens referenciados a activos (stablecoins), tokens de dinero electrónico (e-money) y tokens de utilidad
- **Reglamento sobre la resiliencia operativa digital del sector financiero**, que establece requisitos para las entidades financieras relacionados con la gestión de riesgos de las TIC, la notificación de los principales incidentes relacionados con las tecnologías, las pruebas de resiliencia operativa digital, el intercambio de información e inteligencia en relación con las amenazas y vulnerabilidades cibernéticas, así como nuevas medidas para la gestión integral de los riesgos tecnológicos de terceros proveedores. Contempla requisitos en relación con los contratos que rigen entre las entidades financieras y los proveedores de servicios de tecnología; y un marco de supervisión para los proveedores tecnológicos de servicios críticos a las entidades financieras
- **Reglamento sobre un régimen piloto para infraestructuras de mercado basadas en tecnologías de registro distribuido (DLT)**, con requisitos uniformes para garantizar la seguridad jurídica, apoyar la innovación, asegurar la estabilidad financiera e inculcar la protección del consumidor y el inversor y la integridad del mercado
- **Directiva de apoyo a la Estrategia de Finanzas Digitales**, mediante la clarificación y modificación de las Directivas vigentes de servicios financieros de la UE

La nueva revisión de la PSD2 anunciada abordará las reglas de competencia existente entre los tres grandes grupos de agentes hoy activos en los ecosistemas de pagos: entidades bancarias, fintech y bigtech

Un mercado de indudable crecimiento

Se espera que el tamaño del mercado global de pagos digitales al menos se duplique en los próximos diez años, crecimiento sustentado en las iniciativas de promoción del pago digital, la universalización de los smartphones, de la conectividad de datos y el crecimiento del e-commerce (y m-commerce).

En el conjunto de la Unión Europea, el número de pagos minoristas realizados por medios alternativos al efectivo fue en 2019 a 150.000 millones, por un valor cercano a los 300 billones de euros, según las estadísticas de pagos del Banco Central Europeo para ese año. En 2015 esos valores ascendían a 114.000 millones y 277 billones de euros respectivamente.

En EE.UU., y a partir del estudio de pagos realizado por la Reserva Federal para 2018, esos valores ascendían a 174.000 millones y 97 billones de dólares respectivamente. En 2015 concentraron 140.000 millones de operaciones y 87 billones de dólares en valor. El número y valor del total de pagos en los países de Latinoamérica que comprenden este Informe ascendió en 2019 a 37.600 millones de operaciones por un valor de 14 billones de dólares.

Si replicaran una tasa de crecimiento potencial del 2% de la última década en la próxima (coincidente con objetivos medios de inflación), en 2030 el mercado de pagos retail de la Unión Europea, EE.UU. y los ocho países de Latinoamérica recogidos en este Informe -con una población total de 1.000 millones de personas que representan apenas el 15% de una población mundial que se estima alcanzará los 8.500 millones en 2030- se acercaría al medio billón de pagos anuales por un valor cercano a los 600 billones de dólares.

En un mundo de mayor complejidad y competitividad es clave anticipar y comprender las tendencias globales, regionales y locales, avanzar con firmeza en la transformación digital y unir fuerzas y capacidades con agentes terceros para ampliar el alcance y garantizar la provisión de los servicios de pago que necesita la sociedad del siglo XXI.

Demanda en Medios de Pago

6





Momento de transición: los medios de pago físicos se estancan y aumentan los digitales, todo ello impulsado por la covid-19

Aumenta el número de medios de pago utilizados en un momento de convivencia de sistemas y cambio de hábitos forzados por la pandemia.

El smartphone avanza para convertirse en la cartera, el banco y el establecimiento de compra.

En el presente capítulo se exponen los resultados de la investigación que tiene como objetivo ofrecer una visión general, desde la perspectiva de la demanda, de la situación de los medios de pago. El estudio se centra en la óptica de la población bancarizada internauta, la de mayor relevancia para un sector en cambio y progresiva digitalización.

El alcance de la investigación incluye once países: siete pertenecientes a Latinoamérica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y República Dominicana) y cuatro a Europa (España, Portugal, Reino Unido y, por primera vez, Italia).

Entre los resultados de mayor relevancia destacan los siguientes. En primer lugar, y debido a la situación sin precedentes derivada de la pandemia de la covid-19, nos encontramos con una situación de multiplicidad de medios de pago en uso, donde los más digitales han experimentado un impulso frente a los medios de carácter físico o material, especialmente el dinero en efectivo que se encuentra estancado o disminuye por la adopción de comportamientos y hábitos preventivos frente al contagio.

Además, se ha producido un descenso de carácter generalizado en el porcentaje de población poseedora de tarjetas de crédito como consecuencia del impacto económico experimentado en todos los países. También debido a la situación generalizada de carácter excepcional, el e-commerce se ha visto reforzado y, como elemento destacado, el smartphone se erige como el dispositivo de compra preferente.

Sin embargo, aunque los medios de pago más digitales estén conquistando terreno y el smartphone se consolide como el dispositivo protagonista, esto no repercute en una mejora de la confianza de la población en relación con la entrada de las bigtech en el espacio financiero.

Se ha producido un descenso de carácter generalizado en el porcentaje de población poseedora de tarjetas de crédito como consecuencia del impacto económico

Metodología

Tipo de investigación: cuantitativa mediante encuesta online (CAWI)

Universo: población bancarizada internauta mayor de 18 años

Alcance geográfico: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, República Dominicana, España, Italia, Portugal y Reino Unido

Duración cuestionario: 15 minutos

Tamaño muestral: 400 entrevistas por país (4.400 entrevistas en total)

Error muestral: 4,9% por país, considerando muestreo aleatorio con varianza máxima y un nivel de confianza del 95%

Trabajo de campo: agosto-septiembre 2020

Responsable de la investigación: The Cocktail Analysis®



Población bancarizada internauta

La metodología aplicada en la presente investigación continúa la línea de informes precedentes. Así, la población analizada en el estudio se caracteriza por estar compuesta de individuos de 18 años o más, que disponen de una cuenta (ya sea en un banco, caja de ahorro, unión de crédito u otras instituciones financieras) y que tienen acceso a Internet. Se podría tipificar, por tanto, como **población adulta bancarizada internauta** (ABI en adelante).

Tal y como se muestra en la **Tabla 6.1**, y a partir de los datos más actualizados publicados por el Banco Mundial en “The Global Findex Data Base”, la población bancarizada de los países europeos se encuentra en un estadio cercano a la totalidad de la población (superior en todos los casos al 90%), mientras que en los países latinoamericanos este objetivo aún se encuentra en proceso.

Por otro lado, y a través de la información publicada por la International Telecommunication Union (ITU), el acceso a Internet es un fenómeno mucho más extendido independientemente del país.

Teniendo en cuenta estos elementos, es importante realizar una lectura de los datos atendiendo a las diferentes características internas de la población ABI de cada país, ya que la población ABI europea tiene una estructura más horizontal y abarca casi a la totalidad de los individuos, mientras que en Latinoamérica la población ABI está caracterizada por pertenecer a los cortes medios y altos en términos socioeconómicos y estar integrada por individuos de menor edad que los europeos. De ahí que, a la hora de realizar una lectura comparada, es fundamental tener presente estas diferencias de composición interna de la población ABI según el país.

Tabla 6.1: Población bancarizada y población internauta

	Población bancarizada mayor de 18 años (Globalfindex 2017) ¹²	Mayores de 15 años con acceso a Internet (ITU 2017-2018-2019) ¹³
Argentina	48,7%	74,3%
Brasil	70,0%	70,4%
Chile	74,3%	82,3%
Colombia	45,8%	65,0%
México	36,9%	70,1%
Perú	42,6%	60,0%
República Dominicana	56,2%	74,8%
España	93,8%	90,7%
Italia	93,8%	74,4%
Portugal	92,3%	75,3%
Reino Unido	94,6%	92,5%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Global Findex 2017, de International Telecommunication Union (ITU 2017-2018-2019)

La multibancarización se estabiliza

Brasil es el país que se muestra más dinámico y continúa avanzando en el fenómeno de la multibancarización

La tendencia de años previos a una continua multibancarización generalizada se ve estabilizada. Aunque el porcentaje de población ABI que opera con más de una entidad supera en todos los países el 50% (a excepción de España e Italia), el crecimiento del fenómeno se ve estabilizado y apenas se establecen diferencias entre el año 2019 y el 2020. Solo se produce una excepción destacada, Brasil, que aumenta en 9,5 puntos porcentuales su población ABI multibancarizada, seguido, muy de lejos, por Argentina (+3,1 p.p.) y Chile (+3,0 p.p.).

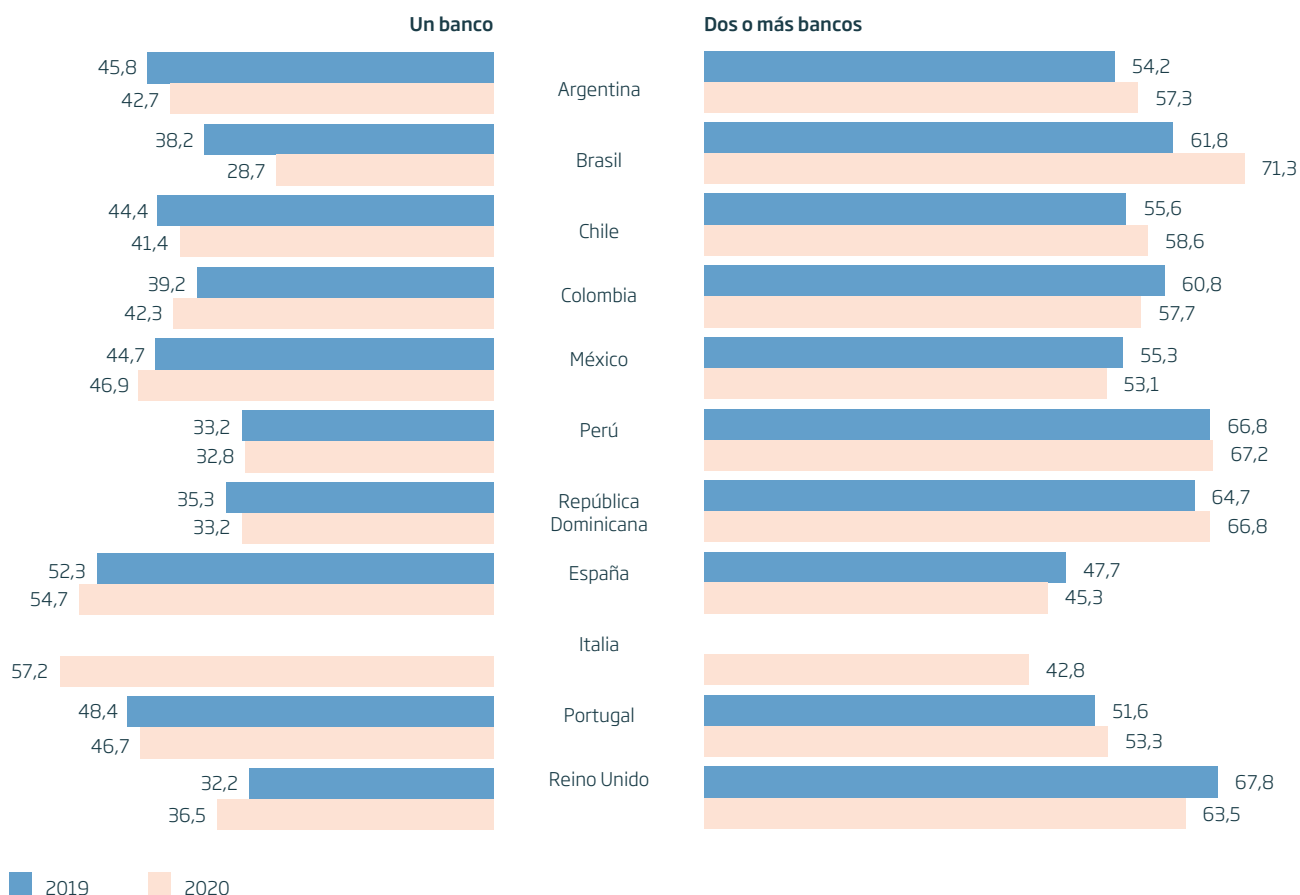
Brasil destaca en el fenómeno de multibancarización no solo por el mayor crecimiento respecto al año pasado, sino porque ya son 7 de cada 10 individuos de población ABI los que operan con más de un banco (71,3%). Esta cifra es semejante a los niveles de multibancarización de Perú (67,2%) y República Dominicana (66,8%), siendo estos 3 países los únicos que superan el 65% de población ABI que opera con más de un banco, grupo que abandona Reino Unido debido al descenso experimentado este año (-4,1 p.p.).

El porcentaje de población ABI que opera con más de una entidad supera en todos los países el 50%, a excepción de España e Italia

¹² Últimos datos publicados por el Banco Mundial en el momento de la realización de este informe, <https://globalfindex.worldbank.org/>

¹³ Última actualización realizada por la International Telecommunication Union sobre la proporción de personas, mayores de 15 años, con acceso a Internet (que utilizaron internet en los tres últimos meses), <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

Figura 6.1: Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (%), evolutivo 2019-2020



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Con cuántos bancos/entidades financieras operas/ tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero actualmente?”

Momento de fidelización con la entidad principal

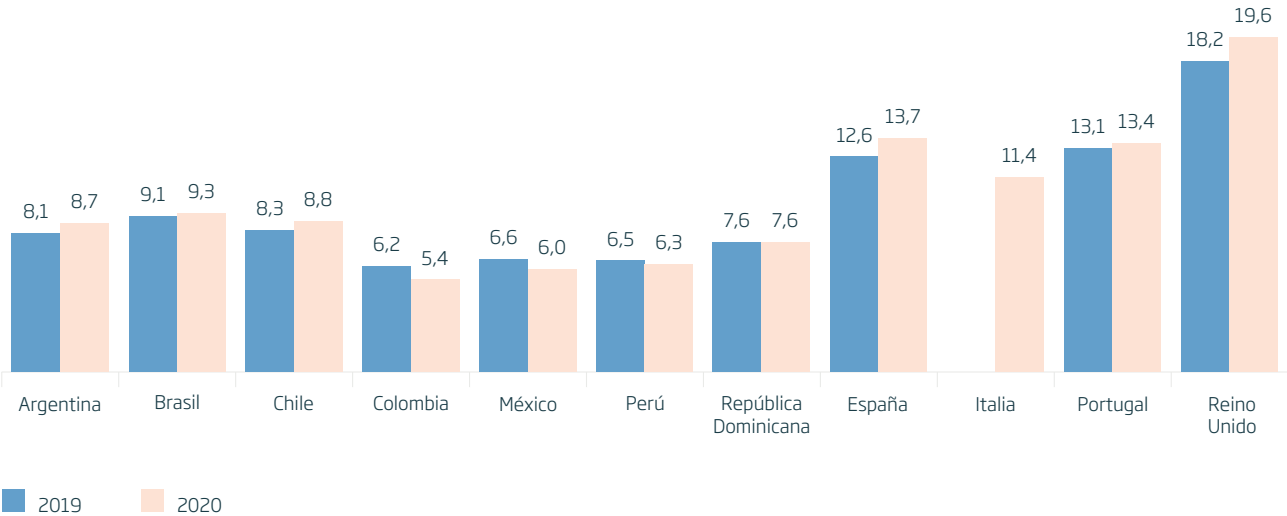
Aunque el fenómeno de multibancarización haya experimentado una desaceleración, aproximadamente el 50% de la población ABI opera ya con más de un banco. Sin embargo, la relación con la entidad principal se mantiene estable (ver **Figura 6.2**) con Reino Unido a la cabeza, donde la relación media con la entidad principal es de 19,6 años.

En Latinoamérica esta relación con la entidad principal es menos duradera, siendo Brasil el único país que supera los 9 años.

Colombia, México y Perú, por su parte, no solo destacan por ser los países con las relaciones menos duraderas con su banco principal (5,4, 6,0 y 6,3 años respectivamente), sino porque experimentan un ligero descenso respecto al periodo anterior (-0,8, -0,6 y -0,2 años).

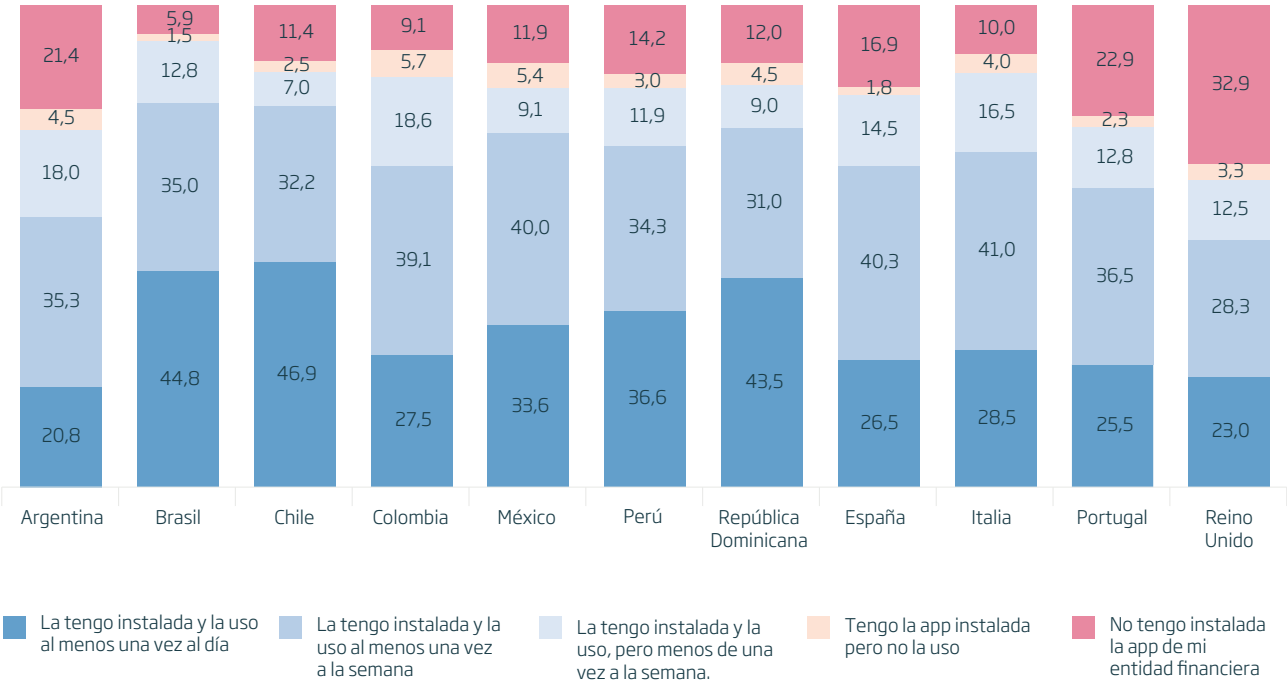
La relación con la entidad financiera principal se mantiene estable, con Reino Unido a la cabeza en duración de las relaciones

Figura 6.2: Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2019-2020)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Cuánto tiempo hace que operas con tu banco o entidad financiera principal?”

Figura 6.3: Instalación y frecuencia de uso de la aplicación de la entidad bancaria principal (%)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Utilizas la app de tu entidad financiera principal para realizar gestiones o consultas? Y, si es así, ¿con qué frecuencia?”

El proceso de digitalización bancaria se encuentra avanzado, pero no completado

Entre el 50% y el 80% de la población ABI, independientemente del país, tiene instalada la aplicación de su entidad bancaria principal y la usa con frecuencia, desde varias veces al día hasta un mínimo de una vez a la semana.

Los mayores porcentajes de usuarios habituales de la app de su entidad bancaria (aquellos que la utilizan al menos una vez al día) se concentran en Latinoamérica, especialmente en Chile (46,9%), Brasil (44,8%) y República Dominicana (43,5%). En Europa, por el contrario, no se concentran porcentajes tan altos ni de usuarios, ni de usuarios frecuentes.

Destaca especialmente el caso de la población ABI de Reino Unido, donde se registra el porcentaje más alto de población ABI que no tiene la aplicación de su entidad principal instalada (32,9%). Sin embargo, es necesario tener en cuenta, en relación con este aspecto, que la población ABI de Reino Unido (y Europa en general) difiere en su composición de la latinoamericana, no solo en nivel socioeconómico, sino también en edad, siendo la población ABI europea más mayor que la latinoamericana, tal y como se explica en la definición de población bancarizada internauta al inicio del presente capítulo.

La tarjeta de crédito pierde protagonismo

Se produce un descenso generalizado en la tenencia de tarjetas de crédito asociado, con alta probabilidad, al impacto económico derivado de la pandemia de la covid-19, donde en Latinoamérica, por ejemplo, se ha producido un descenso del PIB per cápita a niveles de hace una década¹⁴.

En relación con este descenso generalizado solo se observan dos excepciones: Portugal, que aumenta 1,7 p.p. hasta el 63,0% y Brasil (+1,7 p.p.), situándose como líder en la tenencia de este tipo de tarjetas, donde son tres de cada cuatro individuos de población ABI brasileña los que disponen de tarjeta de crédito (75,3%) (ver **Figura 6.4**).

El descenso en la tenencia de tarjeta de crédito es destacable en Latinoamérica (a excepción de Brasil), que sufre caídas de entre 7 y 10 puntos porcentuales. Así, los países que más acusan el descenso son México, que cae 10,2 p.p. hasta el 44,4%; Argentina, que desciende 9,5 p.p. hasta el 67,5%; Colombia, que pierde 8,4 p.p. para situarse en un 51,7%; y Perú, que anota una caída de 7,6 p.p. para registrar una tenencia en 2020 del 47,5%. En España y Reino Unido la caída en tenencia de tarjeta de crédito entre la población ABI se acerca a los 5 p.p.

En tenencia de tarjeta prepago Latinoamérica protagoniza un incremento notable, con la excepción de Colombia (-2,2 p.p.) y México (-8,3 p.p.). Por encima, muy cerca del 30% en tenencia de tarjeta prepago, se sitúan Argentina, Colombia y Chile, mientras que el resto de los países de la región registran tenencias superiores al 20%, salvo México que apenas concentra el 18%.

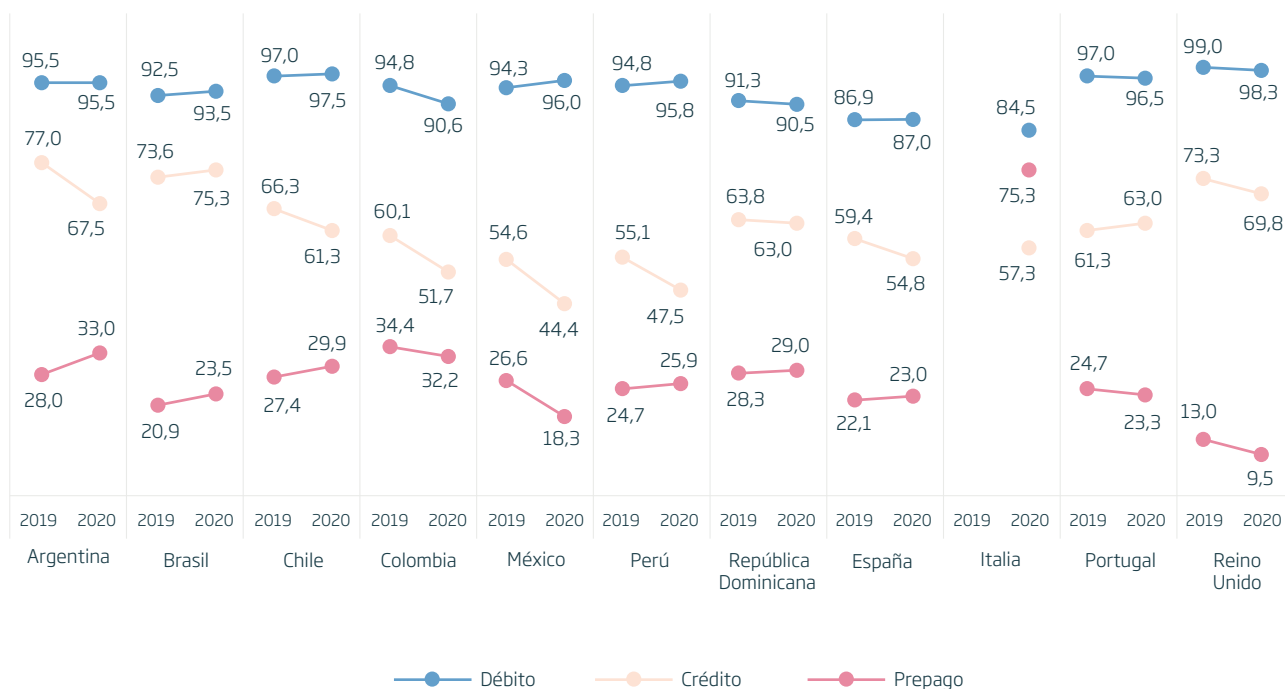
Destaca Italia como país con más población ABI que dispone de tarjeta prepago (75,3%), constituyéndose como un fenómeno independiente que no encuentra similitudes con ningún otro país. El uso de este tipo de tarjetas, especialmente para las compras online¹⁵, es una tendencia propia en la población ABI de Italia. Mientras que en España y Portugal casi uno de cada cuatro declara disponer de una tarjeta prepago, en Reino Unido lo hace apenas uno de cada diez (9,5%).

