

Informe Tecnocom Tendencias en Medios de Pago 2016

Tecnocom

Con la colaboración de



Afi

Tecnocom



Tecnocom es una multinacional española que cotiza en la Bolsa de Madrid desde 1987. En 2006, Tecnocom inició un proceso corporativo de expansión con el objetivo de llegar a ser líder en el mercado de la tecnología de la información español.

Tecnocom es una de las cinco primeras empresas del sector de la tecnología de la información en España (alrededor de 400 millones de euros de ingresos) con una amplia experiencia en operaciones de elevado nivel tecnológico, como medios de pago bancarios o sistemas de automatización. Su presencia regional incluye España, Portugal, Estados Unidos y América Latina (Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú y República Dominicana).

Copyright © 2016 Telecomunicaciones y Energía, S.A.
Todos los derechos reservados

Tecnocom y su logo son marcas
registradas por Telecomunicaciones y Energía, S.A.

Diseño gráfico/maquetación: www.gcarousel.com

Informe TecnoCom sobre

TENDENCIAS EN MEDIOS DE PAGO 2016

TecnoCom



01.
***Lo más destacado
del Informe
Tecnocom 2016***

Lo más destacado del Informe TecnoCom 2016

El despegue del pago y la banca móvil es uno de los fenómenos más característicos de los últimos meses, con el lanzamiento de *wallets* digitales por numerosas entidades, tanto financieras como no financieras, y el desarrollo de plataformas que facilitan esta modalidad de pago.

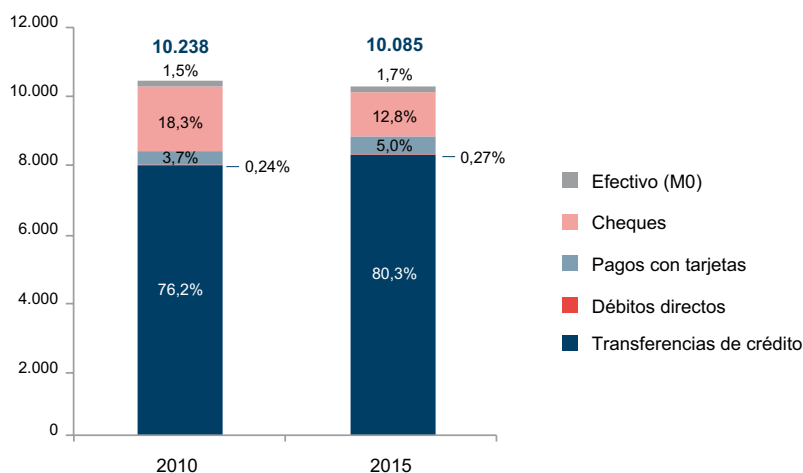
En España, la inauguración de los servicios de pagos inmediatos móviles entre particulares habilitados por Ealia y Bizum, son claros ejemplos del proceso de innovación que experimenta el sector. En América Latina, los avances en los objetivos de política pública de inclusión financiera, el imparable crecimiento del *e-commerce* y *m-commerce* y el esfuerzo en la extensión del acceso y dotación de instrumentos de pago y cobro electrónico a la población, impulsan las ganancias de eficiencia y la transparencia en los pagos. A ambos lados del Atlántico queda pendiente, no obstante, conseguir animar a la adopción y uso universal de los medios de pago electrónico y reducir el uso del efectivo.

El comportamiento de los medios de pago, reflejo del estado de ánimo y del vigor de las economías, muestra signos diferenciados en los países analizados en este Informe. Observamos que España se encuentra en la senda de recuperación del ritmo pre-crisis al tiempo que Portugal, con peor contexto macro, sigue manteniendo un volumen significativamente inferior a ese momento. En América Latina el volumen de transacciones sigue creciendo pero a tasas inferiores que en años anteriores¹: El crecimiento interanual del 4,1% en 2015 contrasta con el 12,1% promedio de las variaciones interanuales de los 5 años anteriores (2009-2014).