La tarjeta de débito sigue siendo la gran protagonista en términos de equipamiento de la población, y mantiene unos porcentajes similares a los de periodos anteriores que se sitúan entre un mínimo del 84,5% en Italia y un máximo del 98,3% en Reino Unido.

Entre el 50% y el 80% de la población ABI tiene instalada la aplicación de su entidad bancaria principal y la usa con frecuencia

¹⁴ Información extraída del "Estudio económico de América Latina y el Caribe 2020. Principales condicionantes de la política fiscal y monetaria en la era pospandemia covid-19" publicado por CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), organismo dependiente de la Organización de Naciones Unidas. Accesible en 2020 en: <https://www.cepal.org/es/temas/covid-19>

¹⁵ Para más información se remite al informe de ABI (Associazione Bancaria Italiana www.abi.it) titulado "Rapporto ABI. Retail Banking e multicanalità digitale. Dicembre 2019" <https://cutt.ly/Bhc4dwP>

Figura 6.4: Tenencia de tarjetas en la población ABI (% , evolutivo 2019-2020)

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "A continuación, se muestran distintos tipos de tarjetas de pago.

¿Cuáles de ellas tienes?"

Latinoamérica tiende a la multiplicidad de tarjetas

De forma similar al fenómeno de la multibancarización (ver **Figura 6.1**), los países latinoamericanos y Reino Unido (en Europa) tienden a la posesión de más de una tarjeta, pero con diferencias entre países y tipos de tarjeta.

Mientras que Perú se mantiene como el país que concentra más población ABI con más de una tarjeta de débito (54,3%), Brasil escala a una segunda posición con un 52,7% debido al incremento de 13,9 puntos porcentuales, el mayor registrado (ver **Figura 6.5**). La menor multitenencia de tarjeta de débito en Latinoamérica la registra Colombia, donde apenas uno de cada cuatro declara tener más de una.

En Europa, tanto en España (que registra el mayor crecimiento con 6,5 p.p.) como en Portugal y Reino Unido, alrededor de un tercio de la población dispone de más de un plástico de débito, mientras que en Italia lo hace apenas uno de cada cuatro, la menor multitenencia de débito de todos los países contemplados en el Informe.

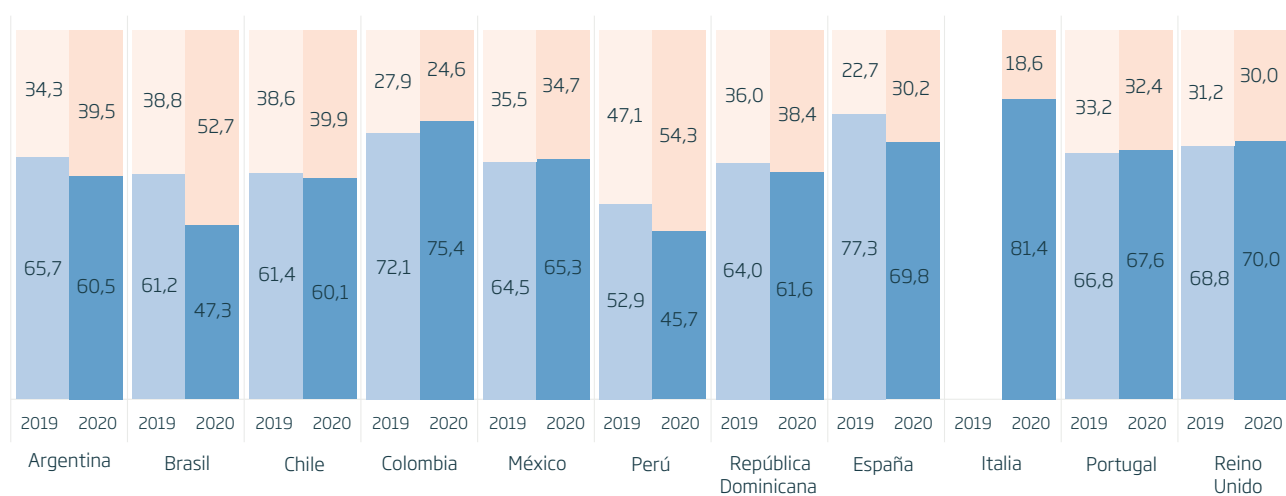
Aunque la tenencia de tarjeta de crédito ha descendido en el último año, salvo en Brasil y Portugal (ver **Figura 6.4**), la multitenencia muestra un comportamiento heterogéneo: en Perú se observa el mayor descenso de población ABI que posee más de una tarjeta de crédito (del 53,4% al 46,6%), y en México, el mayor aumento (del 35,5% al 45,0%). La multitenencia más baja la registra Italia, con un 14,8%, y la más alta Argentina con un 63,3%. En España es un 30% de la población la que declara multitenencia de tarjetas de crédito, y en Reino Unido un 45,2%.

Respecto a las tarjetas prepago, la tendencia es similar a la del periodo anterior, si bien se han producido movimientos singulares en algunos países. Argentina ha experimentado un aumento de 5,0 p.p. en la población ABI con tarjeta prepago (ver **Figura 6.4**), pero no un aumento de población que posee dos o más tarjetas prepago (que se mantiene en el 22,0%); Chile duplica la multitenencia de prepago (del 8,2% al 16,7%) cuando apenas ha aumentado apenas 2,5 p.p. la tenencia global; y Colombia, que cae 2,2 p.p. en tenencia, triplica la

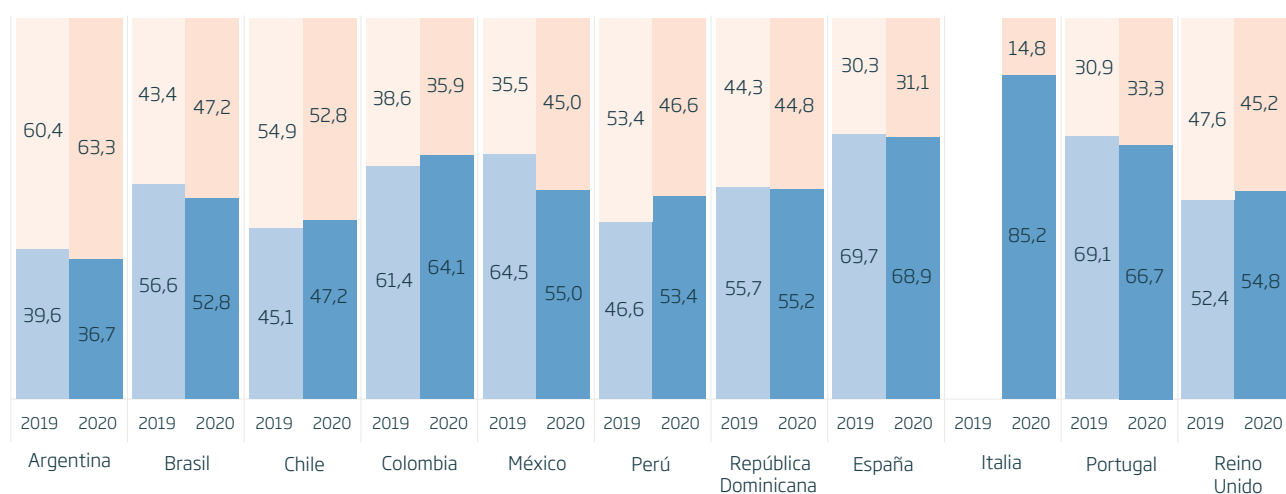
multitenencia (del 5,8% al 20,0%), pudiéndose constatar un fenómeno de acaparamiento en estos países. En España cae la multitenencia 2,4 p.p. hasta el 13,0% de la población ABI, mientras que sube 7.0 p.p. en Portugal hasta el 16,1%, y + 4.9 p.p. en Reino Unido hasta el 18,4%.

Brasil se sitúa como líder indiscutible en multitargeta prepago, donde uno de cada cuatro cuenta con dos o más tarjetas prepago, + 6,6 p.p. respecto al año anterior.

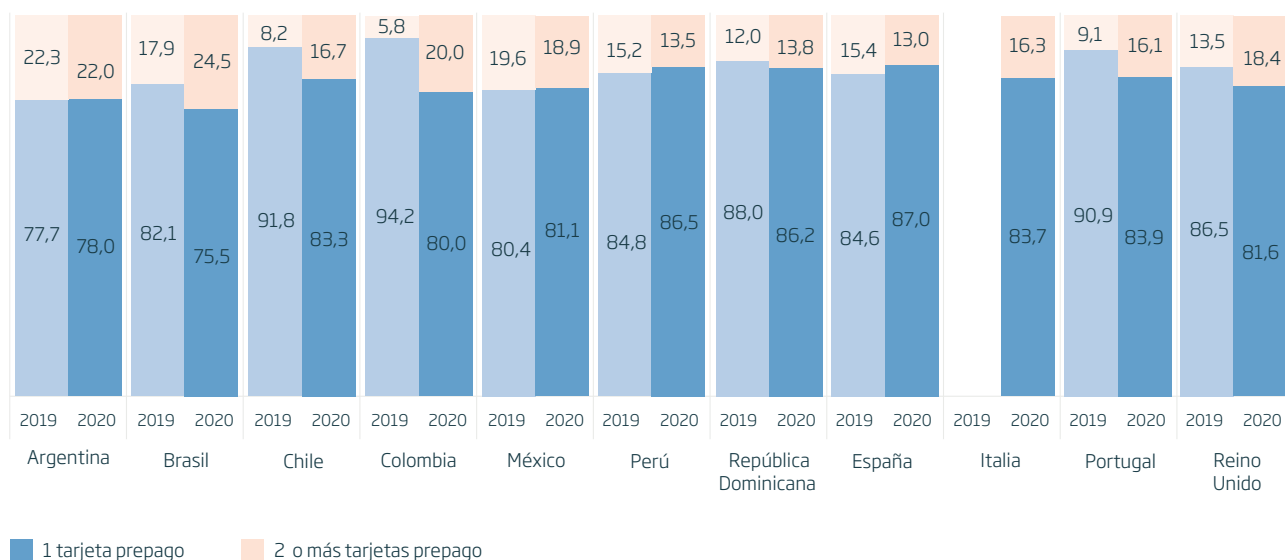
Figura 6.5: Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente (%), evolutivo 2019-2020



■ 1 tarjeta de débito ■ 2 o más tarjetas de débito



■ 1 tarjeta de crédito ■ 2 o más tarjetas de crédito

Figura 6.5: Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente (% , evolutivo 2019-2020) Continuación

Población analizada: Población ABI con tenencia de cada tipo de tarjeta

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Cuántas tarjetas tienes de cada tipo?"

Latinoamérica muestra un descenso en el uso frecuente de la tarjeta de crédito para compras de alto valor o para sacar dinero de cajeros

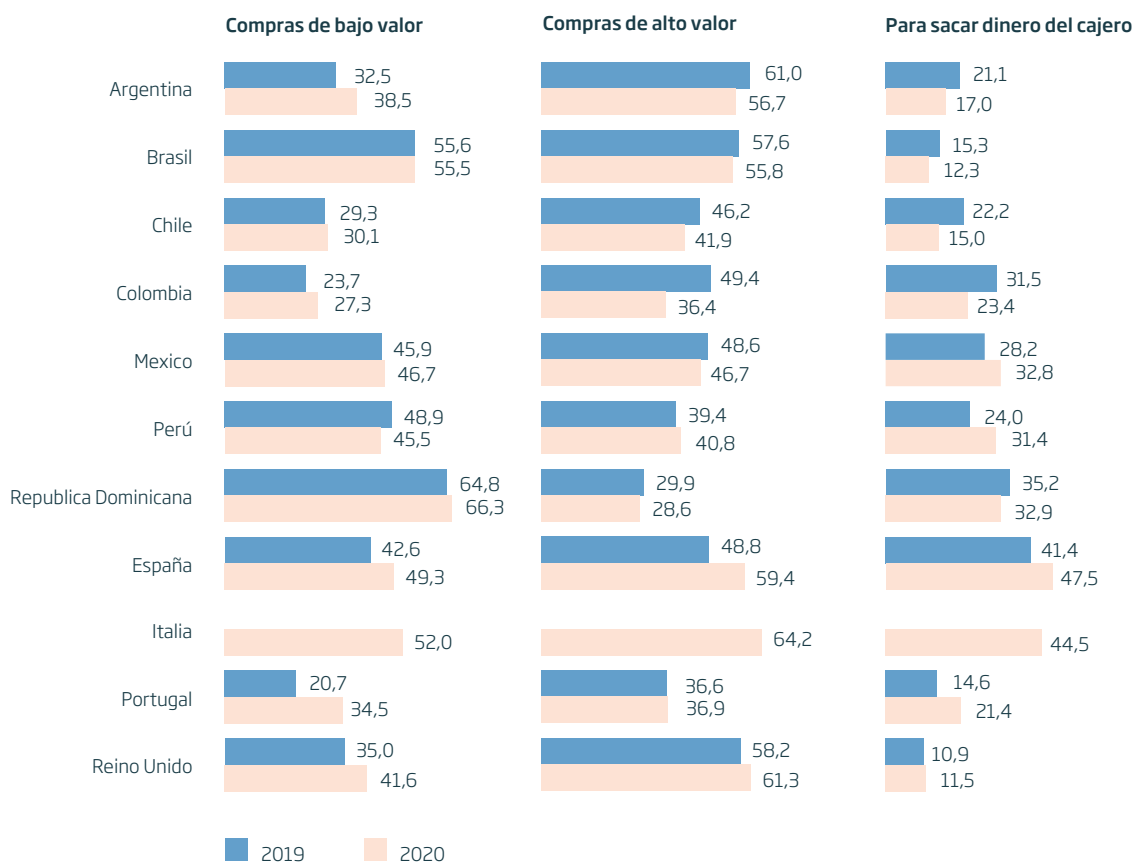
En Latinoamérica no solo desciende la tenencia de tarjeta de crédito (ver **Figura 6.4**) sino también la frecuencia del uso (ver **Figura 6.6**). Como únicas excepciones a este descenso general, se sitúan México y Perú, que aumentan el uso frecuente de la tarjeta de crédito para retirar dinero de cajeros automáticos.

Las compras de bajo valor son las únicas que de forma generalizada consiguen mantener los registros de periodos anteriores.

En contraste, Europa aumenta la frecuencia de uso de la tarjeta de crédito en todas las operaciones, destacando el incremento de Portugal para compras de bajo valor (+13,8 p.p.) hasta el 34,5% y de España en las compras de alto valor (+10,6 p.p.) hasta el 59,4%. España, además, continúa liderando a nivel global en el uso de la tarjeta de crédito para retiradas de efectivo en cajeros (47,5%), posición disputada únicamente por Italia (44,5%), país que lidera el pago de tickets de alto valor con la tarjeta de crédito (64,2%). En Reino Unido apenas el 11,5% hace uso de su tarjeta de crédito para ese propósito, el registro más bajo de todos los países.

Mientras que en Latinoamérica desciende la frecuencia de uso de la tarjeta de crédito, en Europa aumenta en todo tipo de operaciones

Figura 6.6: Uso frecuente¹⁶ de la tarjeta de crédito según tipo de operación (% , evolutivo 2019-2020)



Población analizada: Población ABI con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿En cuáles de las siguientes situaciones sueles utilizar tu tarjeta de crédito?"

Dos perfiles de modalidad de pago con tarjeta de crédito: Europa y Latinoamérica

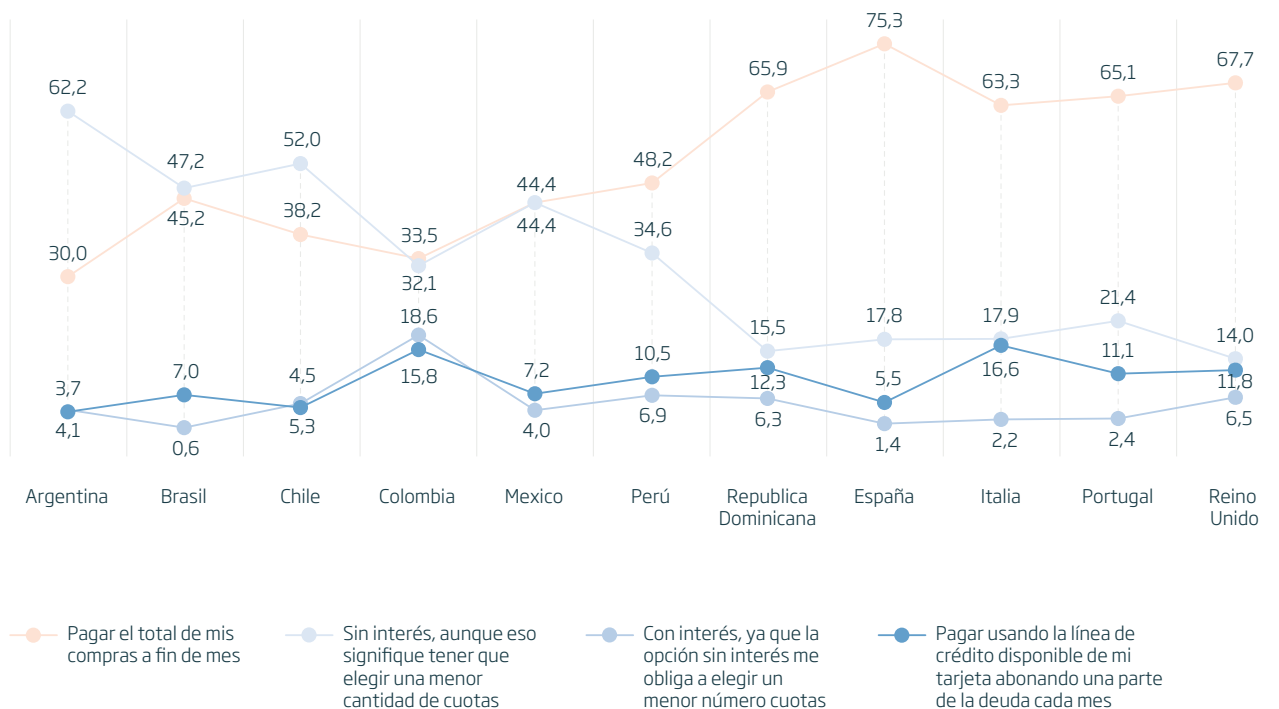
En Europa domina el uso de la modalidad de pago con tarjeta de crédito a fin de mes, dejando al resto de opciones (basadas en pagos en cuotas) en porcentajes destacablemente menores (ver **Figura 6.7**). España lidera en la elección de esta modalidad de pago, donde tres de cada cuatro declaran usarla.

Esta preferencia de los países europeos solo es replicada por República Dominicana.

En el resto de Latinoamérica conviven mucho más cercanas las distintas modalidades de pago, especialmente el pago a fin de mes y el pago en cuotas sin intereses, siendo esta última preferida entre la población ABI de Argentina (62,2%) y Chile (52,0%).

Destaca en Latinoamérica el caso singular de Colombia, donde se dan los mayores porcentajes de elección de modalidad de pago con tarjeta de crédito consistentes en la modalidad con interés (18,6%) y el pago usando la línea de crédito disponible en la tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes (15,8%). Si asociamos esta última modalidad al revolving, el liderazgo global lo registra Italia (16,6%), seguido en Europa por Reino Unido (11,8%) y Portugal (11,1%).

¹⁶ El uso frecuente se define como el porcentaje de personas que mencionan utilizar su tarjeta "siempre" o "casi siempre" en una escala verbal de frecuencias (Likert) de cinco niveles: (1) siempre, (2) casi siempre, (3) algunas veces, (4) pocas veces y (5) nunca.

Figura 6.7: Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

Población analizada: Población ABI con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu manera de usar la tarjeta de crédito?"

Multiplicidad en el uso de los medios de pago

El uso de dinero en efectivo sufre un descenso y ganan terreno el pago desde cuenta y las tarjetas virtuales prepago

El uso de dinero en efectivo sufre un descenso en casi todos los países excepto en Portugal, donde su uso crece 9,5 p.p. respecto al periodo anterior, con un 83,8% de portugueses (el registro más alto) haciendo uso de él. Sin embargo, y aunque el descenso es variable, destaca la fuerte caída en Reino Unido (-15,8 p.p.) hasta el 66,5% y en Brasil (-20,0 p.p.) hasta el 62,8%.

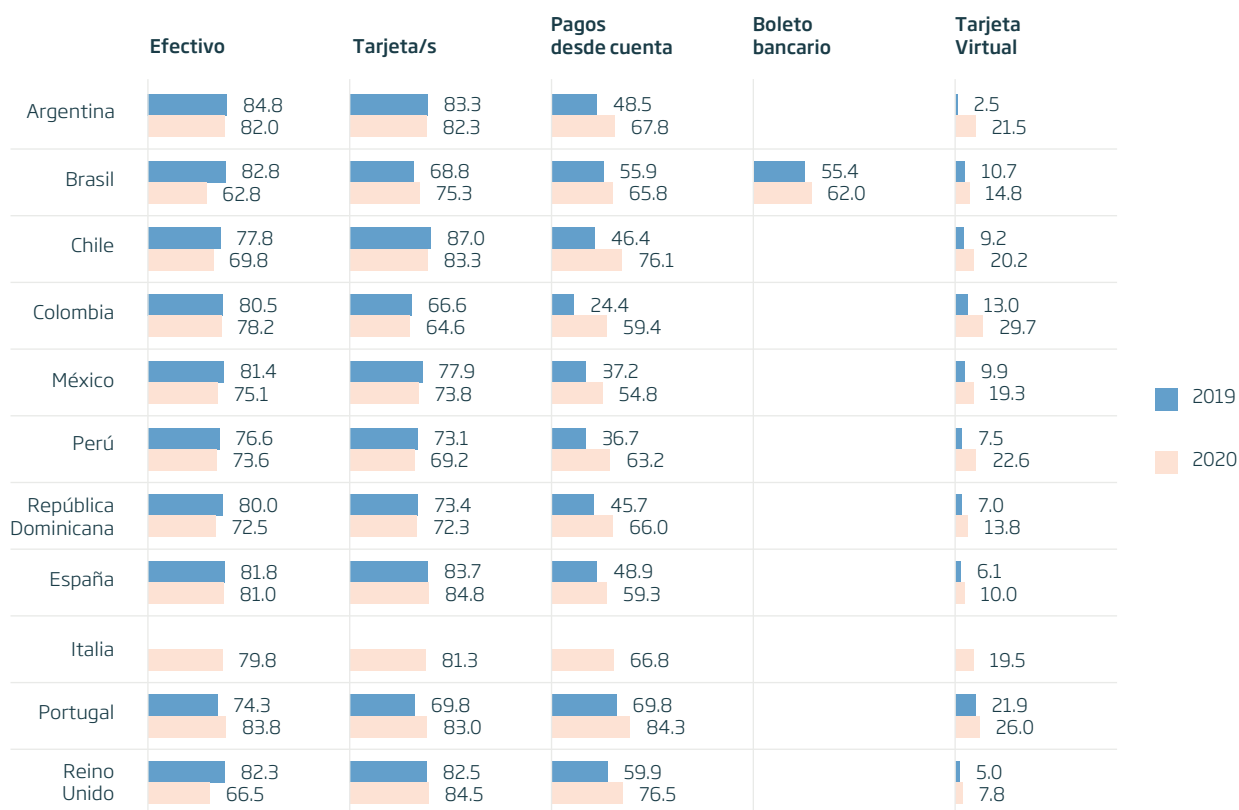
En contrapunto se encuentra un crecimiento en el pago con tarjeta prepago virtual, muy pronunciado en Argentina, Perú, México y Colombia. Pero sobre todo ha crecido el uso del pago desde cuenta, que experimenta un aumento en todos los países de entre 10 y 35 puntos porcentuales, donde los mayores porcentajes de población ABI usuaria de este medio de pago se

encuentra en Portugal (84,3%) seguido de Reino Unido (76,5%) y Chile (76,1%), este último casi duplicando los registros del año anterior. Se duplica, también, el uso de este medio de pago en Colombia y Perú.

Destaca especialmente, desde una perspectiva evolutiva, el aumento en el número medio de formas de pago utilizadas por la población ABI de todos los países respecto al periodo anterior (ver **Figura 6.9**). Dicha cantidad oscila entre los 2,6 de México y los 3,3, de Brasil y Portugal.

En Europa domina la modalidad de pago con tarjeta de crédito a fin de mes. En Latinoamérica conviven todas las modalidades, especialmente el pago a fin de mes y el pago en cuotas sin intereses

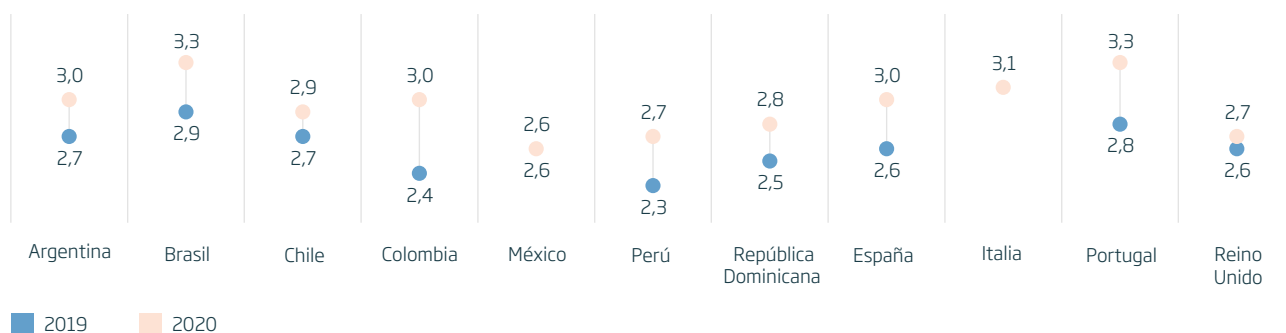
Figura 6.8: Medios de pago utilizados el último mes¹⁷ (%), evolutivo 2019-2020¹⁸



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "De los siguientes medios de pago, ¿cuál de ellos has utilizado el último mes?"

Figura 6.9: Cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes (%), evolutivo 2019-2020



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "De los siguientes medios de pago, ¿cuál de ellos has utilizado el último mes?"

¹⁷ No se incluye en el presente gráfico el evolutivo entre 2019 y 2020 de las opciones de "billeteras y agregadores de tarjetas/cuentas" y "apps de pago entre particulares" debido al cambio de tipificación y definición en el cuestionario aplicado. El dato de uso de dichos medios de pago se incluye (sin evolutivo) en el capítulo específico sobre Pago con dispositivos móviles.

Por claridad visual, en la presente figura no se indican los datos obtenidos para las opciones "otros medios de pago basados en papel (cheques o pagarés)" ni "pago con criptomonedas" debido a que los porcentajes de uso en ambos casos en todos los países son menores al 7%.

¹⁸ La opción "tarjetas" incluye debito, crédito y prepago / La opción "pagos desde cuenta" incluye transferencia, crédito directo y domiciliaciones. En la medición anterior (2019) se indicaba "carga en cuenta" / La opción "billeteras o agregadores de tarjetas o cuentas" incluye todas las tarjetas/cuentas para pagar en comercios físicos y digitales (son aplicaciones para el smartphone o smartwatch con los que puedes pagar con tus tarjetas o cuentas bancarias habituales permitiéndote elegir con qué medio pagar en cada momento). En la medición anterior (2019) se indicaba "Pago a través del móvil con smartphone y/o smartwatch en comercio físicos" / La opción "tarjeta virtual" incluye servicios cuenta o tarjeta prepago virtuales (son servicios digitales, habitualmente para smartphone, en los que puedes recargar dinero y usar para pagos). En la medición anterior (2019) se indicaba "Tarjeta virtual (se generan o solicitan exclusivamente para pagos en Internet, donde tú escoges el monto y la fecha de caducidad)".

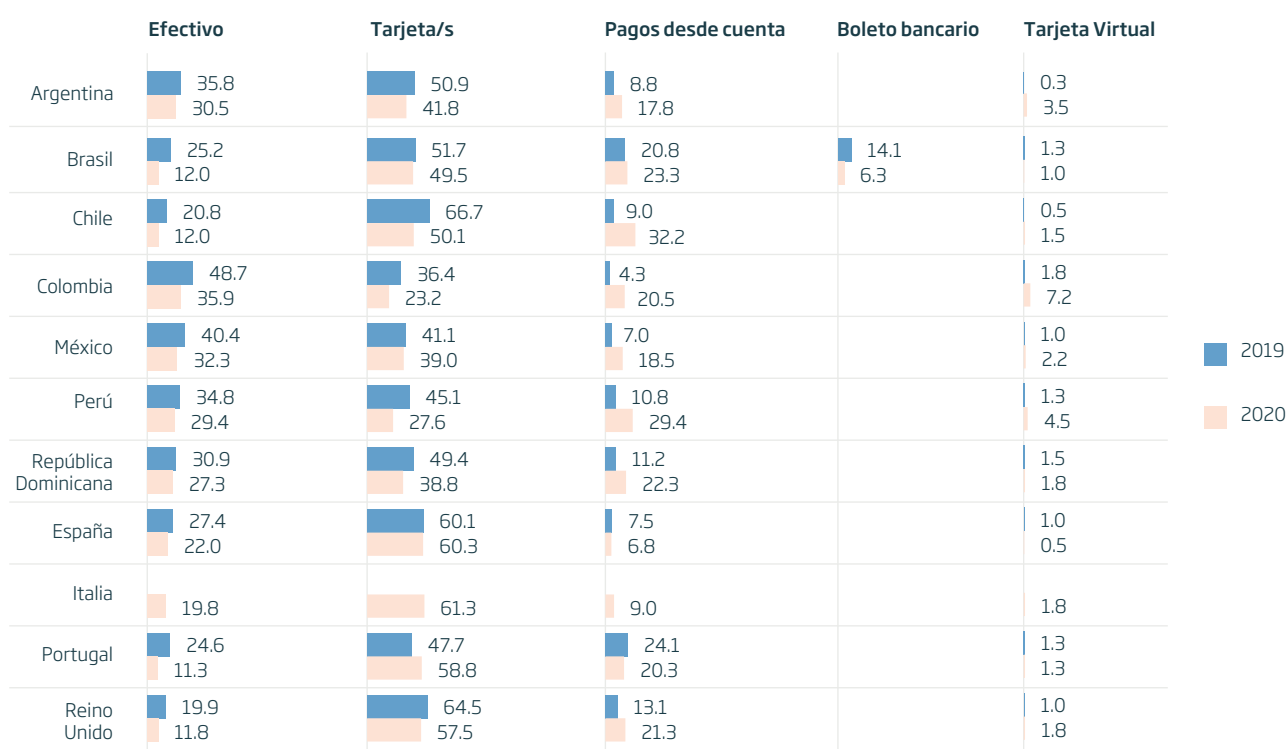
La tarjeta sigue siendo el medio de pago preferido, pero pierde fuerza y la gana el pago desde cuenta

Pierden protagonismo como medio de pago principal tanto el dinero en efectivo como las tarjetas, aunque estas siguen siendo el medio de pago preferido en todos los países a excepción de Perú y Colombia, que continúan con su preferencia por el efectivo.

Respecto al descenso en la preferencia del uso de tarjetas solo se exceptúa Portugal, donde la población ABI que indica la tarjeta como su medio de pago principal aumenta un 13,6% respecto al periodo anterior.

En Latinoamérica aumenta, sobre todo, el pago desde cuenta, donde destacan Colombia, con un incremento de 16,2 puntos porcentuales; Perú con 18,6 p.p.; y, especialmente, Chile con 23,2 p.p. de crecimiento interanual.

Figura 6.10: Medio de pago principal¹⁹ (%), evolutivo 2019-2020



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Y cuál consideras que es tu medio principal, es decir, con el que haces la mayor parte de los gastos?"

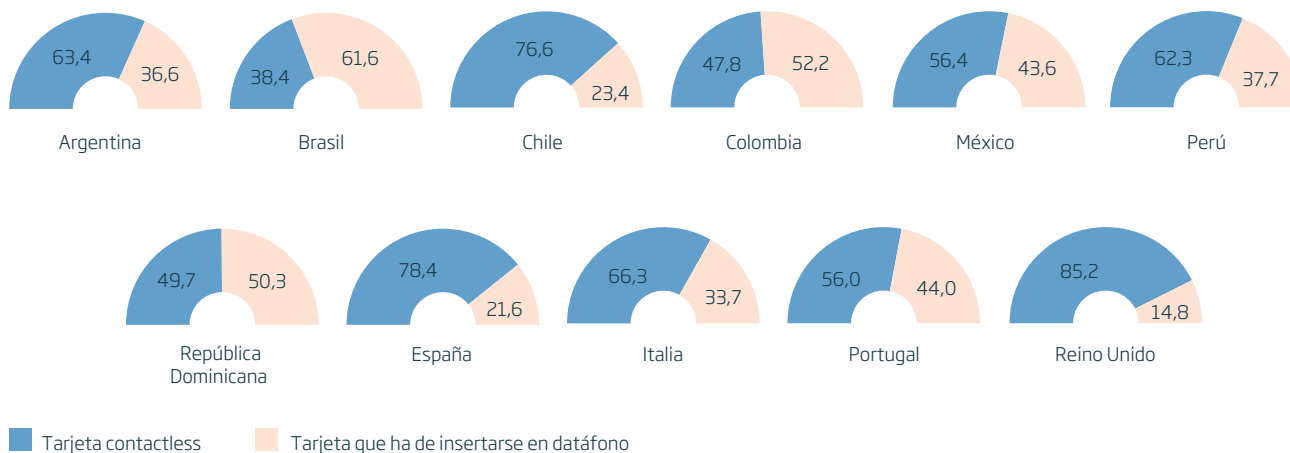
Uso mayoritario de la tarjeta contactless frente a la tarjeta que ha de insertarse en el datáfono

En todos los países el uso de tarjetas contactless es superior al de aquellas que necesitan insertarse en datáfono, con dos salvedades: Colombia y, principalmente, Brasil, donde el uso de tarjetas que han de insertarse en datáfono (61,6%) casi duplica al de contactless (38,4%).

Reino Unido, por su parte, se sitúa en cabeza en uso de tarjeta contactless, donde el 85% de la población ABI la utiliza como medio de pago principal. Le siguen muy de cerca España (78,4%) y Chile (76,6%).

¹⁹ No se incluye en el presente gráfico el evolutivo entre 2019 y 2020 de las opciones de "billeteras y agregadores de tarjetas/cuentas" y "apps de pago entre particulares" debido al cambio de tipificación y definición en el cuestionario aplicado.

Figura 6.11: Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono, (%)



Población analizada: Población ABI que indica la tarjeta como medio de pago principal.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Y cuál consideras que es tu medio principal, es decir, con el que haces la mayor parte de los gastos?”

Aversión al efectivo a causa de la covid-19

La covid-19 provoca una disminución en la frecuencia de uso de dinero en efectivo en favor de métodos de pago de carácter digital que evitan el contacto

Más del 50% de la población ABI de todos los países afirma haber reducido el pago con dinero en efectivo o, directamente, ha abandonado esa forma de pago. La reducción más acusada se registra en Chile (76,7%), Portugal (73,9%), Reino Unido (71,0%) y España (70,3%). Italia, por el contrario, es el país que menos ha disminuido su uso (50,7%), seguida de México (56,9%).

Esta disminución del uso de efectivo ha provocado un aumento en el de medios de pago digitales. En Europa, destacan España y Portugal, que aumentan la frecuencia de uso tanto de billeteras y agregadores como de las apps de pago entre particulares. En España, cerca de seis de cada diez ABI aumentan el uso de billeteras y apps de pago entre particulares, mientras que en Portugal lo hace el 61,9% y el 51,3%, respectivamente.

En Latinoamérica aumenta la frecuencia de uso de todos los medios de pago que no necesitan soporte físico, especialmente el pago desde cuenta, billeteras, y agregadores y apps de pago entre particulares. El país más destacado en este aumento es Colombia, donde la población ABI que indica que ha aumentado la frecuencia de uso de estos métodos de pago debido a la pandemia es del 71,3%, tanto en el pago desde cuenta como en el uso de apps de pago entre particulares.



Figura 6.12: Variación en la frecuencia de uso de los diferentes métodos de pago a raíz de la pandemia covid-19²⁰

Efectivo	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
He aumentado su uso	8,7%	8,9%	6,4%	13,3%	12,8%	12,9%	19,2%	2,8%	5,4%	1,3%	3,9%
He mantenido su uso en la misma media	32,5%	28,2%	16,8%	25,2%	30,3%	26,1%	16,9%	26,9%	43,9%	24,8%	25,1%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	58,8%	62,9%	76,7%	61,4%	56,9%	61,0%	63,9%	70,3%	50,7%	73,9%	71,0%

Tarjetas	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
He aumentado su uso	49,0%	37,5%	51,8%	41,8%	45,9%	44,5%	47,9%	58,5%	37,3%	40,7%	41,7%
He mantenido su uso en la misma media	32,4%	41,4%	22,9%	26,4%	29,9%	25,9%	22,5%	33,3%	53,0%	46,6%	46,9%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	18,6%	21,2%	25,3%	31,8%	24,2%	29,6%	29,5%	8,2%	9,7%	12,7%	11,4

Pagos a cuenta	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
He aumentado su uso	58,7%	46,8%	67,5%	71,3%	54,5%	67,3%	62,8%	21,2%	18,3%	28,8%	14,0%
He mantenido su uso en la misma media	32,5%	40,7%	26,2%	18,8%	32,0%	23,2%	21,6%	72,6%	69,7%	66,5%	79,4%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	8,8%	12,5%	6,3%	10,0%	13,6%	9,4%	15,6%	6,3%	12,0%	4,8%	6,5%

Billeteras	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
He aumentado su uso	66,3%	36,7%	46,3%	57,2%	52,0%	65,5%	51,1%	56,9%	34,3%	61,9%	34,2%
He mantenido su uso en la misma media	26,7%	36,7%	31,7%	23,8%	34,0%	17,2%	23,4%	37,3%	59,6%	31,0%	56,6%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	6,9%	26,7%	22,0%	19,0%	14,0%	17,2%	25,5%	5,9%	6,1%	7,0%	9,2%

²⁰ La opción "he aumentado su uso" agrupa "he aumentado mucho su uso" y "he aumentado ligeramente su uso" / La opción "he disminuido su uso" agrupa "he disminuido ligeramente su uso" y "he disminuido mucho su uso o he dejado de utilizar este sistema".

Tarjetas prepago virtuales	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
He aumentado su uso	60,4%	42,3%	49,4%	68,4%	44,9%	56,1%	52,8%	35,0%	37,2%	45,2%	35,5
He mantenido su uso en la misma media	26,7%	37,3%	33,3%	22,5%	34,6%	14,3%	29,1%	50,0%	57,7%	44,2%	61,3%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	12,8%	20,4%	17,3%	9,1%	20,5%	29,7%	18,2%	15,0%	5,1%	10,6%	3,2%

Apps de pago entre particulares	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
He aumentado su uso	52,1%	62,0%	57,4%	71,3%	49,4%	67,0%	46,2%	57,8%	33,4%	51,3%	35,3%
He mantenido su uso en la misma media	19,6%	26,0%	28,7%	16,5%	35,1%	20,6%	29,7%	39,5%	57,0%	41,0%	50,0%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	28,3%	12,0%	13,9%	12,2%	15,6%	12,4%	24,2%	2,7%	9,7%	7,7%	14,7%

Población analizada: Población ABI según uso de cada medio de pago.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿En qué medida has aumentado o disminuido, a raíz de la pandemia de la covid-19, el uso de los diferentes sistemas de pago que utilizaste?"

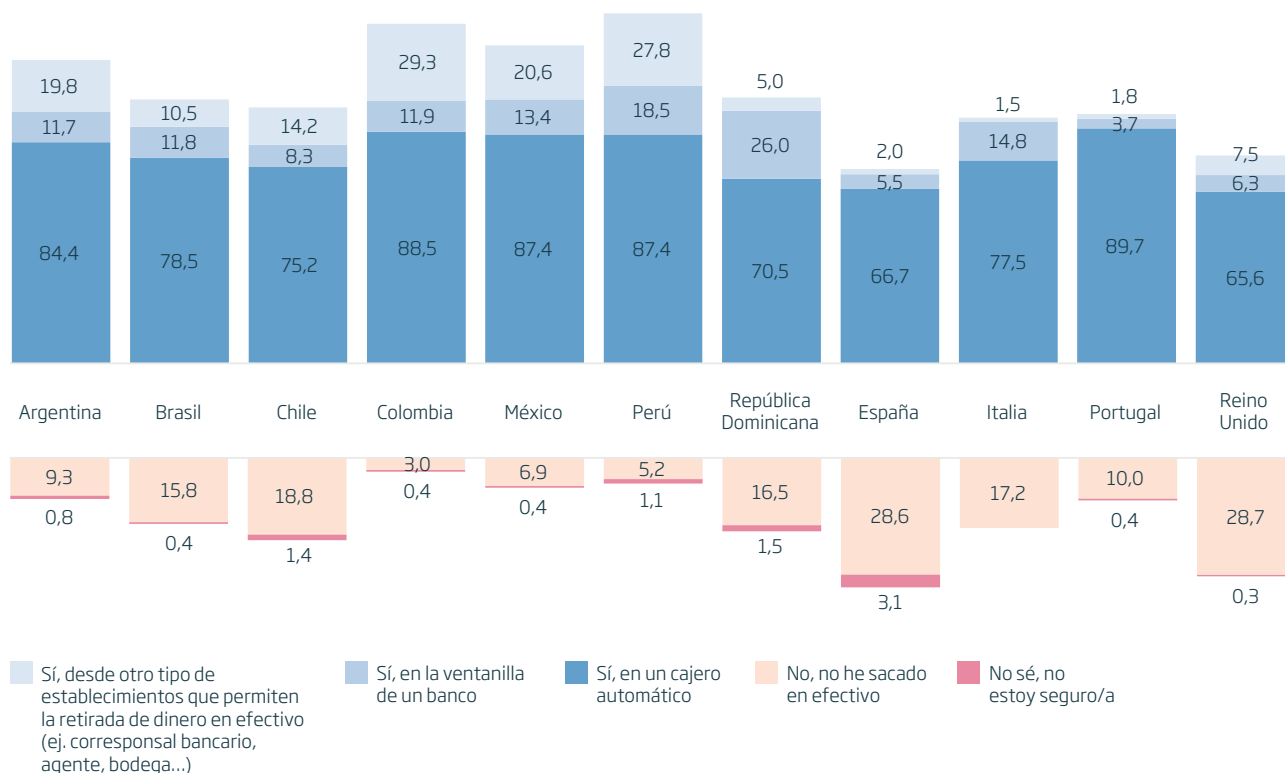
Reino Unido y España son los únicos países donde al menos un cuarto de la población ABI no retiró dinero en efectivo durante la pandemia de la covid-19

Aunque tanto la frecuencia como el uso de dinero en efectivo se ha visto mermada debido a la covid-19, al menos 2 de cada 3 individuos de población ABI de todos los países analizados acudieron a un cajero automático (ATM), a la ventanilla de una sucursal o a otro tipo de establecimiento para hacer retiradas de efectivo.

La frecuencia de uso del efectivo se ha visto mermada debido a la covid -19

En cualquier caso, se producen diferencias destacadas según el país. Así, Portugal es el que acumula mayor porcentaje de población que ha acudido a retirar dinero de un cajero automático (casi nueve de cada diez lo han hecho), muy cerca de Perú, Colombia y México que no solo igualan el porcentaje de retirada en cajero, sino que también registran las primeras posiciones en retiradas de efectivo independientemente del canal (ventanilla, ATM u otro tipo de establecimiento).

Por el contrario, los países con menos visitas al cajero para retirar efectivo son Reino Unido y España, donde el 28,6% y el 28,7% indican no haberlo hecho, respectivamente.

Figura 6.13: Retirada de dinero en efectivo durante la pandemia de covid-19, (%).

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país).

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Respecto del dinero en metálico, monedas y billetes, ¿hiciste alguna retirada de efectivo durante la pandemia de la covid-19 y desde dónde?"

Latinoamérica ha sufrido mayor aversión a tocar dinero en efectivo o datáfonos por miedo al contagio de la covid-19

La aversión a tocar dinero en efectivo o el datáfono ha sido un fenómeno transversal a todos los países, sin embargo, no todos lo han experimentado con la misma intensidad (ver **Figura 6.14**).

Así, los países europeos han notado menos ese miedo, tanto los propios integrantes de la población ABI como en su círculo cercano o en empleados del sector servicios cara al público.

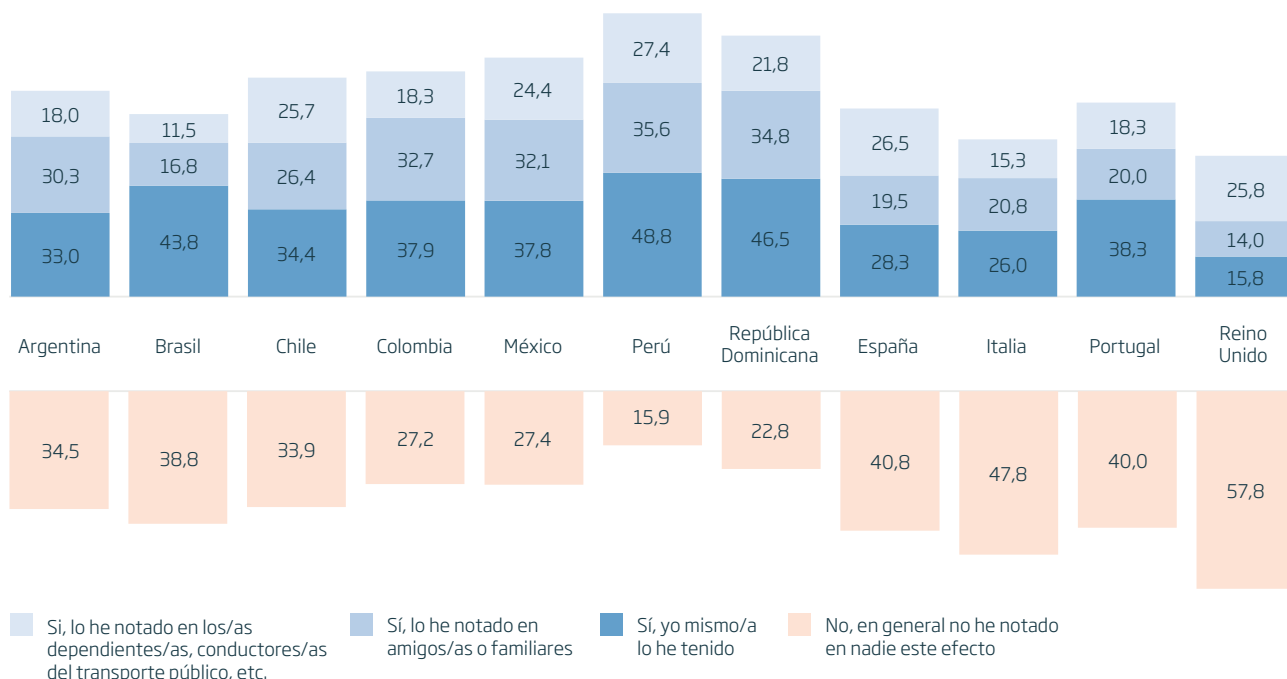
Entre los países europeos, destaca principalmente Reino Unido, donde un 57,8% no ha notado dicha aversión al dinero físico o el uso del datáfono.

Por el contrario, en Latinoamérica, siendo de las zonas donde mayor población ha sacado dinero en efectivo durante la pandemia (ver **Figura 6.13**), la aversión ha tenido mayor incidencia.

Los mayores porcentajes de población ABI que declara haber experimentado este miedo o fobia se concentran en Perú (48,8%), República Dominicana (46,5%) y Brasil (43,3%).