Desde una perspectiva regulatoria, el tramo final de 2015 y el año 2016 han estado marcados por cambios normativos de calado. En noviembre de 2015 se aprobaba la segunda generación de la Directiva Europea de Servicios de Pago (PSD2), que hace hincapié en la seguridad y la transparencia de los servicios de pago, así como en la mejora del acceso. En América Latina continúan los esfuerzos por avanzar en la universalización del acceso y uso de los medios de pago electrónico, como en el caso de Chile y la discusión parlamentaria sobre la emisión del prepago abierto por entidades no bancarias; el de Perú con la solución de industria BIM para pagos móviles P2P ya operativa y en previsión de incluir a los comercios; o en México con el impulso a la extensión de las redes de adquirencia de tarjetas en aplicación de la Reforma Financiera. La adecuación a Basilea III, las presiones sobre la limitación a las tasas de intercambio, la adaptación de plásticos y dispositivos a EMV y a tecnología sin contacto, el procesamiento de los pagos transfronterizos, la factura electrónica, la normativa AML/FCI, la privacidad de los datos y la inclusión financiera conforman parte de los retos presentes derivados del entorno regulatorio, que difiere mucho entre países.

Las transferencias electrónicas siguen siendo protagonistas en el universo de los medios de pago minoristas, pues las interbancarias representaban en 2015 el 80,3% del valor total de las transacciones en América Latina (Figura I), con innovaciones en materia de inmediatez en México (SPEI, SPID) y Perú.

Figura I. Valor de las operaciones de pago en América Latina en 2010 y 2015, por instrumento, miles de millones de USD

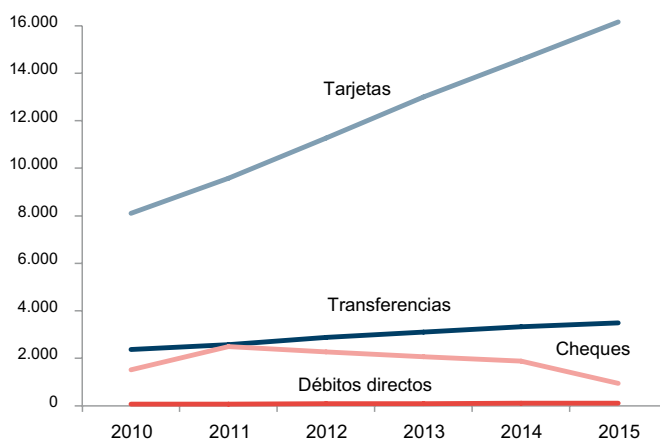


Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

¹ La pérdida de valor de las monedas latinoamericanas frente al dólar estadounidense tiene un efecto directo en las cifras analizadas en este capítulo, en la medida en que todas ellas se encuentran estandarizadas a dicha moneda común (USD). Sirva esta aclaración para una adecuada lectura de los datos aquí presentados.

Quedan sin embargo fuera de la primera posición si consideramos el volumen de operaciones, posición que ocupan los pagos con tarjeta (78%), como puede observarse en la **Figura II**, si bien apenas representan el 5,0% del valor total de los pagos electrónicos minoristas.