En Perú es donde mayor percepción de fobia se ha producido no solo de manera personal por la población ABI, sino también en su círculo cercano, tanto en amigos o familiares (35,6%) como en personal de atención al público del sector servicios (27,4%).

Figura 6.14: Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos, (%).



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país).

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Has notado algún tipo de miedo o fobia a tocar billetes y monedas, o tocar un datáfono, por miedo al contagio de la covid-19?"

Pago con dispositivos móviles

Uso muy extendido de las apps de pago entre particulares en Colombia y España

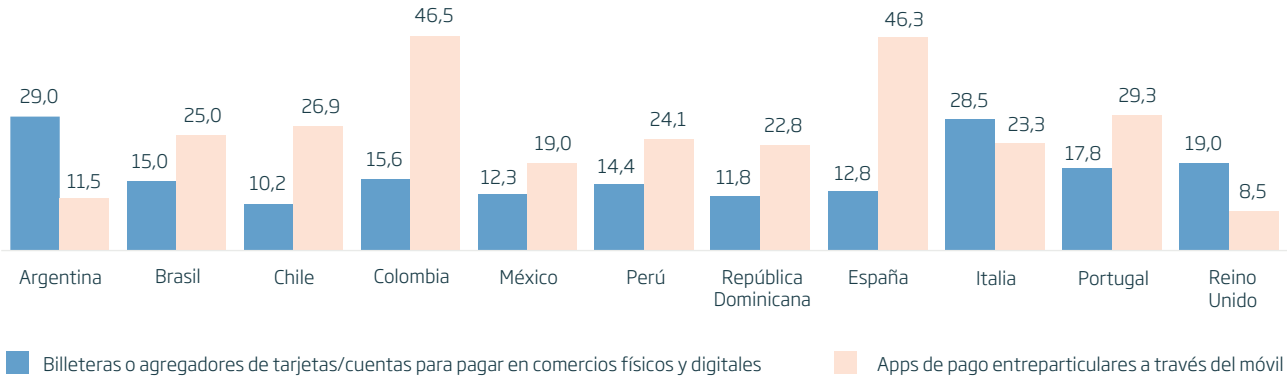
No se produce una convivencia pareja del uso de las distintas modalidades de pago móvil a excepción de Italia, donde se da un porcentaje similar de población ABI que utiliza las apps de pago entre particulares (23,2%) y las billeteras o agregadores de tarjetas o cuentas (28,5%).

En el resto de los países, el uso de una de las modalidades está más extendido que el otro. Así, en Argentina y Reino Unido el más habitual es el pago a través de agregadores o billeteras (29,0% y 19,0%

respectivamente), mientras que las aplicaciones móviles de pago entre particulares son las que más usuarios registra en Brasil, Chile, México, Perú, República Dominicana, Portugal y, de forma muy destaca, en Colombia y España donde casi la mitad de la población (46,5% y 46,3% respectivamente) las ha utilizado en el último mes.

La aversión al contagio por el uso del dinero en efectivo ha sido mayor en Latinoamérica que en Europa

Figura 6.15: Medios de pago a través de dispositivos móviles utilizados el último mes, (%).



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “De los siguientes medios de pago, ¿cuál/es has utilizado en el último mes?”

Figura 6.16: Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos.

Tarjetas	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	UK
Pago in-App	39,7%	36,7%	61,0%	49,2%	54,0%	60,3%	59,6%	15,7%	39,5%	39,4%	35,5%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	44,8%	41,7%	26,8%	39,7%	44,0%	37,9%	25,5%	19,6%	17,5%	38,0%	14,5%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	54,3%	40,0%	14,6%	34,9%	20,0%	36,2%	21,3%	13,7%	13,2%	49,3%	7,9%
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	18,1%	45,0%	26,8%	36,5%	28,0%	25,9%	21,3%	84,3%	54,4%	54,9%	64,5%

Población analizada: Población ABI que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos.
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿De las siguientes formas de pago con las que puedes pagar con tu smartphone o smartwatch en tiendas, restaurantes y comercios físicos en general, ¿cuáles de ellas has utilizado?”

Brasil, Colombia y Portugal: los países más multisistema en el pago a través de dispositivo móvil

Latinoamérica se caracteriza por establecer un modelo de multiplicidad de sistemas donde conviven, principalmente, el pago con QR (estático²¹ o dinámico²²) y el pago in app²³.

Brasil y Colombia (junto con Portugal en Europa), se convierten en paradigmas del multisistema. Tanto los pagos con NFC, QR estático, QR dinámico como pago in app son utilizados por entre un 30% y un 55% de la población ABI, sin poder establecerse un sistema principal o dominante para pago móvil con smartphone o smartwatch.

En contraste, el pago in app se muestra como dominante en Chile y República Dominicana.

²¹ Se define QR estático como: “Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento”.
²² Se define QR dinámico como: “A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento”.
²³ Pago in App se define como: “A través de aplicaciones con las que cuentan algunos comercios que te permiten ingresar tu tarjeta u otro medio de pago, realizando el pago directamente desde la App sin pasar por caja”.

A diferencia de Latinoamérica, en Europa es el pago NFC el utilizado por mayor porcentaje de población ABI que paga con su smartphone o smartwatch.

En este sentido, destaca muy significativamente España, donde el pago NFC no es solo el mayoritario, sino que tiende a convertirse en el sistema de pago único cuando se realiza a través de smartphone o smartwatch.

Reto de los establecimientos latinoamericanos para la aceptación del pago móvil

En Europa, las mayores barreras al pago móvil pivotan entre la falta de confianza en estos métodos de pago y la consideración de innecesarios.

Sin embargo, en Latinoamérica, la mayor barrera se fundamenta en el hecho de que los establecimientos comerciales no están proporcionando esta opción de pago (ver **Figura 6.17**), siendo casi un cuarto de la

población ABI que dispone de estos medios de pago los que indican este motivo como principal obstáculo (desde un 24,1% en Argentina a un 30,3% en México).

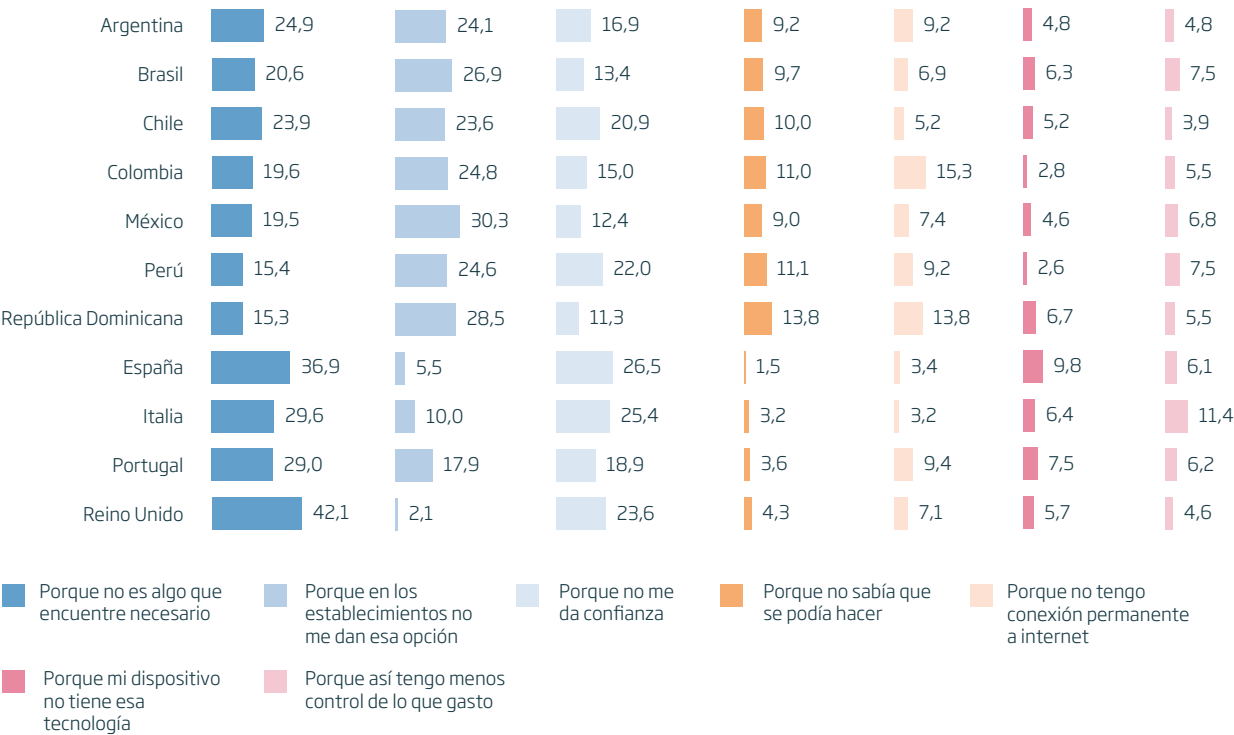
Aparte de estos motivos principales que caracterizan a uno u otro continente, se establecen diferencias según el país.

Así, tanto República Dominicana como Colombia aquejan una falta de conexión permanente a Internet como una barrera destacada al uso de medios de pago en dispositivos móviles.

En Italia, por su parte, el 11,4% de la población ABI que dispone de dispositivos móviles, pero no los ha usado para realizar pagos en establecimientos, declara que no lo hace porque perdería control sobre los gastos.

España, donde el sistema de pago dominante con dispositivo móvil es el pago NFC (ver **Figura 6.16**), un 9,8% de la población ABI que no lo utiliza lo achaca a una falta de tecnología necesaria en su dispositivo.

Figura 6.17: Barreras²⁴ al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos²⁵, (%).



Población analizada: Población ABI en posesión de smartphone o smartwatch que no lo han utilizado como medio de pago en establecimientos físicos.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Cuál es el motivo principal por el que no has utilizado tu smartphone o smartwatch para pagar en algún establecimiento?”

²⁴ Por claridad visual, no se incluyen en el gráfico la opción “Porque me parece muy complicado” y “Otros” siendo el porcentaje de todos los países en ambas opciones inferior al 5% de menciones.

²⁵ En la opción “porque mi dispositivo no tiene esa tecnología” se indican como dispositivos: smartphone y smartwatch.

E-commerce

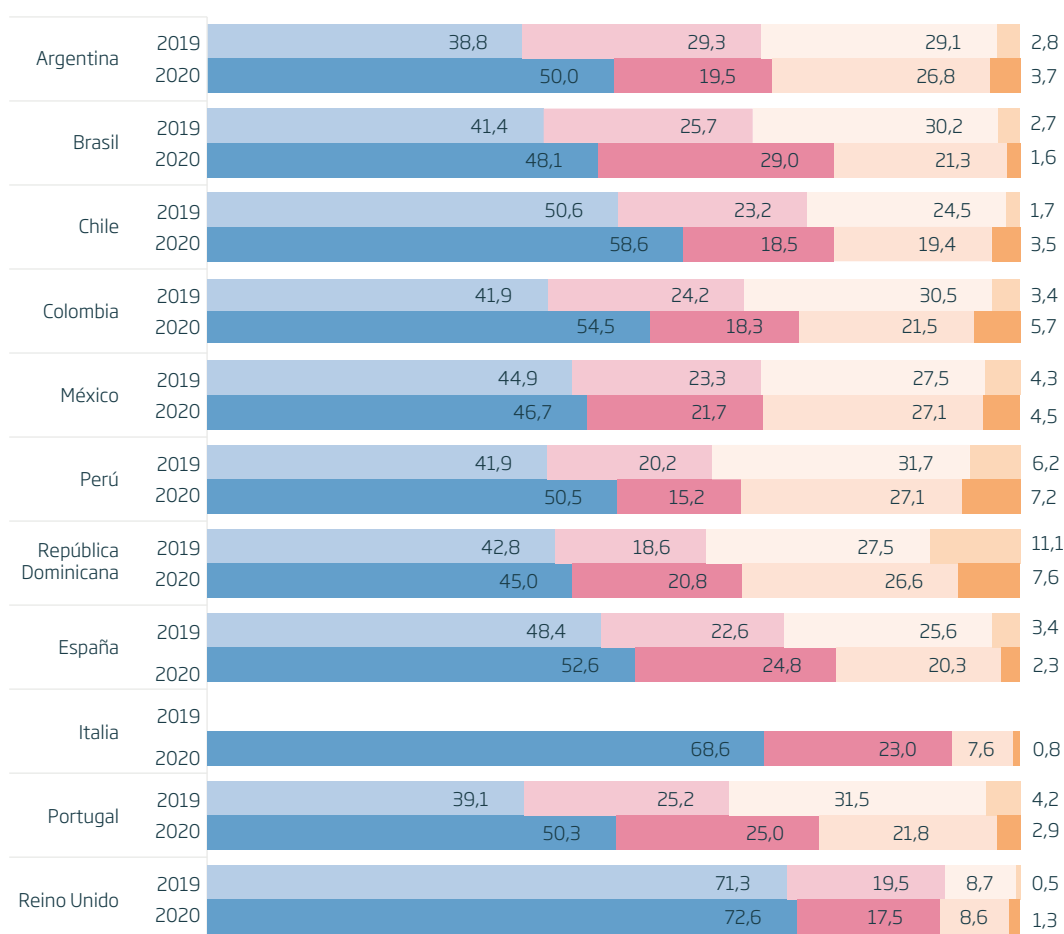
Reino Unido e Italia se sitúan a la cabeza en compra online

Entre el periodo anterior y el actual apenas hay diferencia en cuanto al porcentaje de población ABI que compra por Internet y el que no ha realizado nunca una compra online.

En contraste, sí se ha producido un incremento destacado en el porcentaje de población ABI que compra con más frecuencia. Así, aquellos que compran por Internet al menos una vez al mes llegan a ser en todos los países casi el 50% de la población (mínimo del 45,0% en República Dominicana). Las variaciones más altas se han producido en Portugal (+11,2 p.p.), Argentina (+11,2 p.p.) y Colombia (+12,6 p.p.).

Las mayores cuotas de frecuencia se registran en Italia (68,6%) y Reino Unido (72,6%).

Figura 6.18: Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (%), evolutivo 2019-2020)²⁶



■ Al menos una vez al mes ■ Al menos cada 3 meses ■ Cada 6 meses o menos ■ Nunca

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Con qué frecuencia compras algún producto o servicio por Internet?"

²⁶ La opción "Al menos una vez al mes" agrupa "todas las semanas" y "al menos una vez al mes" / La opción "cada 6 meses o menos" agrupa "cada 6 meses o menos" y "con menor frecuencia/solo he comprado una vez".

El impacto de la covid-19 incrementa la frecuencia de compra online en todos los países, especialmente en Latinoamérica

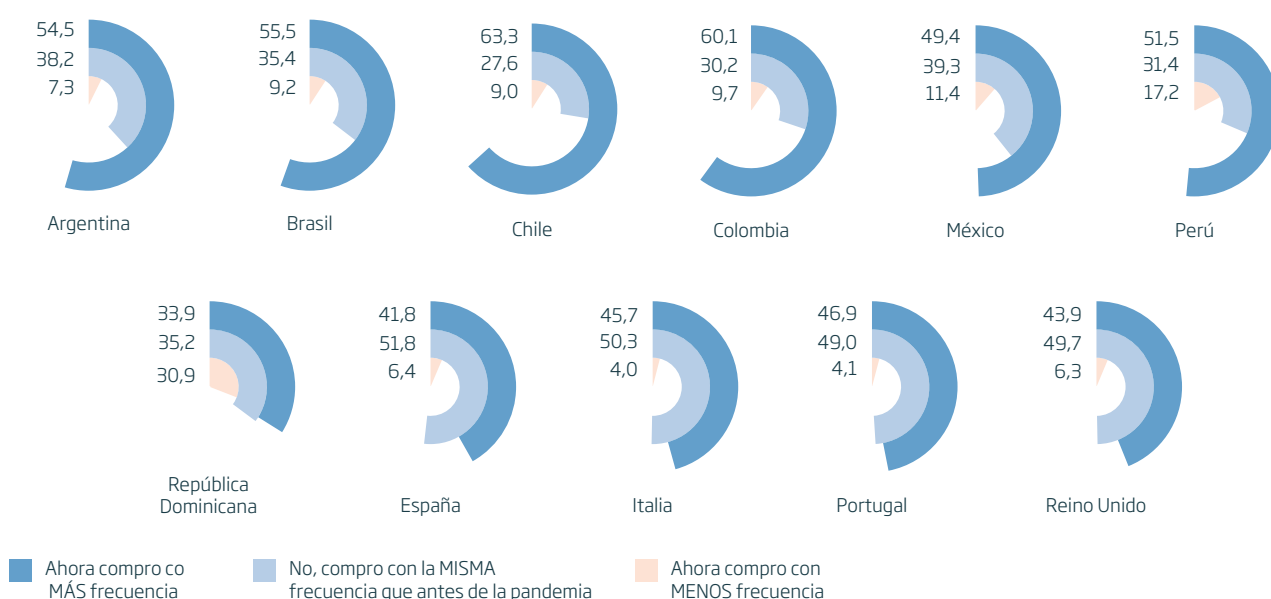
La mitad de la población ABI que compra online en Latinoamérica ha aumentado la frecuencia de su compra a raíz de la pandemia de la covid-19 (mínimo de 49,4% en México y máximo de 63,3% en Chile).

Solo se produce una excepción, República Dominicana, donde un tercio ha aumentado su frecuencia de compra

(33,9%), pero otro tercio compra con menos frecuencia a raíz de la pandemia (30,9%).

En Europa se produce un efecto muy similar en todos los países analizados, siendo mínima la población ABI que indica que su frecuencia de compra por Internet es menor debido a la pandemia (entre un 4,0% de Italia y un 6,4% de España). La población ABI que ha aumentado su frecuencia también es muy similar, encontrándose entre un mínimo en España del 41,8% y un máximo en Portugal del 46,9%.

Figura 6.19: Variación en la frecuencia de compra por Internet, (%)



Población analizada: total población ABI que ha comprado por Internet.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Ha variado tu frecuencia de compra por Internet debido a la crisis de la covid-19?"

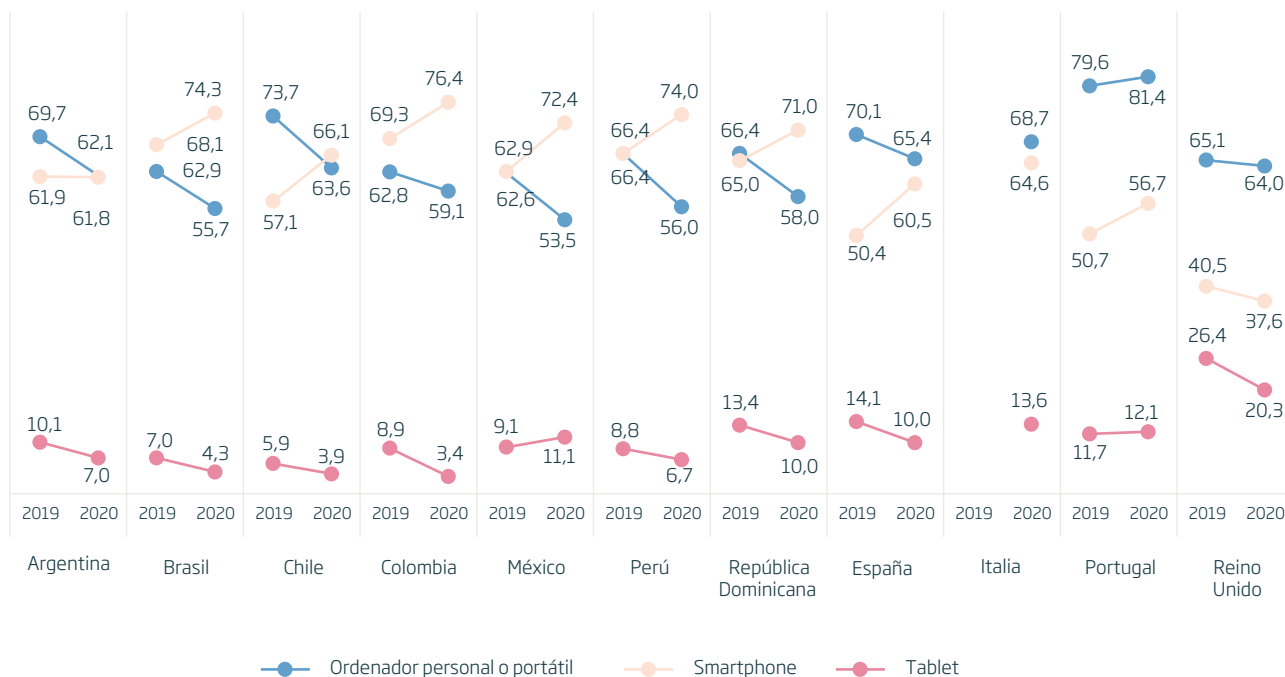
El smartphone: dispositivo dominante para la compra online, especialmente en Latinoamérica

La disputa por ser el dispositivo principal de compra online se acaba y es el smartphone el que se convierte en líder, especialmente en Latinoamérica (ver **Figura 6.20**). Desciende durante el año 2020 el uso de todos los dispositivos²⁷ en favor del smartphone.

Las únicas excepciones a este fenómeno se encuentran en Argentina, donde la caída del uso del ordenador personal no repercute en una subida del smartphone, quedándose ambos dispositivos en un porcentaje similar de uso (62,1% ordenador, 61,8% smartphone);

y Reino Unido, donde desciende ligeramente el uso del ordenador personal, del smartphone y de la tablet, derivado del hecho de que Reino Unido es ligeramente menos "multidispositivo" que el resto de países (uso de 1,2 dispositivos para realizar compras online frente al 1,4 dispositivos de media del resto de países analizados). Además, el uso destacablemente menor del smartphone como dispositivo de compra en Reino Unido se debe, fundamentalmente, a la composición de la población bancarizada internauta de dicho país, que es en promedio de mayor edad a la del resto de países, especialmente los latinoamericanos: la edad media de la población ABI en Reino Unido es de 51 años; de 40 años para el resto de los países europeos y de 35 años para los países latinoamericanos.

²⁷ Por claridad visual y por diferencias destacadas en el porcentaje de uso, se grafican únicamente los dispositivos "Ordenador personal", "Smartphone" y "Tablet"; y se omiten de la figura la "Smart TV" y el "Asistente Virtual".

Figura 6.20: Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet, (%)

Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Con qué dispositivo sueles realizar las compras online?"

La tarjeta continúa siendo el medio de pago más habitual para las compras online

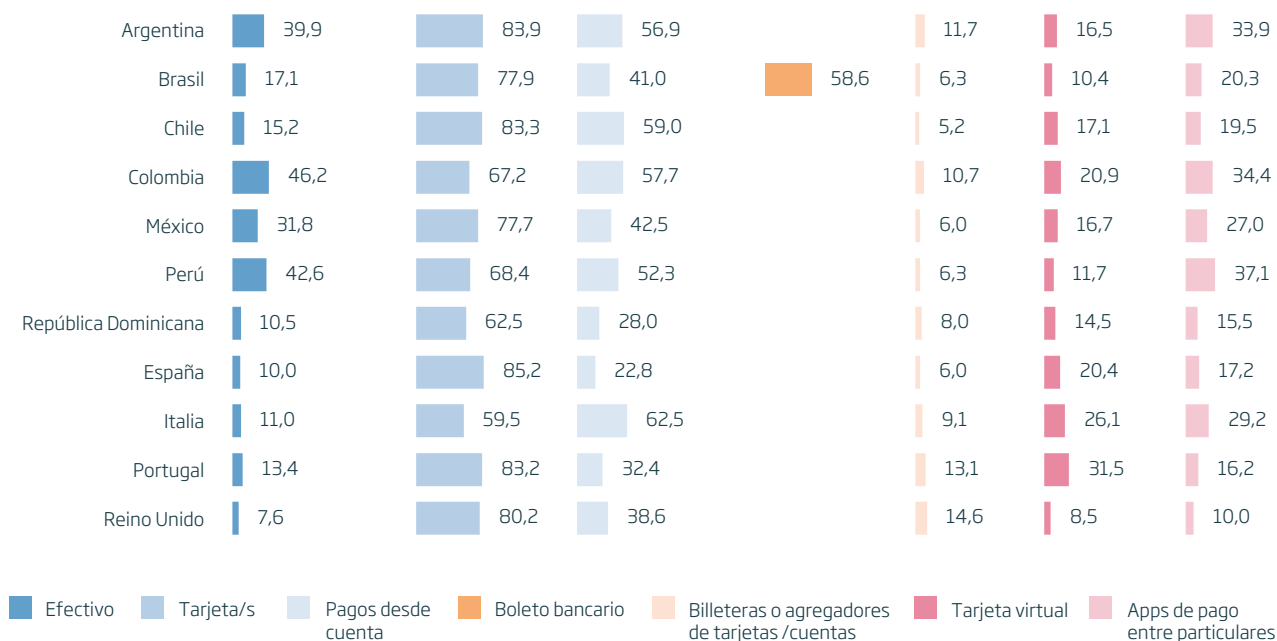
De forma similar al comercio físico, en el comercio online el medio de pago más extendido es la tarjeta (ver **Figura 6.21**), excepto en Italia donde el pago desde cuenta ostenta el primer puesto (62,5% de la población ABI lo utiliza para compras online).

En el resto de Europa, los diferentes métodos de pago varían según el país, pero en todos los casos dejan en porcentajes marginales el uso del efectivo. Este medio de pago, por el contrario, aún tiene una muy importante presencia en Latinoamérica, especialmente en Argentina (39,9%), Perú (42,6%) y, especialmente, Colombia (46,2%).

En Latinoamérica también es destacable el peso del pago desde cuenta que es utilizado por un mínimo del 41,0% en Brasil a un máximo del 59,0% en Chile, así como del pago a través de apps de pago entre particulares, que llega a ser utilizado por el 34,4% de la población ABI de Colombia y el 37,1% de la de Perú.

La edad media de la población ABI en Reino Unido es de 51 años; de 40 años para el resto de los países europeos y de 35 años para los latinoamericanos

Figura 6.21: Métodos de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet, (%)



Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “¿Qué métodos de pago utilizas para tus compras online?”

Sistemas de seguridad para el pago online

Consenso general en la necesidad de aplicación del doble factor de autenticación, pero con diferentes intensidades

La Autenticación Reforzada para Clientes (o SCA en sus siglas en inglés) entrará en vigor el 31 de diciembre de 2020 en Europa (y pronto en Latinoamérica), sin posibilidad de prórrogas a pesar de la covid-19. Esta nueva normativa se basa en la aplicación de un doble factor de autenticación en las compras realizadas online que son iniciadas por el comprador.

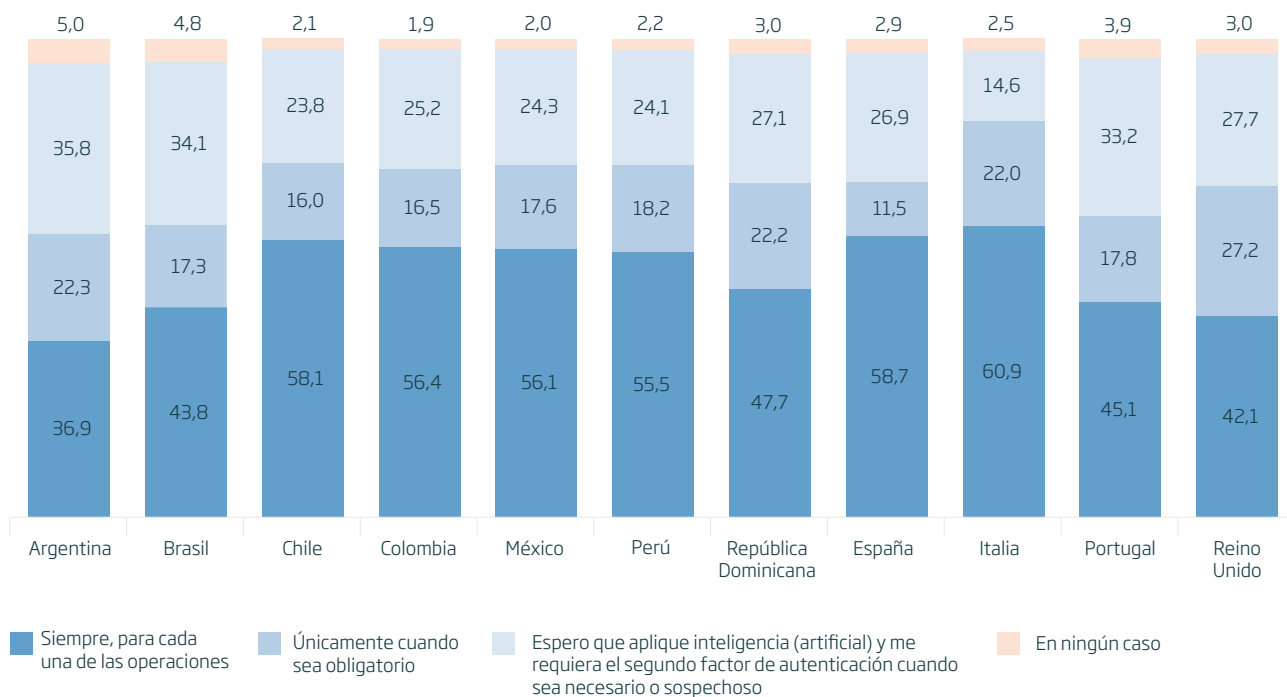
Para evaluar la percepción de necesidad y predisposición de la población ABI a unos sistemas de autenticación u otros se presentó el sistema en los siguientes términos: “Con el fin de reducir el fraude en las compras online o cuando accedemos a nuestras cuentas bancarias, se nos va a solicitar que demos que somos a través de dos factores de autenticación. Puede ser (1) algo que conocemos o sabemos, como una contraseña, clave de acceso o PIN, (2) algo que tenemos, como un teléfono móvil o una tarjeta bancaria, y (3) algo inherente a nosotros, como una huella dactilar o los rasgos faciales biométricos”.

Así, los resultados muestran cierto acuerdo en el cual todos los países coinciden en que un segundo factor de autenticación es deseable, pero con distintas intensidades.

En este sentido, la población ABI italiana que compra por Internet prefiere tener la seguridad en sus manos, motivo por el que el 60% prefiere que su entidad financiera le pida un segundo factor de autenticación siempre y en cada una de las operaciones. En Europa, esta demanda de exigencia de verificación y seguridad solo es igualada por la población ABI española que compra por Internet, donde representa el 58,7%. Por el contrario, en Reino Unido apenas representa el 42,1%.

En Latinoamérica es en Chile, Colombia, México y Perú donde se encuentran los mayores porcentajes de población ABI que compra online que prefieren que su entidad solicite este segundo factor en todas las operaciones.

En contraste, Argentina y Brasil destacan por superar el 30% de individuos de población ABI que compran online y que prefieren que se aplique algún sistema basado en inteligencia artificial y que el segundo factor solo sea requerido cuando la operación sea atípica o sospechosa.

Figura 6.22: Supuestos en los que se prefiere la solicitud de un doble factor de autenticación, (%)

Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿En qué casos preferiría que su banco aplicara un doble factor de autenticación?"

La preferencia por el segundo factor de autenticación se disputa entre dos sistemas, donde uno encuentra más partidarios en Latinoamérica y otro en Europa

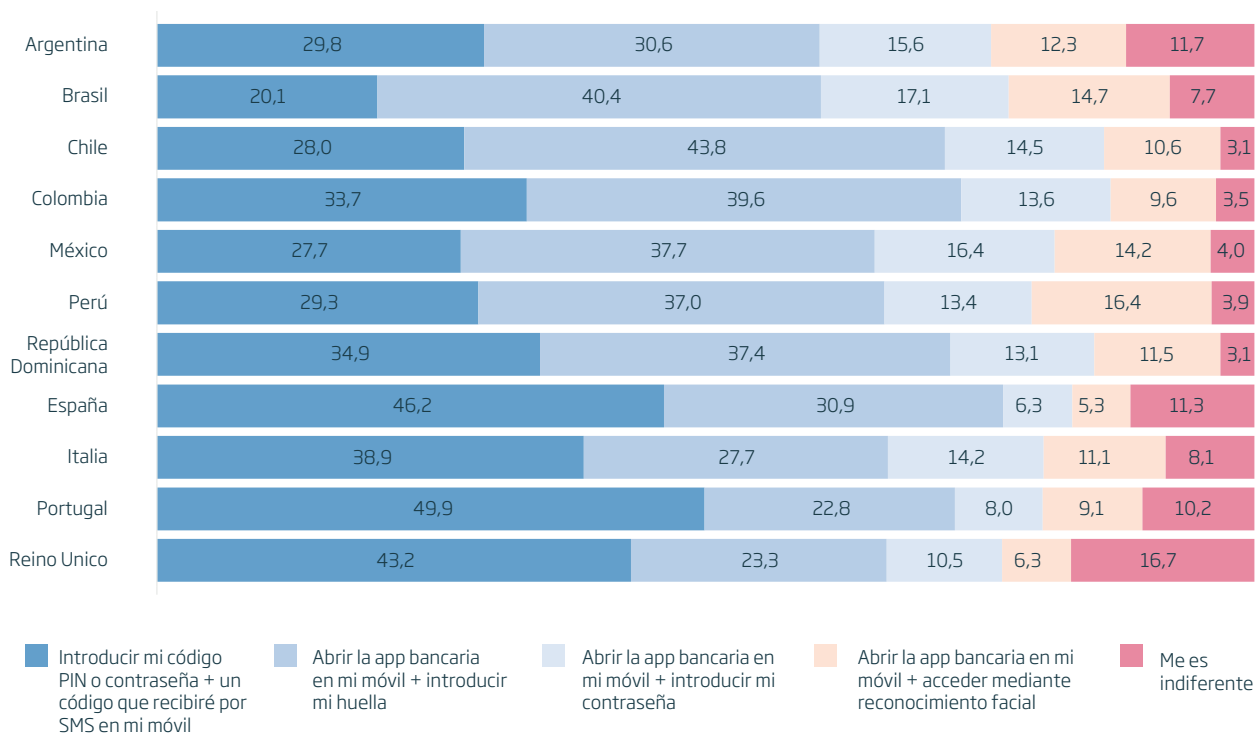
Las combinatorias de seguridad basadas en introducir un PIN/CVV o contraseña más un código caduco recibido a través de SMS (OTP - One Time Password) y el levantamiento o apertura de la app bancaria más la huella digital, son los sistemas preferidos mayoritariamente.

La población ABI europea que compra online tiende a preferir el primer sistema, destacando, principalmente, Portugal (49,9%) y España (46,2%).

Por el contrario, en Latinoamérica es el segundo sistema el que más partidarios agrupa, sobre todo en Chile (43,8%) y Brasil (40,4%).

Todos los países coinciden en que un segundo factor de autenticación es deseable, pero con distintas intensidades

Figura 6.23: Preferencia respecto a la combinación de doble factor de autenticación, (%)



Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Si pudiese elegir en este momento un segundo factor de autenticación en tus compras por Internet para finalizar el pago, ¿cuál preferirías?"

Avance general en el conocimiento y uso de los servicios de iniciación de pago, pero no de forma destacada

Los servicios de iniciación de pago como método de pago alternativo se explican en la presente investigación en los siguientes términos:

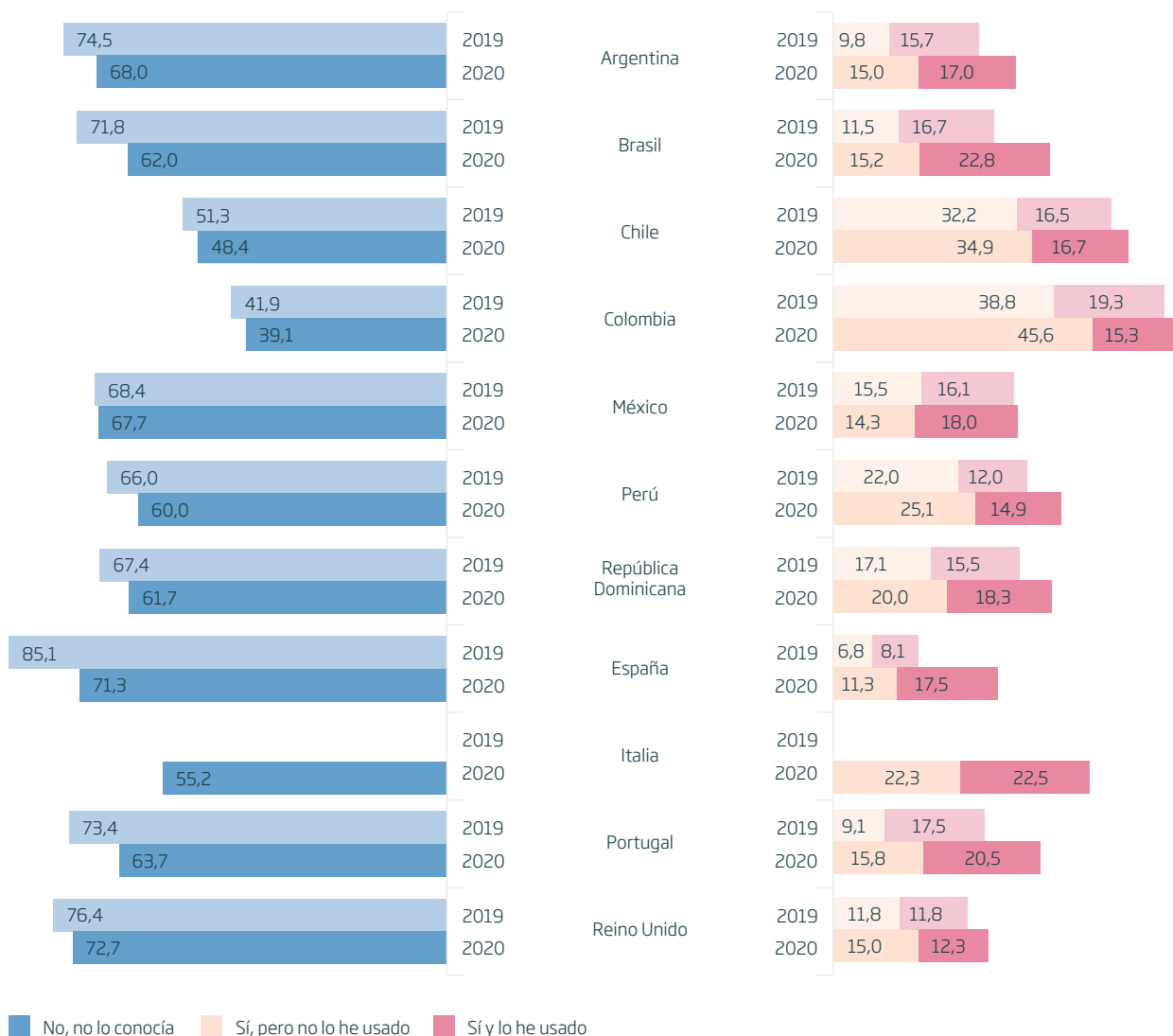
"La operativa del servicio de iniciación de pago, una vez escogido el producto o servicio, se realiza en los siguientes pasos:

- Paso 1: el comprador elige su banco entre una lista y accede a él con sus contraseñas habituales
- Paso 2: se selecciona la cuenta bancaria desde la que se desea hacer el pago
- Paso 3: se valida el pago con los métodos habilitados (código App del banco, código SMS, etc.)"

El nivel de conocimiento de la iniciación de pagos ha mejorado en todos los países (ver **Figura 6.24**), especialmente en España y Portugal (dentro de Europa) y en Brasil (en Latinoamérica).

Sin embargo, el porcentaje de conocedores de estos sistemas de pago no llega a alcanzar el 50% de los compradores online de población ABI en ningún país, a excepción de Chile y Colombia.

Estos dos países cuentan con una experiencia diferenciada debido a que hay servicios de uso extendido que realizan deducciones directas en cuenta. Estos son el Pago Seguro en Línea en Colombia y Kiphu en Chile.

Figura 6.24: Conocimiento y uso de los iniciadores de pago (% ,evolutivo 2019-2020)

Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet.

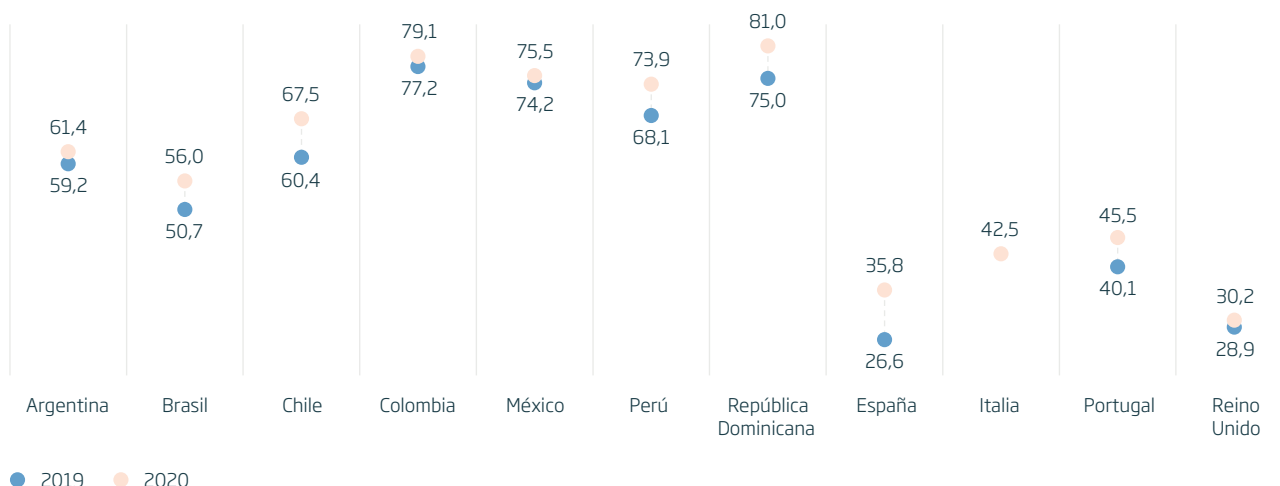
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Conocías estas nuevas formas de pago para comprar por Internet? ¿Lo has utilizado alguna vez?"

Latinoamérica se muestra mucho más abierta a este nuevo sistema de pago para compras online y, además, mejora su predisposición en todos los países (ver **Figura 6.25**).

En este sentido, destaca especialmente la República Dominicana, que no solo aumenta 6,0 p.p. respecto al periodo anterior, sino que se coloca como el país con mayor porcentaje de población ABI que compra online y que no conocía este sistema, pero que está dispuesta a utilizarlo (81,0%).

En contraste, Europa marca los porcentajes más bajos, incluso tras el destacado aumento de conocimiento en España y Portugal, pero ninguno consigue acumular un 50% de población ABI que compra por Internet y no conocía el servicio de iniciación de pagos pero está dispuesta a ello.

Figura 6.25: Predisposición²⁸ a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían) (%), evolutivo 2019-2020)



Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet y menciona que no conocía los iniciadores de pago.
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Ahora que sabes lo que es, ¿crees que lo utilizarás?"

Los altos porcentajes de desconocimiento del servicio de iniciación de pagos recogidos en la **Figura 6.24** hacen que entre un 5% y un 20% de la población ABI que ha comprado por Internet no sea capaz de evaluar el sistema y aplicarle uno o varios atributos (ver **Figura 6.26**). Aquellos que sí lo son se decantan por calificarlo como moderno, atributo que se escapa tanto al pago con

tarjeta como al pago desde cuenta, que son percibidos, por el contrario, como seguros y, en el caso de las tarjetas, como fáciles.

La seguridad, por tanto, parece estar más relacionada con la cotidianidad y el hábito, más que con la invulnerabilidad del sistema de pago utilizado.

Figura 6.26: Percepción de seguridad, modernidad, facilidad, rapidez o sistema de control de gasto de los iniciadores de pago en comparación con las tarjetas físicas y los pagos desde cuenta.

Tarjetas físicas	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Portugal	Italia	UK
Seguro	47,1%	50,3%	45,1%	47,1%	48,1%	36,6%	49,6%	41,3%	47,1%	53,9%	55,3%
Moderno	14,4%	21,4%	18,9%	22,9%	21,0%	26,3%	24,0%	10,3%	19,7%	24,3%	23,5%
Fácil	55,8%	50,3%	46,3%	52,9%	48,1%	48,0%	46,4%	58,7%	52,9%	45,3%	59,8%
Rápido	35,6%	34,1%	38,3%	34,7%	37,6%	37,1%	44,8%	44,1%	30,6%	40,8%	42,4%
Permite mayor control del gasto	15,4%	18,5%	20,0%	9,4%	22,7%	16,0%	24,0%	9,4%	14,6%	15,0%	22,0%
Moderno	1,9%	1,2%	4,0%	3,5%	0,6%	3,4%	0,8%	3,8%	5,1%	3,0%	4,5%

²⁸ La predisposición se define como el porcentaje de individuos que indican que "seguro que sí" o "probablemente sí" al uso de los servicios de iniciadores de pago en una escala verbal (Likert) de cinco niveles: (1) "Seguro que sí", (2) Probablemente sí, (3) No lo sé, (4) Probablemente no, (5) Seguro que no.

Figura 6.26: Percepción de seguridad, modernidad, facilidad, rapidez o sistema de control de gasto de los iniciadores de pago en comparación con las tarjetas físicas y los pagos desde cuenta. Continuación

Pagos desde cuenta	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Portugal	Italia	UK
Seguro	53,2%	49,5%	49,2%	47,9%	45,5%	45,5%	58,9%	49,1%	47,3%	45,2%	50,4%
Moderno	23,4%	33,0%	25,0%	30,1%	29,3%	22,4%	33,9%	15,8%	12,7%	19,2%	28,3%
Fácil	43,3%	44,0%	41,9%	52,7%	36,4%	40,3%	41,1%	24,6%	44,2%	43,3%	50,4%
Rápido	36,2%	35,2%	38,7%	36,3%	34,3%	32,8%	44,6%	8,8%	30,3%	31,7%	29,1%
Permite mayor control del gasto	20,6%	9,9%	30,6%	17,8%	28,3%	20,1%	35,7%	29,8%	29,7%	19,2%	16,5%
Ninguno	1,4%	1,1%	3,2%	4,8%	2,0%	5,2%	0,0%	10,5%	4,8%	3,8%	9,4%

Pagos a cuenta	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Portugal	Italia	UK
Seguro	22,6%	28,4%	27,6%	40,7%	33,0%	26,6%	33,0%	22,0%	31,4%	29,0%	32,5%
Moderno	51,6%	49,1%	50,0%	48,6%	46,4%	49,2%	46,5%	39,6%	39,8%	44,9%	49,8%
Fácil	29,4%	26,1%	33,8%	45,8%	33,0%	32,4%	31,5%	30,4%	37,1%	31,2%	29,5%
Rápido	29,0%	30,6%	38,6%	38,3%	25,8%	30,1%	32,0%	29,2%	35,2%	21,5%	29,5%
Permite mayor control del gasto	10,9%	8,6%	20,5%	12,3%	12,9%	15,6%	21,0%	14,8%	13,3%	12,8%	13,4%
Ninguno	14,5%	10,8%	8,1%	6,3%	10,7%	9,8%	7,0%	15,2%	10,6%	12,5%	20,7%

Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “De todos los medios de pago que has utilizado en tus compras por Internet, incluyendo la nueva forma de pago mencionada anteriormente, ¿a cuáles asocias a los siguientes conceptos?”