Figura II. Número de operaciones de pago en América Latina, 2010-2015, millones

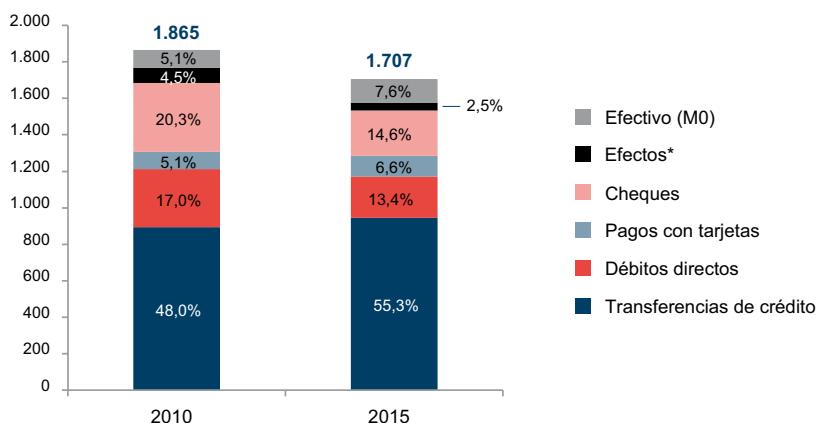


Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

El cheque, por su parte, continúa registrando una contracción tanto en el volumen de operaciones (4,6% del total), como en valor (12,8% en 2015 desde el 18,3% registrado en 2010) resultado de su sustitución gradual por las transferencias electrónicas que ocupan la segunda posición como medio de pago más utilizado (16,9% del volumen de operaciones) y, en mucha menor medida, los débitos directos interbancarios (0,58%).

Estos últimos siguen creciendo de forma muy pausada en buena parte de los países. En España, por su parte (ver **Figura III**), es el segundo medio de pago electrónico utilizado: El 25,6% de las transacciones electrónicas de bajo valor se realizan por domiciliación bancaria (13,4% del valor), aunque su participación ha caído desde registros del 30,0% en 2010. Las transferencias de crédito y los pagos con tarjeta son los únicos que han crecido en volumen en el periodo 2010-2015.

Figura III. Valor de las operaciones de pago en España en 2010 y 2015, miles de millones de EUR



* Efectos son títulos de crédito que pueden cobrarse (cuando son a favor) o deben ser abonados (si son a cargo) al llegar su fecha de vencimiento.

Fuente: Banco de España.

Portugal registra una tendencia similar a la observada en el caso de España, pues la brecha respecto a los niveles pre-crisis se cierra paulatinamente, siendo 2015 el tercer año consecutivo de ligero crecimiento en el valor total de los pagos.

A pesar de los renovados esfuerzos con diferente grado de intensidad en cada país, el uso del efectivo no ha dejado de crecer en los últimos años, siendo el crecimiento especialmente intenso en Colombia (18,3% interanual) y México (17,2%), mientras que en Perú – donde su uso es muy intenso - y Brasil el avance ha sido menor (2,8% y 4,0%).

En España, el efectivo en circulación creció un 9,7% en 2015, contabilizando 129.250 millones de euros y representando un 11,9% del PIB, tres puntos por encima del registro de 2010. Otra variable que permite aproximar la intensidad del uso del efectivo es la que registra los retiros de efectivo en ATM, que alcanzó en 2015 los 114.862 millones de euros, un 3,1% más que el año anterior y segundo año consecutivo de crecimiento tras seis (2008-2013) de caída ininterrumpida. Este fenómeno resulta coherente con la mayor propensión al consumo y la reducida tasa de ahorro de los hogares registrada en las cuentas no financieras de la economía española, equivalente al 9,4% de su renta bruta disponible en 2015, ligeramente por debajo del promedio histórico (9,7%) pero muy inferior al pico registrado en 2009 (13,4%). En Portugal, el efectivo en circulación creció un 5,8% en 2015 hasta los 23.664 millones de euros (13,2% del PIB), ritmo ligeramente superior al promedio del periodo 2010-2015 (4,9%).

La evolución de las tarjetas de crédito y de débito en América Latina sigue mostrando una tendencia claramente ascendente, tal como recoge la **Tabla I**. La modalidad de débito crece a un ritmo superior a la de crédito en Brasil, México, Perú y Portugal en el periodo 2010-2015, mientras que el comportamiento opuesto es observado en República Dominicana, Colombia y Chile. También en España, cuyo parque de tarjetas de crédito recupera la dimensión de 2008. México destaca por registrar una relación 5:1 entre débito y crédito, mientras que en el resto de mercados latinoamericanos la proporción se sitúa en rangos cercanos al 2:1.