Bigtech

Las bigtech no logran crecer en credibilidad en el territorio financiero

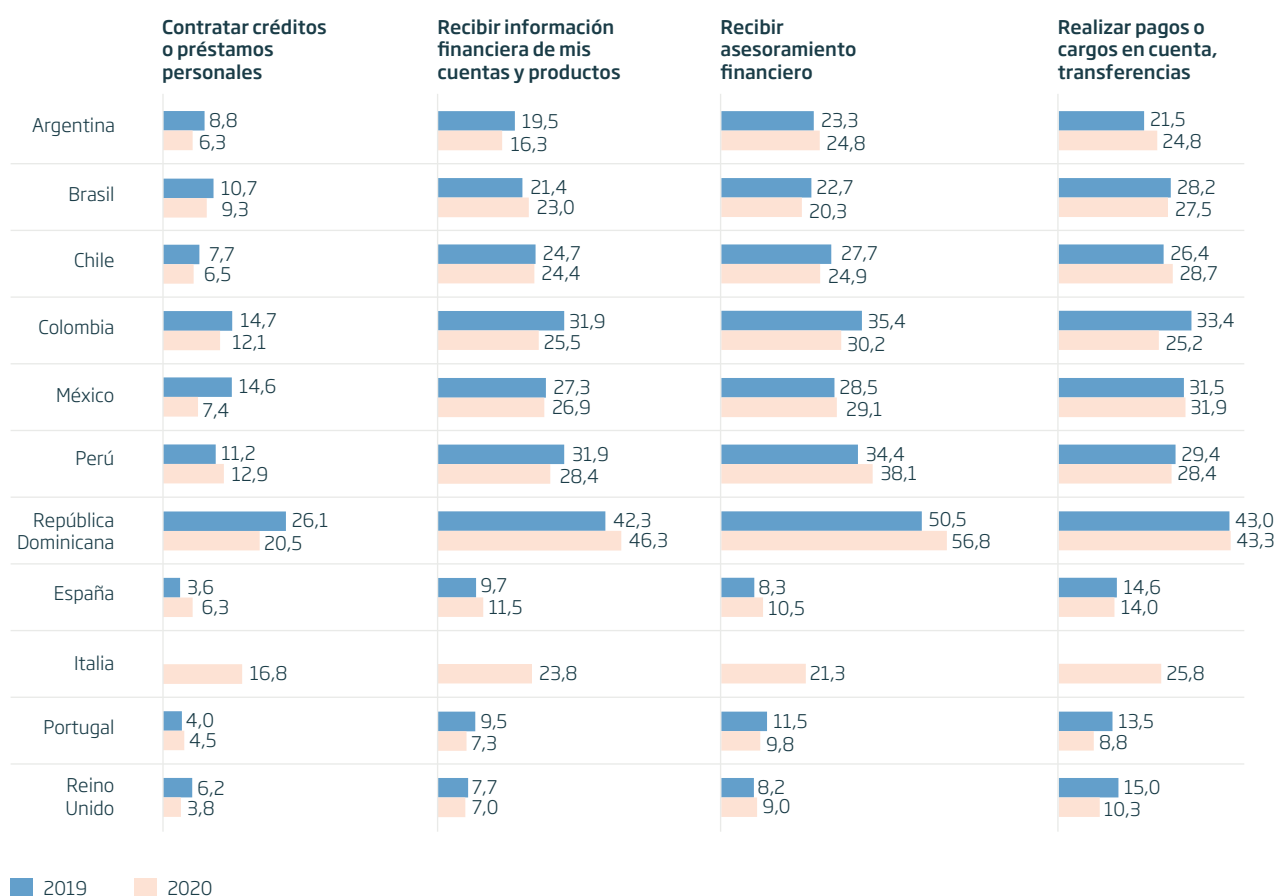
Las entidades financieras han visto alterado su espacio de operaciones con la entrada de las grandes tecnológicas.

El espacio financiero tradicional se presenta en disputa y transformación. Así, el interés o predisposición de la población por operar con estas nuevas compañías que ofrecen servicios financieros proporciona indicios sobre las tendencias de este espacio en un futuro próximo. En este sentido, Latinoamérica continúa mostrándose más predispuesta que Europa a operar con las grandes compañías tecnológicas (ver **Figura 6.27**). Sin embargo, dicha disposición baja ligeramente en relación con el periodo anterior, exceptuando República Dominicana.

El país caribeño no solo sigue siendo la nación en la que más población ABI está dispuesta a recibir servicios financieros con las bigtech, sino que además aumenta su inclinación en cuanto a recibir información financiera (+4,0 p.p.) y asesoramiento (+6,3 p.p.). En contraste, su predisposición para contratar créditos o prestaciones sufre un descenso (-5,6 p.p.), y esto genera un acercamiento a la actitud general de los diferentes países analizados, los cuales muestran menores porcentajes de disposición a operar con las tecnológicas para este tipo de operaciones.

Por último, Italia destaca por una actitud diferenciada en su disposición dentro de Europa, y comparte porcentajes de interés para trabajar con las bigtech tanto en contratación de créditos (16,8%), recibir información (23,8%), recibir asesoramiento (21,3%) y realizar pagos o cargos a cuenta (21,3%) más similares a los declarados por los países latinoamericanos.

Figura 6.27: Disposición²⁹ a considerar a las grandes compañías tecnológicas para contratación, información y asesoramiento financiero (%), evolutivo 2019-2020)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Nos gustaría saber en qué medida considerarías a estas compañías tecnológicas a la hora de..."

Caída del interés en compartir información con las bigtech y con la banca tradicional

En comparación con el periodo anterior, se produce un descenso generalizado y en todos los países del interés por compartir información financiera con las bigtech o información personal con la banca tradicional a cambio de incentivos o ventajas.

En relación con compartir información financiera con las bigtech, las mayores caídas se registran en Colombia (-6,6 p.p.) y Argentina (-5,5 p.p.).

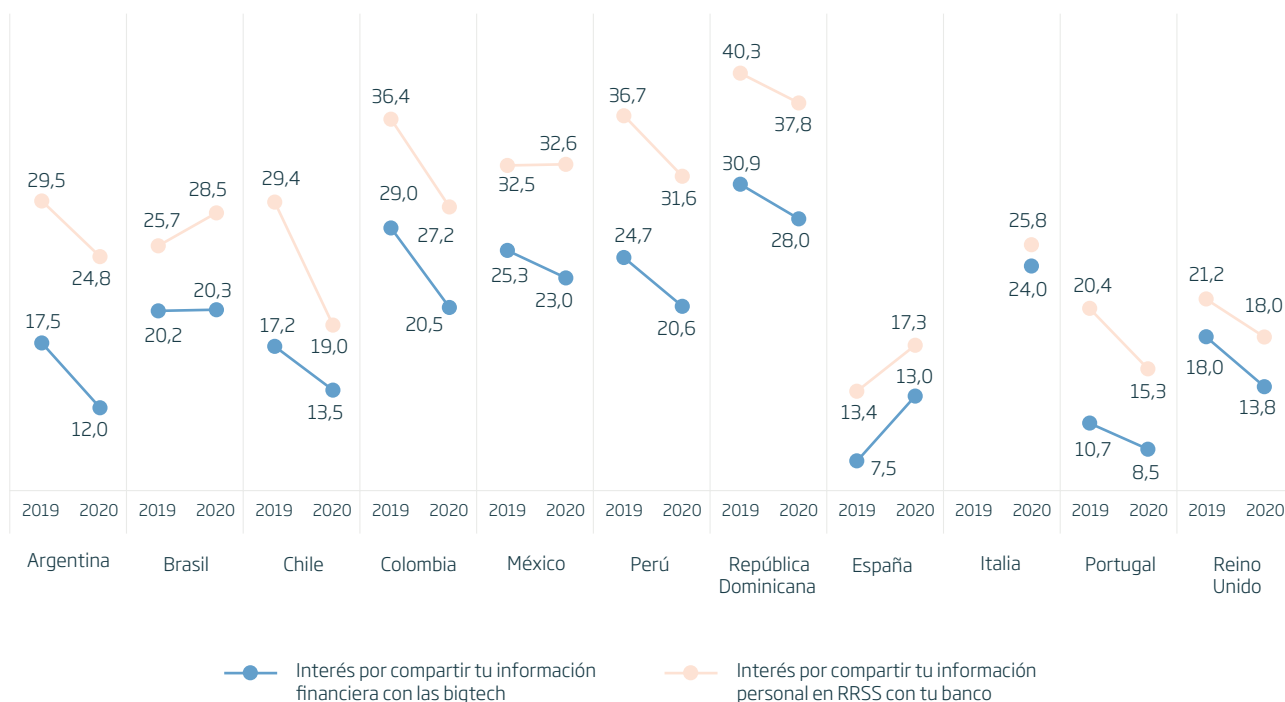
Es, sin embargo, el interés por compartir información con la banca tradicional el que sufre descensos algo más acusados, especialmente en Colombia (-7,4 p.p.), y de forma muy destacada en Chile (-10,4 p.p.).

Los únicos países que no cumplen esta tendencia descendente son Brasil y España.

En Brasil, las variaciones respecto al periodo anterior son mínimas o incluso suben ligeramente respecto al interés por compartir datos personales con la banca tradicional. En España, por su parte, aumenta el interés por compartir información con ambos tipos de entidades. Sin embargo, incluso con este incremento, sigue siendo uno de los países que menos interés tiene en estos ejercicios, muy alineado con el posicionamiento general europeo del que solo se desmarca ligeramente Italia, donde la población ABI se muestra algo más interesada que el resto en compartir información financiera con las bigtech e información personal con las entidades bancarias tradicionales.

²⁹ La disposición se define como el porcentaje de individuos que mencionan estar "muy dispuestos" o "bastante dispuestos" en una escala verbal (Likert) de cinco niveles: (1) muy dispuesto, (2) bastante dispuesto, (3) algo dispuesto, (4) poco dispuesto, (5) nada dispuesto.

Figura 6.28: Nivel de interés³⁰ por compartir, a cambio de incentivos, información financiera con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con las entidades bancarias, (%)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta “Si una compañía como Facebook/Whatsapp, Amazon, Google, Appel, Samsung, etc, te ofreciese mejores condiciones en sus productos a condición de que accedieses a ceder tus datos financieros (cuentas bancarias, productos contratados, estado financiero...) ¿Hasta qué punto estarías interesado? Y si ahora fuese a la inversa, es decir, si tu banco o entidad financiera te ofreciese mejores condiciones en sus productos a condición de que accedieses a ceder tus perfiles en redes sociales, información sobre gustos y aficiones, ¿hasta qué punto estarías interesado?”

Reino Unido, el país que menos confianza tiene en el posible desempeño financiero de las bigtech

En términos generales, Europa destaca por acumular porcentajes más altos de población ABI que considera que las bigtech proporcionarán un servicio financiero de peor calidad en comparación con las entidades tradicionales.

Sin embargo, y a diferencia de Reino Unido, entre un 20% y un 30% de la población ABI de España, Italia y Portugal (ver **Figura 6.29**) se posiciona de forma más optimista y confían en que las bigtech tendrán un mejor desempeño que la banca tradicional en cuestiones financieras.

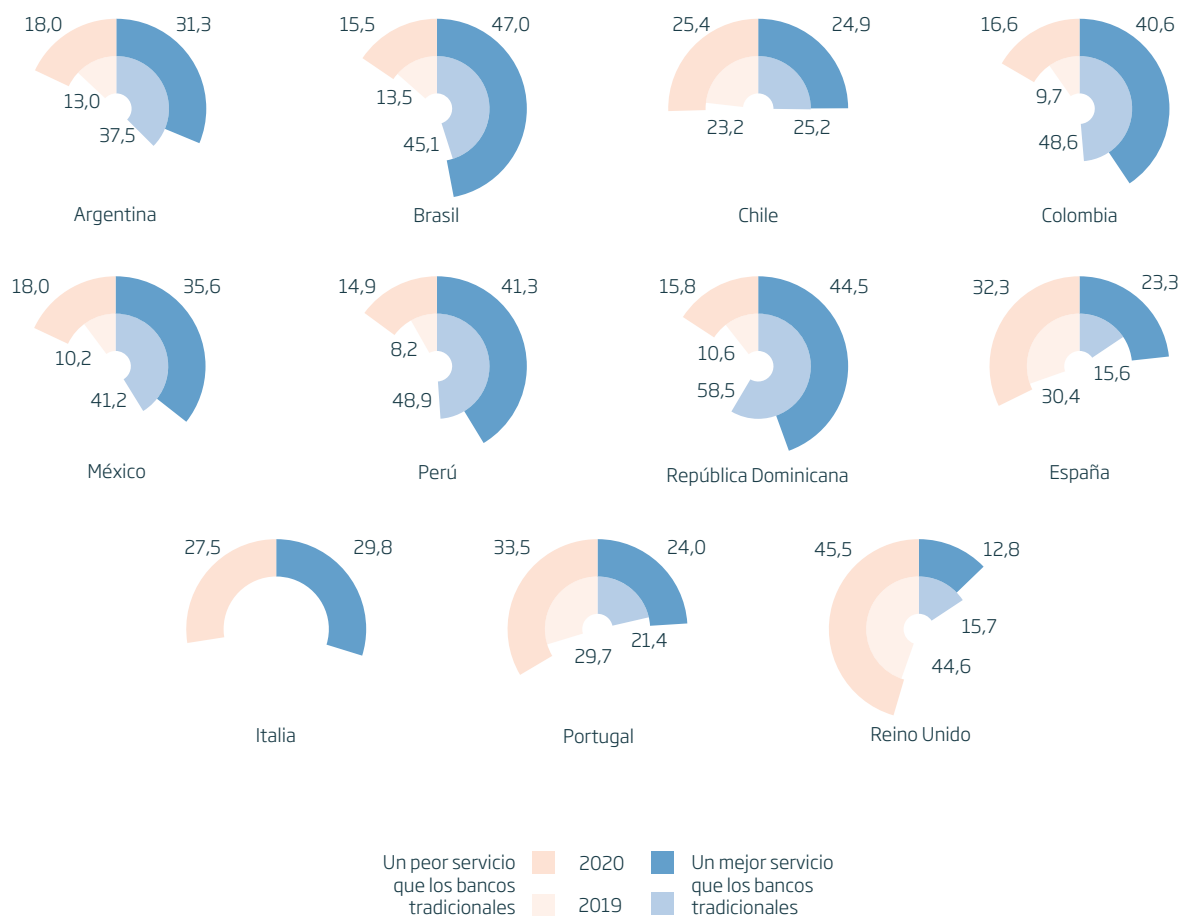
En Latinoamérica, es esta visión más optimista la que se da de forma generalizada, pivotando entre un 30% y un 45% de población ABI que confía en que las empresas tecnológicas serán capaces de dar un mejor servicio financiero.

La única excepción es Chile, donde la mitad de la población ABI no se posiciona en ningún extremo y la otra mitad se encuentra dividida a partes iguales entre los que tienen confianza en el desempeño de las bigtech (24,9%) y los que carecen de esa confianza (25,4%).

En cualquier caso, y desde una perspectiva evolutiva, la población que se muestra optimista respecto al desempeño de las bigtech desciende ligeramente en casi la totalidad de los países analizados.

³⁰ El nivel de interés se define como el porcentaje de individuos que mencionan estar “muy interesados” o “bastante interesados en una escala verbal (Likert) de cinco niveles: (1) muy interesado, (2) bastante interesado, (3) algo interesado, (4) poco interesado y (5) nada interesado.

Figura 6.29: Percepción de la calidad el servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca, (%)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Imagina que estas compañías tecnológicas (Google, Amazon, Facebook/WhatsApp, Apple, Samsung...) deciden competir con los bancos tradicionales. En tu opinión, ¿crees que entregarán...?"

La población que se muestra optimista respecto al desempeño de las bigtech descende ligeramente en casi la totalidad de los países



Resumen por país

La presente sección tiene por objeto realizar un enfoque individual de cada uno de los países analizados, destacando aquellos mentos más relevantes en cada uno de ellos.

Todos los países incluyen los datos evolutivos respecto al año 2019, exceptuando Italia, ya que es la primera vez que forma parte de la investigación.

Tal y como se comentó al inicio del capítulo, es importante tener en cuenta las características internas diferenciadas de la población ABI de cada país a la hora de realizar la lectura de los datos.



Argentina

- La tenencia de tarjetas de crédito en Argentina cae en 9,5 p.p., pero **protagoniza el mayor incremento en la tenencia de tarjetas prepago** (+ 5,0 p.p.), tal como sucedió en el periodo anterior, situándose en un 33,0%
- Aunque el porcentaje de población ABI con tarjeta de crédito desciende, Argentina **es el país donde hay más población multitarjeta, específicamente, de crédito**. El 63,3% de la población ABI con tarjeta de crédito, dispone de más de una
- Argentina es el país donde se agrupa el **mayor porcentaje de población ABI con tarjeta de crédito que usa la modalidad de pago en cuotas “sin interés”**, y el que menos utiliza la modalidad “pagar a fin de mes” en comparación con el resto de los países analizados
- Se produce un **destacado incremento del uso del pago desde cuenta** (+19,3 p.p.), pero el más significativo al comparar con el resto de países lo experimenta en **el pago con tarjetas o cuentas virtuales** (+19,0 p.p.) situándose en un 21,5% de población ABI que utilizó este medio de pago durante el último mes
- Es el segundo país latinoamericano, por detrás de Brasil, que **menos aversión ha sufrido a tocar dinero en efectivo o datáfonos a causa de la covid-19**
- Argentina es el país donde se acumulan los mayores porcentajes de población ABI que hace **uso de los agregadores y billeteras** (el 29,0% ha utilizado este medio de pago durante el último mes) y es donde se produce el **mayor incremento de uso de pago con smartphone o smartwatch a través de QR estático** pasando de un 34,3% a un 54,3%
- Respecto a la solicitud de un **segundo factor de autenticación** en la validación de pagos para compras por Internet, Argentina es el país que mayor porcentaje de población ABI **prefiere que se aplique inteligencia artificial** y que se pregunte por el segundo factor **solo en los casos en los que la operación sea poco habitual o parezca sospechosa** (35,8%)
- Es el país latinoamericano que demuestra **menor interés en compartir información bancaria con las bigtech** (12,0%)

Tabla 6.2 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Tarjeta de débito	95,5%	95,5%
Tarjeta de crédito	77,0%	67,5%
Tarjeta prepago	28,0%	33,0%

Población analizada: Total población ABI argentina (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.3 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
1 Tarjeta de débito	65,7%	60,5%
2 o más tarjetas de débito	34,3%	39,5%
1 Tarjeta de crédito	39,6%	36,7%
2 o más tarjetas de crédito	60,4%	63,3%
1 Tarjeta prepago	77,7%	78,0%
2 o más prepago	22,3%	22,0%

Población analizada: Población ABI Argentina con tenencia de cada tipo de tarjeta
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.4 Uso de tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	30,0%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	62,2%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	4,1%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	3,7%

Población analizada: Población ABI Argentina con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.5 Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	84,8%	82,0%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	83,3%	82,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	48,5%	67,8%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	4,0%	0,2%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	2,5%	21,5%
Criptomonedas	0,8%	0,3%

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.6 Aversión a tocar dinero en efectivo o datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	33,0%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	3,0%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	18,0%
No, en general no he notado en nadie este efecto	34,5%

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.7 Medios de pago a través de dispositivos móviles utilizados el último mes

	2020
Pago a través del smartphone o smartwatch en comercios físicos	29,0%
Apps de pago entre particulares a través del móvil	11,5%

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.8 Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	22,7%	18,1%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	38,2%	44,8%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	34,3%	54,3%
Pago in-App	46,8%	39,7%

Población analizada: Población ABI Argentina que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.9 Supuestos en los que se prefiere la solicitud de un doble factor de autenticación

	2020
Siempre, para cada una de las operaciones	36,9%
Únicamente cuando sea obligatorio	22,3%
Espero que aplique inteligencia (artificial) y me requiera el segundo factor de autenticación cuando sea necesario o sospechoso	35,8%
En ningún caso	5,0%

Población analizada: Población ABI Argentina que ha comprado por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.10 Nivel de interés de interés en compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de información personal en redes sociales con los bancos.

	2019	2020
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	17,5%	12,0%
Interés por compartir tu información personal en RRSS con tu banco	29,5%	24,8%

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Brasil

- Es el **país líder en multibancarización**, con un fuerte crecimiento en el último año. Algo más de 7 de cada 10 integrantes de la población ABI trabajan con dos entidades bancarias o más. A esto se añade que es el **país latinoamericano con la relación más extensa con la entidad financiera principal**, llegando a ser de algo más de 9 años
- Es el único país (junto con Portugal) donde **no descende la tenencia de tarjeta de crédito** (75,3%)
- Brasil es uno de los países latinoamericanos que **más usa la tarjeta de crédito para compras de bajo valor** (55,5%), **para alto valor** (55,8%) y el país del continente americano que menos utiliza este tipo de tarjetas para sacar dinero del cajero (12,3%)
- Brasil **experimenta el mayor descenso en la población ABI que ha hecho uso de efectivo durante el último mes**, pasando de un 82,8% a un 62,8%
- Junto con Portugal, Brasil se sitúa **entre los países que más medios de pago utiliza**, llegando a una media de 3,3 de media durante el último mes
- El uso de la **tarjeta contactless** está muy extendido en casi todos los países analizados, sin embargo, Brasil es el **país donde menos se utiliza** este tipo de tarjetas, un 38,4%, frente a un 61,6% que utiliza las tarjetas que han de insertarse en un datáfono
- Brasil es el **país latinoamericano que menor aversión a tocar efectivo o usar datáfonos ha experimentado durante la pandemia de la covid-19**. Un 38,8% de la población ABI del país indica que, en general, no ha notado ningún tipo de miedo o fobia a tocar efectivo ni en ellos mismos, ni en personas de su círculo cercano o en trabajadores de cara al público
- Durante 2020 se ha producido un gran **incremento generalizado del uso del móvil como dispositivo para realizar las compras online**. Brasil, tras un incremento del 6,2 p.p., se sitúa como el segundo país que más utiliza este dispositivo para este fin (solo por detrás de Colombia)
- Casi el 50% de la población ABI de Brasil **confía en que las bigtech proveerán un servicio financiero mejor que la banca tradicional**. Es el país que destaca por agrupar el mayor porcentaje de población ABI con esta perspectiva positiva

Tabla 6.11 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un banco	38,2%	28,7%
Dos o más bancos	61,8%	71,3%

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.12 Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años - evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Años de relación con la entidad bancaria principal	9,1	9,3

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.13 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	92,5%	93,5%
Una tarjeta de crédito	73,6%	75,3%
Una tarjeta prepago	20,9%	23,5%

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.14 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	55,6%	55,5%
Compras de alto valor	57,6%	55,8%
Para sacar dinero del cajero	15,3%	12,3%

Población analizada: Población ABI Brasil con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.15 Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	82,8%	62,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	68,8%	75,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	55,9%	65,8%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	4,7%	5,0%
Boleto bancario	55,4%	62,0%
Tarjeta virtual	10,7%	14,8%
Criptomonedas	0,5%	0,3%

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.16 Cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Número de medios de pago utilizados el último mes	2,9	3,3

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.17 Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

	2020
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	38,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	61,6%

Población analizada: Total población ABI Brasil que indica la tarjeta como medio de pago principal

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.18 Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

	Brasil
Sí, yo mismo/a lo he tenido	43,8%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	16,8%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	11,5%
No, en general no he notado en nadie este efecto	38,8%

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.19 Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet

	2019	2020
Ordenador personal o portátil	62,9%	55,7%
Smartphone	68,1%	74,3%
Tablet	7,0%	4,3%
Smartwatch	0,8%	0,5%
Smart TV	1,0%	0,8%
Asistente virtual	0,8%	1,0%

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.20 Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca

	2019	2020
Un mejor servicio que los bancos tradicionales	45,1%	47,0%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	41,4%	37,5%
Un peor servicio que los bancos tradicionales	13,5%	15,5%

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Chile

- Se coloca como el **tercer país en cuanto a uso de pago desde cuenta** (pasa del 46,4% al 76,1%) y es el **primero en porcentaje de población ABI que selecciona este medio de pago como principal** (32,2%), que se debe con alta probabilidad a la entrada en vigor del nuevo pago automático de la línea de crédito³¹
- Entre la población ABI chilena que tiene como medio de pago principal la tarjeta, el 76,6% usa tarjeta contactless, lo que coloca a Chile como el **país latinoamericano que más utiliza este tipo de tarjetas de pago sin contacto**
- Chile es el **país donde mayor porcentaje de población ABI que ha hecho uso del dinero en efectivo indica que, debido al covid-19, ha disminuido la frecuencia de uso** (76,7%)
- Según los diferentes métodos de pago a través de smartphone y smartwatch, Chile es, junto con República Dominicana, los únicos países donde **sigue dominando el pago In App**
- Chile es el país latinoamericano donde más porcentaje de población ABI es compradora frecuente en Internet (el 58,6% al menos una vez al mes) y también es el país donde **más población declara que realiza compras por online con mayor frecuencia debido a la crisis de la covid-19** (63,3%)
- Respecto a los dispositivos utilizados para realizar las compras online, Chile experimenta la mayor variabilidad con un descenso de un 10,1 p.p. en el uso del ordenador personal o portátil y un aumento del 9,0 p.p. en el uso del dispositivo móvil
- En relación con el interés por compartir información personal con las entidades bancarias tradicionales, Chile experimenta el mayor descenso respecto al periodo anterior (-10,4 p.p.). Pero, además, es el país latinoamericano que **mayor porcentaje de población ABI se muestra negativa respecto al posible desempeño de las bigtech en el terreno financiero** (25,4% indican que darán un servicio peor que la banca tradicional)

Tabla 6.21 Medios de pago utilizado el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	77,8%	69,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	87,0%	83,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	46,4%	76,1%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	9,7%	3,0%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	9,2%	20,2%
Criptomonedas	0,5%	0,2%

Población analizada: Total población ABI Chile (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.22 Medio de pago principal (evolutivo 2019-2020) financiera principal (promedio en años)

	2019	2020
Efectivo	20,8%	12,0%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	66,7%	50,1%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	9,0%	32,2%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	0,0%	0,0%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	0,5%	1,5%
Criptomonedas	0,0%	0,0%

Población analizada: Total población ABI Chile (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

³¹ El 1 de enero de 2020 entró en vigor en Chile el nuevo "pago automático de línea de crédito" por el que se cobran de manera automática los sobregiros cuando hay efectivo disponible en cuenta, reduciendo el volumen de los intereses. Más información en Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (<https://bit.ly/3gRtahR>)

Tabla 6.23 Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

	2020
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	76,6%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	23,4%

Población analizada: Población ABI Chile que indica la tarjeta como medio de pago principal

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.24 Variación en la frecuencia de uso de los diferentes métodos de pago a raíz de la pandemia covid-19

	2020
He aumentado el uso de efectivo	6,5%
He mantenido su uso en la misma medida	16,8%
He disminuido uso o he dejado de utilizar el efectivo	76,7%

Población analizada: Población ABI Chile según uso de cada medio de pago

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.25 Formas de pago utilizados con dispositivo móvil en comercios físicos (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	29,6%	26,8%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	28,1%	26,8%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	25,2%	14,6%
Pago in-App	55,6%	61,0%

Población analizada: Población ABI Chile que ha pasado con smartphone o smartwatch en establecimiento físicos

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.26 Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Al menos una vez al mes	50,6%	58,6%
Al menos cada 3 meses	23,2%	18,5%
Al menos cada 6 meses	14,0%	8,7%
Con menor frecuencia / solo he comprado una vez	10,5%	10,7%
Nunca he comprado por Internet	1,7%	3,4%

Población analizada: Total población ABI Chile (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.27 Variación en la frecuencia de compra por Internet

	2020
Ahora compro con MENOS frecuencia por Internet	9,1%
No, compro con la misma frecuencia que antes de la pandemia	27,6%
Ahora compro con MÁS frecuencia por Internet	63,3%

Población analizada: Población ABI Chile que ha comprado por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.28 Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Ordenador personal o portátil	73,7%	63,6%
Smartphone	57,1%	66,1%
Tablet	5,9%	3,9%
Smartwatch	0,8%	1,8%
Smart TV	1,8%	0,8%
Asistente virtual	1,0%	1,8%

Población analizada: Población ABI Chile que ha comprado por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.29 Nivel de interés de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con las entidades bancarias (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	17,2%	13,5%
Interés por compartir tu información personal en RRSS con tu banco	29,4%	19,0%

Población analizada: Total población ABI Chile (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.30 Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un mejor servicio que los bancos tradicionales	25,2%	24,9%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	51,6%	49,7%
Un peor servicio que los bancos tradicionales	23,2%	25,4%

Población analizada: Total población ABI Chile (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Colombia

- Colombia es el país con **relación menos duradera entre la población ABI y la entidad principal**
- Se produce un **descenso en los porcentajes de población ABI con tenencia de cualquier tipo de tarjeta, sobre todo las tarjetas de crédito** que pasa de un 60,1% a un 51,7%
- No se producen grandes variaciones en cuanto a la población ABI que dispone de una, dos o más tarjetas tanto de crédito como de débito, pero sí que se produce un **gran aumento en el porcentaje de población ABI que dispone de dos o más tarjetas prepago**, que pasa del 5,8% al 20,0%
- Aunque aumenta, sigue siendo el país donde **menos se usa la tarjeta de crédito para compras de bajo valor**. Desciende de forma destacada el uso de la tarjeta de crédito para compras de alto valor y pasa de un 49,4% a un 36,4%
- Es el país más singular respecto al pago a crédito. Ninguna modalidad se convierte en la dominante, siendo todas ellas la forma más habitual de uso de crédito para entre un mínimo de 15,8% (usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes) y un máximo de 33,5% (pagar el total de mis compras a fin de mes)
- Experimenta el mayor aumento en cuanto a la cantidad de medios de pago utilizados el último mes** (pasa de utilizar 2,4 medios de pago en 2019 a 3,0 en 2020), lo que repercute de forma directa en que **la población ABI que ha utilizado los pagos desde cuenta pasa de un 24,4% a un 59,4%**
- Tras Brasil, es el **segundo país que en menor medida utiliza la tarjeta contactless** (38,4%) frente a la tarjeta que ha de insertarse en datáfono (61,6%)
- La población ABI colombiana es la que en mayor porcentaje indica que, debido a la crisis de la covid-19, **más ha incrementado sus pagos desde cuenta, con tarjeta virtual y, sobre todo, utilizando apps de pago entre particulares**
- Es el país donde **más ha aumentado la población ABI que compra online frecuentemente** (al menos una vez al mes) y pasa del 41,9% al 54,5%. Además, es el **país donde más población ABI compra por Internet a través del smartphone** (76,4%)

Tabla 6.31 Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Años de relación con la entidad bancaria principal	6,2	5,4

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.32 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	94,8%	90,6%
Una tarjeta de crédito	60,1%	51,7%
Una tarjeta prepago	34,4%	32,2%

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.33 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
1 Tarjeta de débito	72,1%	75,4%
2 o más tarjetas de débito	27,9%	24,6%
1 Tarjeta de crédito	61,4%	64,1%
2 o más tarjetas de crédito	38,6%	35,9%
1 Tarjeta prepago	94,2%	80,0%
2 o más prepago	5,8%	20,0%

Población analizada: Población ABI Colombia con tenencia de cada tipo de tarjeta
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.34 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	23,7%	27,3%
Compras de alto valor	49,4%	36,4%
Para sacar dinero del cajero	31,5%	23,4%

Población analizada: Población ABI Colombia con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.35 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	33,5%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	32,1%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	18,6%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	15,8%

Población analizada: Población ABI Colombia con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.36 Cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Número de medios de pago utilizados el último mes	2,4	3,0

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.37 Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	80,5%	78,2%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	66,6%	64,6%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	24,4%	59,4%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	1,7%	2,5%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	13,0%	29,7%
Criptomonedas	1,2%	0,7%

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.38 Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

	2020
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	38,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	61,6%

Población analizada: Población ABI Colombia que indica la tarjeta como medio de pago principal

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.39 Variación en la frecuencia de uso de los diferentes métodos de pago a raíz de la pandemia covid-19.

Pagos desde cuenta	2020
He aumentado su uso	71,2%
He mantenido su uso en la misma medida	18,8%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	10,0%
Tarjetas prepago virtuales	2020
He aumentado su uso	68,4%
He mantenido su uso en la misma medida	22,5%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	9,1%
Apps de pago entre particulares	2020
He aumentado su uso	71,3%
He mantenido su uso en la misma medida	16,5%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	12,2%

Población analizada: Población ABI Colombia según uso de cada medio de pago

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.40 Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Al menos una vez al mes	41,9%	54,5%
Al menos cada 3 meses	24,2%	18,3%
Al menos cada 6 meses	18,0%	11,6%
Con menor frecuencia / solo he comprado una vez	12,5%	9,9%
Nunca he comprado por Internet	3,5%	5,7%

Población analizada: Población ABI Colombia según uso de cada medio de pago

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

México

- México es el **país menos multibancarizado de Latinoamérica** (el 46,9% de la población ABI opera con un solo banco) y es, **después de Colombia, el país con el menor número de años de relación con la entidad principal** (pasa de los 6,6 años en 2019 a los 6,0 años en 2020)
- Es el **país latinoamericano donde menos población ABI dispone de tarjeta prepago** por el descenso experimentado este año, pasando de 26,6% de población con tenencia de este tipo de tarjetas al 18,3%. También se convierte en el país con menos población ABI poseedora de tarjeta de crédito (pasa de un 54,6% al 44,4%) lo que repercute de forma directa en un **proceso de concentración de tenencia de tarjetas**, siendo la población que dispone de más de una tarjeta de crédito en México de un total del 45,0% (tras el incremento de 9,5 p.p. respecto al periodo anterior)
- En México, de una forma muy similar a Brasil, **conviven el pago a crédito a fin de mes y el pago sin interés** en iguales porcentajes de uso (44,4% en ambos casos) relegando las otras dos modalidades de pago a crédito a porcentajes de uso marginales
- México es **el país que más acusa como barrera la falta de preparación de los establecimientos para aceptar pagos a través de smartphone y smartwatch** (30,3%)
- En el periodo anterior el uso del smartphone y el pc o portátil se utilizaba por el mismo porcentaje de población ABI para realizar las compras por Internet (62,9% y 62,6% respectivamente), pero tras la variación experimentada, el **smartphone se posiciona como el dispositivo principal de compra** (72,4%)
- El porcentaje de población que se mantiene optimista en cuanto al posible desempeño de las bigtech sufre un ligero descenso en todos los países, pero en México es donde se produce el **mayor incremento en el porcentaje de población ABI que cree que las bigtech darán un peor servicio que los bancos tradicionales**, pasando de un 10,2% en el periodo anterior a un 18,0%

Tabla 6.42 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un banco	44,7%	46,9%
Dos o más bancos	55,3%	53,1%

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.43 Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Años de relación con la entidad bancaria principal	6,6	6,0

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.44 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	94,3%	96,0%
Una tarjeta de crédito	54,6%	44,4%
Una tarjeta prepago	26,6%	18,3%

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.45 Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
1 Tarjeta de débito	64,5%	65,3%
2 o más tarjetas de débito	35,5%	34,7%
1 Tarjeta de crédito	64,5%	55,0%
2 o más tarjetas de crédito	35,5%	45,0%
1 Tarjeta prepago	80,4%	81,1%
2 o más prepago	19,6%	18,9%

Población analizada: Población ABI México con tenencia de cada tipo de tarjeta

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.46 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	44,4%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	44,4%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	4,0%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	7,2%

Población analizada: Población ABI México con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.47 Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos

	2020
Porque en los establecimientos no me dan esa opción	30,3%
Porque no es algo que encuentre necesario	19,5%
Porque no me da confianza	12,4%
Porque no sabía que se podía	9,0%
Porque no tengo conexión permanente a Internet en mi smartphone o smartwatch	7,4%
Porque así tengo menos control sobre lo que gasto	6,8%
Porque me parece muy complicado	6,2%
Porque mi smartphone o smartwatch no tiene esa tecnología	4,6%
Otro motivo (especificar)	3,8%

Tabla 6.48 Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet

	2019	2020
Ordenador personal o portátil	62,6%	53,5%
Smartphone	62,9%	72,4%
Tablet	9,1%	11,1%
Smartwatch	0,3%	1,0%
Smart TV	1,3%	1,3%
Asistente virtual	2,3%	0,3%

Población analizada: Total población ABI México que ha comprado por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.49 Percepción de la calidad el servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca

	2019	2020
Un mejor servicio que los bancos tradicionales	41,2%	35,6%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	48,6%	46,4%
Un peor servicio que los bancos tradicionales	10,2%	18,0%

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Población analizada: Población ABI México en posesión de smartphone o smartwatch que no lo han utilizado como medio de pago en establecimientos físicos
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Perú

- Junto con República Dominicana y Brasil, **es de los países más multibancarizados**: el 67,2% de su población ABI opera con dos bancos o más
- Tras el descenso durante este periodo, vuelve a ser **uno de los países con menos población ABI que dispone de tarjeta de crédito** (pasa del 55,1% en 2019 al 47,5% en 2020)
- Continúa siendo el que mayor porcentaje de población ABI **concentra con dos o más tarjetas de débito**, especialmente tras el incremento en este periodo (del 47,1% en 2019 al 54,3% en 2020)
- Apenas hay cambios en el uso de la **tarjeta de crédito**, excepto para **sacar efectivo de ATM, que aumenta** 6,4 p.p. y sitúa a Perú entre los países de la región que más la utiliza para este fin
- Aumenta la cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes, pasando de 2,3 en 2019 a 2,7 en 2020, en favor de la tarjeta virtual (del 7,5% al 22,6%) y del **pago desde cuenta** (del 36,7% al 63,2%), que **roba posiciones a la tarjeta como medio de pago principal** entre los peruanos, pasando de un 10,8% a un 29,4%
- Es el **país latinoamericano que más aversión al efectivo y al uso de datáfonos ha experimentado a raíz de la pandemia** por miedo

Tabla 6.50 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un banco	33,2%	32,8%
Dos o más bancos	66,8%	67,2%

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.51 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	94,8%	95,8%
Una tarjeta de crédito	55,1%	47,5%
Una tarjeta prepago	24,7%	25,9%

al contagio tanto de forma personal (48,8%), como en familiares y amigos (35,6%) y en el personal del sector servicios que trabajan cara al público (27,4%), pero también es **de los que más ha acudido a retirar dinero en efectivo** tanto de ATM (87,4%) como de la ventanilla de un banco (48,5%) como de otro tipo de establecimientos (27,8%)

- Respecto al **pago en establecimientos físicos a través del smartphone o smartwatch**, Perú se alinea con Latinoamérica e indica como motivo principal para no utilizar estos sistemas la **falta de esta opción por parte de los propios establecimientos** (24,6%). Sin embargo, destaca al indicar como segundo motivo principal la falta de confianza en estos métodos de pago (22,0%)
- Es, tras República Dominicana, el país que **acumula mayor porcentaje de población ABI que nunca ha comprado por Internet** (7,2%). Sin embargo, y tras el aumento experimentado este año, la población ABI que compra con mayor frecuencia (al menos una vez al mes) llega a alcanzar el 50,5%
- El **smartphone** le gana la batalla al ordenador personal y se convierte en el **dispositivo dominante para la realización de compras por Internet** (pasa de ser usado por el 66,4% 2019 para este fin al 74,0% en 2020)

Tabla 6.52 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
1 Tarjeta de débito	52,9%	45,7%
2 o más tarjetas de débito	47,1%	54,3%
1 Tarjeta de crédito	46,6%	53,4%
2 o más tarjetas de crédito	53,4%	46,6%
1 Tarjeta prepago	84,8%	86,5%
2 o más prepago	15,2%	13,5%

Población analizada: Población ABI Perú con tenencia de cada tipo de tarjeta
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

Tabla 6.53 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	48,9%	45,5%
Compras de alto valor	39,4%	40,8%
Para sacar dinero del cajero	24,0%	31,4%

Población analizada: Población ABI Perú con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.54 Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	76,6%	73,6%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	73,1%	69,2%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	36,7%	63,2%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	1,2%	2,7%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	7,5%	22,6%
Criptomonedas (Bitcoin. Ethereum. etc.)	1,5%	0,7%

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.55 Medio de pago principal (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	34,8%	29,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	45,1%	27,6%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	10,8%	29,4%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	0,0%	70,0%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	1,3%	4,5%
Criptomonedas (Bitcoin. Ethereum. etc.)	0,0%	0,0%

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.56 Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	48,8%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	35,6%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	27,4%
No, en general no he notado en nadie este efecto	15,9%

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.57 Retirada de dinero en efectivo durante la pandemia de covid-19

	2020
Sí, en un cajero automático	87,4%
Sí, en la ventanilla de un banco	18,5%
Sí, desde otro tipo de establecimientos que permiten la retirada de dinero en efectivo (ej. corresponsal bancario, agente, bodega...)	27,8%
No, no he sacado dinero en efectivo	5,2%
No sé, no estoy seguro/a	1,1%

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.58 Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos

	2020
Porque en los establecimientos no me dan esa opción	24,6%
Porque no me da confianza	22,0%
Porque no es algo que encuentre necesario	15,4%
Porque no sabía que se podía	11,1%
Porque no tengo conexión permanente a Internet en mi smartphone o smartwatch	9,2%
Porque así tengo menos control sobre lo que gasto	7,5%
Porque me parece muy complicado	3,6%
Porque mi smartphone o smartwatch no tiene esa tecnología	2,6%
Otro	4,0%

Población analizada: Población ABI Perú en posesión de smartphone o smartwatch que no lo han utilizado como medio de pago en establecimientos físicos

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

República Dominicana

- República Dominicana es, junto con Perú y Brasil, **de los países más multibancarizados**, ya que el 66,8% de la población ABI dominicana opera con dos bancos o más
- Registra las **menores variaciones en la tenencia de tarjeta débito, crédito y prepago** en comparación con el año pasado
- De todos los países analizados, es **el que más utiliza la tarjeta de crédito para las compras de bajo valor** (66.3%) y el que menos para las de alto valor (28,6%)
- República Dominicana es el **país latinoamericano que más se asemeja al perfil europeo en cuanto al uso del crédito**, ya que el 65,9% de la población ABI prefiere el pago a final de mes, mientras que el resto de las modalidades de uso de crédito se quedan en unos porcentajes inferiores al 15,5%
- Junto con Perú, República Dominicana es el país donde **más se ha experimentado aversión a tocar dinero en efectivo o datáfonos por miedo al contagio de la covid-19**. El 46,5% de la población ABI ha experimentado esta aversión en sí mismos, el 34,8% lo ha percibido en su círculo cercano (amigos o familiares) y el 21,8% lo ha notado en el personal del sector servicios que trabaja cara al público
- Respecto a los diferentes sistemas de pago con smartphone y smartwatch, y al **igual que en Chile, sigue dominando el método de pago in app**, siendo utilizado por el 59,6% de la población ABI que utiliza sus dispositivos móviles para pagar en establecimientos físicos
- República Dominicana sigue siendo el país donde **se acumula el mayor porcentaje de población ABI que nunca ha comprado online**, incluso después del descenso experimentado durante este periodo pasando de un 11,1% en 2019 a un 7,6% en 2020. Esto se suma a que el 30,9% de la población que sí ha comprado por Internet indica que, durante la covid-19, su frecuencia de compra online ha descendido
- República Dominicana es un país con una **alta predisposición a los cambios**. En primer lugar, es **donde más población ABI que no ha utilizado los iniciadores de pago se muestra predispuesta a utilizarlos** (81,0%) y, en segundo lugar, es el país que más se muestra **dispuesto a operar con las bigtech en cualquier tipo de operación financiera**, lo que le diferencia de una forma significativa al resto de países analizados
- Además, y aunque desciende ligeramente respecto al periodo anterior, la población ABI dominicana es la que **muestra más interés en compartir información financiera con las bigtech** (37,8%) o **información personal de redes sociales con las entidades bancarias a cambio de incentivos** (28,0%)

Tabla 6.61 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un banco	35,3%	33,2%
Dos o más bancos	64,7%	66,8%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.62 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	91,3%	90,5%
Una tarjeta de crédito	63,8%	63,0%
Una tarjeta prepago	28,3%	29,0%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.63 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	64,8%	66,3%
Compras de alto valor	29,9%	28,6%
Para sacar dinero del cajero	35,2%	32,9%

Población analizada: Población ABI República Dominicana con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.64 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	65,9%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	15,5%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	6,3%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	12,3%

Población analizada: Población ABI República Dominicana con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.65 Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	46,5%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	34,8%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	21,8%
No, en general no he notado en nadie este efecto	22,8%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.67 Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Al menos una vez al mes	42,8%	45,0%
Al menos cada 3 meses	18,6%	20,8%
Al menos cada 6 meses	12,8%	13,3%
Con menor frecuencia / solo he comprado una vez	14,7%	13,3%
Nunca he comprado por Internet	11,1%	7,6%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.68 Variación en la frecuencia de compra por Internet

	2020
Ahora compro con MÁS frecuencia por Internet	33,9%
No, compro con la misma frecuencia que antes de la pandemia	35,2%
Ahora compro con MENOS frecuencia por Internet	30,9%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	12,3%

Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.69 Predisposición a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían) (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Predisposición al uso de iniciadores de pago	75,0%	81,0%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana que ha comprado por Internet y menciona que no conocía los iniciadores de pago

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.70 Disposición a considerar a las grandes compañías tecnológicas para contratación, información y asesoramiento financiero (evolutivo 2019-2020).

	2019	2020
Contratar créditos o préstamos personales	26,1%	20,5%
Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios	42,3%	46,3%
Recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones	50,5%	56,8%
Realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias.	43,0%	43,3%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.71 Nivel de interés por compartir, a cambio de incentivos, información financiera con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con las entidades bancarias.

	2019	2020
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	30,9%	28,0%
Interés por compartir tu información personal en RRSS con tu banco	40,3%	37,8%

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

España

- España es **uno de los países menos multibancarizados**. Más de la mitad de la población ABI opera solo con un banco (54,7%). También es uno de los países con mayor estabilidad en la relación con la entidad financiera principal, que se extiende hasta los 13,7 años de media
- Es el **único país de Europa donde aumenta la multitenencia de tarjetas de débito** (pasa de un 22,7% de población ABI con dos o más tarjetas de débito a un 30,2%) y se colorea en porcentajes más cercanos a los de Portugal y Reino Unido
- España es el **país donde se produce un mayor aumento** de la población ABI que utiliza la **tarjeta de crédito para las compras de alto valor**, que pasa de un 48,8% a un 59,4%
- **Tres de cada cuatro españoles utilizan el pago a fin de mes**, convirtiéndose en la modalidad de uso de la tarjeta de crédito más extendida, y el país que más la utiliza
- España se encuentra alineada con Europa en cuanto a que el pago con tarjeta sigue siendo el medio de pago principal para el 60,3% de la población ABI. Estas tarjetas, en su mayoría (78,4%) son tarjetas contactless
- Es **el país donde menos población ABI ha sacado dinero en efectivo de cajeros** (66,7%), en línea con Europa. No ha desarrollado una fobia significativa a tocar billetes o datáfonos (el 40,8% de la población ABI no ha sentido aversión)
- Respecto al pago con dispositivos móviles, España se posiciona como uno **de los países donde se da el uso más extendido de apps de pago entre particulares** (el 46,3% de la población ABI utilizó este medio durante el último mes)
- La forma de pago con dispositivos móviles a través de **NFC es claramente dominante** en España (84,3%)
- **Se produce el mayor incremento**, dentro de los países europeos, **en el uso del smartphone para compras por Internet** (pasa de un 50,4% en el periodo anterior a un 60,5%), igualándose con el uso del ordenador personal
- España es el **único país europeo donde se produce un incremento en el interés por compartir información financiera con las bigtech** (+3,9 p.p.) **y compartir información personal en redes sociales con la banca tradicional** (+5,5 p.p.). Sin embargo, incluso con este incremento, los porcentajes totales de población ABI que demuestran este interés son bajos

Tabla 6.72 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un banco	52,3%	54,7%
Dos o más bancos	47,7%	45,3%

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.73 Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Años de relación con la entidad bancaria principal	12,6	13,7

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.74 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	86,9%	87,0%
Una tarjeta de crédito	59,4%	54,8%
Una tarjeta prepago	22,1%	23,0%

Tabla 6.76 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	42,6%	49,3%
Compras de alto valor	48,8%	59,4%
Para sacar dinero del cajero	41,4%	47,5%

Población analizada: Población ABI España con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.77 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	75,3%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	17,8%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	1,4%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	5,5%

Población analizada: Población ABI España con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.78 Medio de pago principal (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	27,4%	22,0%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	60,1%	60,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	7,5%	6,8%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	0,2%	0,3%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	1,0%	50,0%
Criptomonedas	0,5%	0,0%

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.79 Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

	2020
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	78,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	21,6%

Población analizada: Población ABI España que indica la tarjeta como medio de pago principal

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.81 Retirada de dinero en efectivo durante la pandemia de covid-19

	2020
Sí, en un cajero automático	66,7%
Sí, en la ventanilla de un banco	5,5%
Sí, desde otro tipo de establecimientos que permiten la retirada de dinero en efectivo (ej. corresponsal bancario, agente, bodega...)	2,0%
No, no he sacado dinero en efectivo	28,6%
No sé, no estoy seguro/a	3,1%

Población analizada: Total población ABI España

(400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.82 Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	28,3%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	19,5%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	26,5%
No, en general no he notado en nadie este efecto	40,8%

Población analizada: Total población ABI España

(400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.83 Medios de pago a través de dispositivos móviles utilizados el último mes

	2020
Pago a través del smartphone o smartwatch en comercios físicos	12,8%
Apps de pago entre particulares a través del móvil	46,3%

Población analizada: Total población ABI España

(400 casos por país)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.84 Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos

	2020
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	84,3%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	19,6%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	13,7%
Pago in-App	15,7%

Población analizada: Población ABI España que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Italia

- Italia no es solo **el país menos multibancarizado** de los analizados (el 57,3% de la población ABI solo opera con un banco), sino **también el menos multitarjeta de cualquier tipología**
- **Tres de cada cuatro italianos dispone de tarjeta prepago**, lo que constituye un fenómeno propio del país que no tiene similitudes con ningún otro analizado
- Italia se establece como **el país donde más población ABI utiliza la tarjeta de crédito para compras de alto valor** (64,2%)
- Respecto al uso del crédito de la tarjeta, Italia se asemeja al modo de proceder europeo utilizando por la mayor parte de la población ABI el pago a fin de mes (63,3%). Sin embargo, destaca por ser **el país que más utiliza el crédito disponible en la propia tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes (modalidad revolving)** (16,6%)
- Es, junto con España, **el país donde mayor porcentaje de población ABI elige como medio de pago principal la tarjeta** (61,3%)
- A pesar de la pandemia, casi la mitad de la población italiana (47,8%) no ha experimentado fobia a tocar dinero en efectivo o datáfonos
- Italia es el segundo país, solo por detrás de Reino Unido, que acumula **mayores porcentajes de población ABI compradores frecuentes** (al menos una vez al mes) **por Internet** (68,6%)
- En relación con el **segundo factor de autenticación**, Italia se destaca como el país que, en mayor medida, quiere tener el control y el 60,9% de la población ABI que compra por Internet **prefiere la solicitud de este segundo factor en todas y cada una de las operaciones**
- Italia es **el país europeo que más disposición muestra para trabajar con las bigtech** en términos financieros, mostrando una predisposición en este ámbito más similar a la de países latinoamericanos. También es, **dentro de Europa, el país que mayor interés demuestra en compartir datos personales de redes sociales con entidades bancarias tradicionales** (24,0%) **o datos financieros con las bigtech** (25,8%) a cambio de incentivos

Tabla 6.87 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI

	2020
Un banco	57,2%
Dos o más bancos	42,8%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.89 Tenencia de tarjetas en la población ABI

	2020
Una tarjeta de débito	84,5%
Una tarjeta de crédito	57,3%
Una tarjeta prepago	75,3%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.88 Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente

	2020
1 Tarjeta de débito	81,4%
2 o más tarjetas de débito	18,6%
1 Tarjeta de crédito	85,2%
2 o más tarjetas de crédito	14,8%
1 Tarjeta prepago	83,7%
2 o más prepago	16,3%

Población analizada: Población ABI Italia con tenencia de cada tipo de tarjeta
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.90 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2020
Compras de bajo valor	52,0%
Compras de alto valor	64,2%
Para sacar dinero del cajero	44,5%

Población analizada: Población ABI Italia con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.91 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	63,3%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	17,9%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	2,2%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	16,6%

Población analizada: Población ABI Italia con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.92 Medio de pago principal

	2020
Efectivo	19,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	58,8%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	9,0%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	0,3%
Boleto bancario	0,0%
Tarjeta virtual	1,8%
Criptomonedas	0,3%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.93 Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	26,0%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	20,8%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	15,3%
No, en general no he notado en nadie este efecto	47,8%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.94 Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

	2020
Al menos una vez al mes	68,6%
Al menos cada 3 meses	23,0%
Al menos cada 6 meses	4,8%
Con menor frecuencia / solo he comprado una vez	2,8%
Nunca he comprado por Internet	0,8%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.95 Supuestos en los que se prefiere la solicitud de un doble factor de autenticación

	2020
Siempre, para cada una de las operaciones	60,9%
Únicamente cuando sea obligatorio	22,0%
Espero que aplique inteligencia (artificial) y me requiera el segundo factor de autenticación cuando sea necesario o sospechoso	14,6%
En ningún caso	2,5%
Nunca he comprado por Internet	0,8%

Población analizada: Población ABI Italia que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.96 Disposición a considerar a las grandes compañías tecnológicas para contratación, información y asesoramiento financiero

	2020
Contratar crédito o préstamos personales	16,8%
Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios	23,8%
Recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones	21,3%
Realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias.	25,8%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.97 Disposición a considerar a las grandes compañías tecnológicas para contratación, información y asesoramiento financiero

	2020
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	24,0%
Interés por compartir tu información personal en RRSS con tu banco	25,8%

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Portugal

- Portugal destaca por la **estabilidad respecto a la tenencia de tarjetas** de la población ABI. Sin embargo, establece **diferencias en cuanto al uso de las tarjetas de crédito**, protagonizando el **mayor aumento de este tipo de tarjetas para las compras de productos de bajo valor** (de un 20,7% a un 34,5%)
- Seguendo el perfil europeo, la modalidad de uso mayoritario de las tarjetas de crédito es el pago a fin de mes (65,1%), pero **es el país europeo que más utiliza el sistema de crédito sin intereses** (21,4%)
- Experimenta el mayor aumento en la cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes, pasando de 2,8 en el periodo anterior a 3,3 en 2020, lo que le sitúa, **junto con Brasil, a la cabeza en multisistemas de pago**. Esto repercute en un aumento en el porcentaje de población ABI que ha utilizado los diferentes medios de pago (incluso el efectivo), **si bien es el país que en menor medida elige el efectivo como medio de pago principal** (11,3%)
- Aunque el porcentaje de población ABI que ha utilizado el dinero en efectivo durante el último mes ha aumentado, el 73,9% declara haber disminuido la frecuencia de uso. Esto se pone en relación directa

con el hecho de que **es el país de Europa que en mayor medida declara haber sufrido aversión a tocar efectivo o datáfonos**, especialmente de forma personal (38,3%)

- Respecto al **pago a través de dispositivos móviles, todas las formas de pago son utilizadas por porcentajes muy similares** (38,0% QR dinámico, 39,4% pago in app, 49,3% QR estático y 54,9% NFC). Respecto a las barreras declaradas por la población ABI que aún no utiliza sus dispositivos móviles para el pago en comercios físicos, Portugal se alinea con las motivaciones declaradas por el resto de los países europeos, pero es, de ellos, **el que más indica la falta de opciones a este respecto que les brindan los establecimientos** (17,9%)
- En relación con las compras online, **Portugal destaca por tener como dispositivo predilecto, en contraste con el resto de los países analizados, el ordenador personal** (81,4%)
- La población ABI portuguesa es la menos predispuesta** (junto con la de Reino Unido) **a trabajar en términos financieros con las bigtech**. Además, es el país que muestra menores intereses de compartir información tanto con las bigtech como con la banca tradicional a cambios de incentivos

Tabla 6.98 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	97,0%	96,5%
Una tarjeta de crédito	61,3%	63,0%
Una tarjeta prepago	24,7%	23,3%

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.99 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	20,7%	34,5%
Compras de alto valor	36,6%	36,9%
Para sacar dinero del cajero	14,6%	21,4%

Tabla 6.100 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	65,1%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	21,4%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	2,4%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	11,1%

Población analizada: Población ABI Portugal con tenencia de tarjeta de crédito
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Población analizada: Población ABI Portugal con tenencia de tarjeta de crédito
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.101 Cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Número de medios de pago utilizados el último mes	2,8	3,3

Población analizada: Población ABI Portugal con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.102 Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	74,3%	83,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/prepago físicas (plástico)	69,8%	83,0%
Cargo en cuenta/transferencia/domiciliaciones	69,8%	84,3%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	2,2%	4,8%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	21,9%	26,0%
Criptomonedas	1,0%	0,3%

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.103 Medio de pago principal (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	24,6%	11,3%
Tarjeta/s de débito/crédito/prepago físicas (plástico)	47,7%	61,3%
Cargo en cuenta/transferencia/domiciliaciones	24,1%	20,3%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	0,0%	0,3%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	1,3%	1,3%
Criptomonedas	0,0%	0,0%

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.104 Variación en la frecuencia de uso de los diferentes métodos de pago a raíz de la pandemia covid-19

	2020
He aumentado su uso	1,3%
He mantenido su uso en la misma medida	24,8%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	73,9%

Población analizada: Población ABI Portugal según uso de cada medio de pago

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.105 Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	38,3%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	20,0%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	18,3%
No, en general no he notado en nadie este efecto	40,0%

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.106 Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos

	2020
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	54,9%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	38,0%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	49,3%
Pago in-App	39,4%

Población analizada: Población ABI Portugal que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.109 Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Ordenador personal o portátil	79,6%	81,4%
Smartphone	50,7%	56,7%
Tablet	11,7%	12,1%
Smartwatch	0,0%	0,8%
Smart TV	0,0%	0,3%
Asistente virtual	0,0%	0,5%

Población analizada: Total población ABI Portugal que ha comprado por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Reino Unido

- Reino Unido continúa siendo el **país europeo más multibancarizado** (el 63,5% de la población ABI opera con dos bancos o más). A pesar de esto, **es el país con las relaciones más duraderas con la entidad bancaria principal**, que además aumenta respecto a 2019 (pasa de 18,2 a 19,6 años de media)
- Respecto a la tenencia de tarjetas, desciende ligeramente respecto al periodo anterior la población ABI tarjetahabiente de prepago y crédito, pero continúa siendo **líder en tenencia de tarjeta de débito** (casi la totalidad de la población ABI, 98,3%)
- También es **el país europeo más multitarjeta de crédito**, aunque experimenta un ligero descenso de población ABI con dos tarjetas de crédito o más respecto al anterior periodo, pasando del 47,6% al 45,2%
- Reino Unido es, junto con Italia, **el país donde más población ABI utiliza su tarjeta de crédito para las compras de alto valor** (61,3%), y es, de todos los países analizados, **el que menos la usa para sacar dinero del cajero (ATM)** (11,5%)
- Se produce una **destacable caída de la población ABI que hace uso del efectivo** (pasa del 82,3% al 66,5%) y repercute en un aumento de la población que utiliza el pago desde cuenta, que pasa del 59,9% al 76,5%. Este último medio de pago, además, toma posiciones como medio de pago principal, pasando de ser elegido por el 13,1% de la población ABI al 21,3%, aunque la tarjeta sigue siendo el medio de pago principal para más de la mitad de la población ABI de Reino Unido (57,5%). Respecto al uso de **tarjetas**, estas son con una **amplia mayoría del tipo contactless** (85,2%) siendo el país que más utiliza esta tipología de todos los analizados
- **Es el país que menos aversión a tocar efectivo o datáfonos ha experimentado** (el 57,8% de la población ABI de Reino Unido no ha notado este miedo o fobia)
- En Reino Unido destaca un **bajo uso de los sistemas de pago a través de smartphone**, especialmente de las apps de pago entre particulares (apenas utilizadas por el 8,5% de la población ABI)
- Reino Unido destaca en entender como innecesarios estos sistemas de pago a través de smartphone o smartwatch (42,1%) como principal motivo para el no uso de los mismos
- Aunque la composición de la población ABI de Reino Unido comprende estratos de mayor edad, la compra online está muy asimilada y es **el país donde se agrupa el mayor porcentaje de población ABI que compra con frecuencia** (al menos una vez al mes), llegando a ser del 72,6%
- Respecto al dispositivo de compra online, Reino Unido se diferencia del resto de países siendo el que menos utiliza el smartphone (37,6%) y el que, en comparación con el resto de los países, más hace uso de la tablet, incluso tras sufrir un descenso durante este periodo (pasa del 26,4% al 20,3%)
- Respecto a los medios de pago por Internet y, en concreto, a la predisposición para el **uso de los iniciadores de pago**, Reino Unido **es el país que menos dispuesto se muestra a su uso**, apenas 3 de cada 10 individuos de población ABI lo utilizaría
- Reino Unido también muestra una baja disposición a trabajar, en términos financieros, con las bigtech, especialmente en lo referido a créditos y préstamos (3,8%). Esto se deriva de la **pobre imagen** que mantiene la población ABI **respecto a las bigtech y su posible desempeño en el ámbito financiero**, ya que el 45,5% **considera que las empresas tecnológicas darán un servicio peor que la banca tradicional**

Tabla 6.114 Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Un banco	32,2%	36,5%
Dos o más bancos	67,6%	63,5%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.115 Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Años de relación con la entidad bancaria principal	18,2%	19,6%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.116 Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Una tarjeta de débito	99,0%	98,3%
Una tarjeta de crédito	73,7%	69,8%
Una tarjeta prepago	13,0%	9,5%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.117 Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
1 Tarjeta de débito	68,8%	70,0%
2 o más tarjetas de débito	31,2%	30,0%
1 Tarjeta de crédito	52,4%	54,8%
2 o más tarjetas de crédito	47,6%	45,2%
1 Tarjeta prepago	86,5%	81,6%
2 o más prepago	13,5%	18,4%

Población analizada: Población ABI Reino Unido con tenencia de cada tipo de tarjeta
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.118 Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Compras de bajo valor	35,0%	41,6%
Compras de alto valor	58,2%	61,3%
Para sacar dinero del cajero	10,9%	11,5%

Población analizada: Población ABI Reino Unido con tenencia de tarjeta de crédito
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.119 Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

	2020
Pagar el total de mis compras a fin de mes	67,7%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	14,0%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	6,5%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	11,8%

Población analizada: Población ABI Reino Unido con tenencia de tarjeta de crédito
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.121 Medio de pago principal (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Efectivo	19,9%	11,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	64,5%	57,5%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	13,1%	21,3%
Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)	0,0%	0,3%
Boleto bancario	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	1,0%	1,8%
Criptomonedas	0,0%	0,0%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Reino Unido

Tabla 6.122 Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

	2020
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	85,2%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	14,8%

Población analizada: Población ABI Reino Unido que indica la tarjeta como medio de pago principal
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del

Tabla 6.123 Variación en la frecuencia de uso de los diferentes métodos de pago a raíz de la pandemia covid-19

	2020
He aumentado su uso	3,9%
He mantenido su uso en la misma medida	25,1%
He disminuido uso o he dejado de utilizar este sistema	71,0%

Población analizada: Población ABI Reino Unido según uso de cada medio de pago
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.124 Aversión a tocar dinero en efectivo y datáfonos

	2020
Sí, yo mismo/a lo he tenido	15,8%
Sí, lo he notado en amigos/as o familiares	14,0%
Sí, lo he notado en los/as dependientes/as de los establecimientos, conductores/as del transporte público, etc.	25,8%
No, en general no he notado en nadie este efecto	57,8%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.125 Medios de pago a través de dispositivos móviles utilizados el último mes

	2020
Pago a través del smartphone o smartwatch en comercios físicos	19,0%
Apps de pago entre particulares a través del móvil	8,5%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.127 Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos

	2020
Porque no es algo que encuentre necesario	42,1%
Porque no me da confianza	23,6%
Porque no tengo conexión permanente a Internet en mi smartphone o smartwatch	7,1%
Porque mi smartphone o smartwatch no tiene esa tecnología	5,7%
Porque así tengo menos control sobre lo que gasto	4,6%
Porque no sabía que se podía	4,3%
Porque me parece muy complicado	3,9%
Porque en los establecimientos no me dan esa opción	2,1%
Otro motivo (especificar)	6,6%

Población analizada: Población ABI Reino Unido en posesión de smartphone o smartwatch que no lo han utilizado como medio de pago en establecimientos físicos
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.128 Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Al menos una vez al mes	71,3%	72,6%
Al menos cada 3 meses	19,5%	17,5%
Al menos cada 6 meses	6,5%	5,8%
Con menor frecuencia / solo he comprado una vez	2,2%	2,8%
Nunca he comprado por Internet	0,5%	1,3%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.129 Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2019-2020).

	2019	2020
Ordenador personal o portátil	65,1%	64,0%
Smartphone	40,5%	37,6%
Tablet	26,4%	20,3%
Smartwatch	1,0%	0,8%
Smart TV	1,0%	0,5%
Asistente virtual	1,0%	0,3%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido que ha comprado por Internet
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.130 Predisposición a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían) (evolutivo 2019-2020)

	2019	2020
Predisposición al uso de iniciadores de pago	28,9%	30,2%

Población analizada: Total población ABI que ha comprado por Internet y menciona que no conocía los iniciadores de pago
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.131 Disposición a considerar a las grandes compañías tecnológicas para contratación, información y asesoramiento financiero (evolutivo 2019-2020).

	2019	2020
Contratar crédito o préstamos personales	6,2%	3,8%
Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios	7,7%	7,0%
Recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones	8,2%	9,0%
Realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias.	15,0%	10,3%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Tabla 6.132 Percepción de la calidad el servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca

	2019	2020
Un mejor servicio que los bancos tradicionales	15,7%	12,8%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	39,7%	41,7%
Un peor servicio que los bancos tradicionales	44,6%	45,5%

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país)
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Conclusiones y reflexiones

La covid-19 y la recesión económica inciden en la disposición de crédito

El impacto económico transversal a todos los países causado por la pandemia de la covid-19 pasa factura y desciende casi en la totalidad de los países la población que dispone de tarjeta de crédito. Este impacto también tiene repercusiones en el fenómeno de multibancarización que se venía experimentado en periodos anteriores y le pone freno (a excepción de Brasil), mientras que se produce una extensión de la duración de la relación con la entidad principal.

Momento de multiplicidad de medios de pago

Se ha producido un aumento en todos los países de la cantidad de medios de pago utilizados. Los nuevos medios vienen a poner en jaque a los habituales, todo ello impulsado por la covid-19. Así, el efectivo sufre una nueva caída (que ya venía experimentando en años anteriores) y cobran fuerza medios de pago más digitales, especialmente el pago desde cuenta. Sin embargo, la tarjeta sigue siendo el medio de pago principal en todos los países.

Contradicciones e idiosincrasias en el uso de efectivo y la aversión a tocarlo por el riesgo de contagio

Respecto al dinero en efectivo, se han generado comportamientos contradictorios dentro de la población de los distintos países. Así, en Latinoamérica se ha percibido una mayor fobia a tocar dinero y, sin embargo, son los países donde más población acudió a cajeros automáticos (u otros establecimientos) a retirar dinero en efectivo. En Europa, por el contrario, es donde menos fobia o aversión se ha experimentado, y son sin embargo los países donde menor porcentaje de población ha acudido a sacar dinero de los cajeros automáticos.

La población demanda mayor celeridad en la adaptación de los comercios para poder realizar pagos con dispositivos móviles

Los nuevos sistemas de pagos a través del smartphone o smartwatch se ven empoderados al no necesitar contacto, sin embargo, la población parece ir más rápido que la adaptación a estos sistemas por parte de los establecimientos físicos, especialmente en Latinoamérica, ya que esta falta de aceptación es uno de los motivos principales por los que no se usan.

El comercio online sale reforzado tras la pandemia y el móvil se convierte en el establecimiento de compra

El e-commerce, a pesar de la covid, no ha podido reclutar nueva población de consumidores. Sin embargo, sí que se ha visto reforzado por la frecuencia de compra entre los que ya adquirían productos por Internet. Respecto al dispositivo a través del que se realiza la compra, el smartphone se establece como dominante habiendo experimentado un incremento muy significativo en casi todos los países (junto con un descenso en el uso del ordenador personal).

Para garantizar la seguridad de las transacciones en este momento de expansión de e-commerce, la población concuerda en la necesidad de la aplicación del segundo factor de autenticación y que, en términos generales, sea solicitado en todas las operaciones. Las dos opciones con más partidarios son el uso del PIN/CVV y una clave de un solo uso a través de un mensaje de texto, o la apertura de la aplicación bancaria más el uso de la huella dactilar.

Para este tipo de compras online, la tarjeta sigue siendo el medio de pago preferido y el nuevo servicio de iniciadores de pago no parece llegar a calar, especialmente entre la población europea. Una de las grandes barreras es el desconocimiento que aún se tiene de esta modalidad de pago, por lo que se hace difícil valorar su seguridad o facilidad de uso.

Las bigtech no consiguen aprovechar el momento

A pesar de la creciente digitalización impulsada por la covid-19, las bigtech no son capaces de capitalizar este movimiento. La disposición para trabajar con ellas en términos financieros, el interés por compartir información a cambio de incentivos o su posible desempeño en este territorio no atrae a muchos particulares, especialmente en Europa. En cualquier caso, la población se muestra en este periodo poco partidaria de compartir información tanto con las grandes tecnológicas como con la banca tradicional, ya sea por una falta de claridad en los posibles incentivos a los que pueden acceder o por una falta de confianza generalizada en el uso que puedan hacer las grandes entidades con su información.

Agradecimientos

La elaboración de este capítulo ha sido posible gracias a la colaboración de un gran número de profesionales de la industria de los medios de pago. Desde aquí queremos expresar un sincero y especial agradecimiento a:

Argentina

Pierpaolo Barbieri, fundador y CEO, Ualá

Mariano Biocca, Coordinador General, Cámara Argentina Fintech

Ignacio E. Carballo, Docente e Investigador (UBA y UCA), Director Ecosistema de Programas Fintech, Universidad Católica Argentina

Alejandro Cosentino, Fundador y CEO, Afluenta

Brasil

Tiago Aguiar, Superintendente de Novas Plataformas, TecBanTecBan

Jose Carvalho Junior, CIO, Produtos e Inovação, BPP

Carlos Alberto C. Moreira Jr., Superintendente de desarrollo de negocios, ELO

Elvis Tinti, Director Ejecutivo de Ventas y Desarrollo de Negocio, PicPay

Chile

Ángel Sierra, Director Ejecutivo, Asociación Fintech Chile

Víctor Wipe, Gerente General, SB Pay

Colombia

Manuel de la Cruz de la Cruz, Presidente, Banco Santander Colombia

Lina María Jaime Páez, Dirección de Transformación Digital e Inclusión Financiera, Asobancaria

Andrés Mauricio Ramírez Pulido, Director de Transformación Digital e Inclusión Financiera, Asobancaria

Andrés Mauricio Velasco, Subgerente de Sistemas de Pago y Operación Bancaria, BANREP

Costa Rica

Carlos Melegatti, Director de Sistemas de Pago, Banco Central Costa Rica

España

Amelia I. Angulo García, Directora de operaciones de medios de pago, Bankia

Pedro Borges, Gerente General Iberia, viacash

Antonio García Cruz, CEO, PecunPay

Juan Luis Encinas, Director General, Iberpay

Guillermo López-Dóriga Suárez, Director de Innovación, Bankinter Consumer Finance

Carlos Mier, Director de tarjetas y negocio emisor, Bankia

Jacobo Miralles, Head of Data, Engagement & Monetization, BNEXT

Ángel Nigorra, Director general de Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L.

Anna Puigoriol, Directora de servicios financieros de Banc Sabadell

Paloma Real, Country manager, Mastercard España

Jaime Rentero, Director Comercial PecunPay

Juan Gabriel Rodríguez Ampudia, Desarrollo de Negocio de Medios de Pago para América del Sur, BBVA

Carlos Sanz, Director del Departamento de Sistemas de Pago, Banco de España

Italia

Ivano Asaro, Head of Innovative Payments, Osservatori Digital Innovation, Politecnico di Milano

Rita Camporeale, Dirigente Responsabile Ufficio Sistemi di Pagamento, Associazione Bancaria Italiana.

Matteo Risi, Investigador, Osservatorio Innovative Payments - Politecnico di Milano

Ferdinando Visone, PSD2 and Payment Expert Italian Market

México

Jean Marc Mercier Durand,
Coordinador Ejecutivo del Comité
de Tarjetas, Asociación Bancos de
México

Raúl Morales, Gerente de
Infraestructuras y Mercados
Financieros, CEMLA

Alejandro Aníbal Pineda, Director
de Productos Bancarios, BBVA

Luis Silva, Director General,
Asociación Fintech México

José María Sobrevia, Director
Ejecutivo de Banca Digital y
Alianzas, Grupo Financiero Afirme

Perú

Marco Roca, CEO Krealo, brazo de
innovación abierta de Credicorp

Milton Vega, Subgerente del
Sistema de Pagos del Banco Central
de Reserva del Perú

Portugal

Paulo Raposo, Country Manager,
Mastercard

José Vicente, Deputy Manager,
Millennium bcp

República Dominicana

Ángel González Tejada, Director
del Departamento de Sistemas
de Pago del Banco Central de la
República Dominicana

Yilmary Rosario, Consultor Técnico
del Departamento de Sistemas
Pagos del Banco Central de la
República Dominicana.

Maquetación

www.gcarrousel.com

X Edición Informe

Tendencias en Medios de Pago

Avda. de Bruselas 35
28108 Alcobendas
Madrid (Spain)
T +34 91 480 50 00

minsait.com

**¿Quieres conocer más acerca de nuestras
soluciones de medios de pago?**

Escanea este QR



O, si lo prefieres, visítanos en
<https://mediosdepago.minsait.com/es>

minsait payments

An Indra company