Tabla I. Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2015

	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total
Brasil	317.355.389	165.220.803	482.576.192
Chile*	20.818.337	12.775.933	33.594.270
Colombia	22.514.108	13.752.401	36.266.509
México*	141.711.879	29.636.907	171.348.786
Perú	16.416.266	8.232.602	24.648.868
República Dominicana	3.295.037	2.210.698	5.505.735
España	25.097.000	44.819.000	69.916.00
Portugal	14.001.888	6.214.326	20.216.214

*No incluye tarjetas de crédito de casas comerciales

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Chile sigue sobresaliendo en la evolución de tarjetas de crédito, con un crecimiento interanual en 2015 del 27,6% motivado por el continuo trasvase de tarjetas privadas al ámbito bancario², y seguido por Colombia (8,4%). También destaca Chile en débito (+12,9% en 2015), a distancia del crecimiento registrado en el parque de débito en Colombia (7,9%), segundo en el ranking 2015.

Si observamos el periodo 2010-2015, estos dos mercados son también líderes en el crecimiento de las tarjetas de crédito, mientras que en débito las posiciones varían: México ocupa el primer lugar, con un crecimiento anual compuesto del 13,5% para el periodo, seguido de Chile (12,9%), Perú (9,6%) y Colombia (8,4%). En el último año, no obstante, Perú ha visto frenado el notable crecimiento en el número de tarjetas, creciendo las de débito en 2015 un escueto 0,3% mientras que las de crédito cayeron un 0,8%.

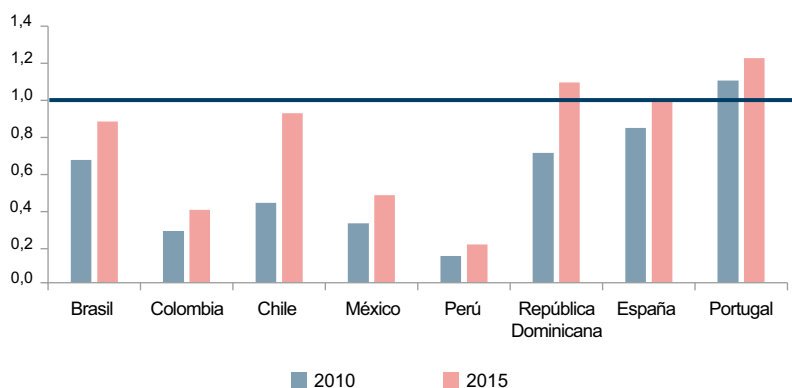
² El parque de tarjetas de crédito no bancarias (retail) asciende a 8,5 millones, cifra que se ha reducido en 6,7 millones en tan solo dos años.

Portugal consolida la tendencia iniciada el año pasado cuando recuperó la senda de crecimiento en el número de plásticos abandonada en 2013. Ambas modalidades de tarjetas, distribuidas en una proporción de 2,3 entre débito y crédito (1,2 en 2010), aumentaron menos del 2% con respecto a 2014, superando los 20 millones de plásticos, un máximo histórico y un 2,3% superior al registro de 2008. Portugal continúa afianzándose como líder en el número de tarjetas de débito por cada mil habitantes (1.357), siendo uno de los cuatro países donde este ratio excede la barrera de la tarjeta por habitante, sólo superado por Brasil (1.526).

En España, la culminación de la práctica totalidad de integraciones bancarias y el retorno a la senda del crecimiento económico ha supuesto un cambio radical de tendencia como anticipábamos en la pasada edición (punto de inflexión), como reflejan los 2,2 millones de tarjetas adicionales en 2015 que contrasta con la pérdida de 2 millones registrada el año anterior. Este avance, del 3,3% interanual, ha repercutido positivamente en el ratio de número de tarjetas por cada mil habitantes deteniendo el deterioro registrado desde que se recogen datos en el marco de este Informe. Los 44,8 millones de tarjetas de crédito en circulación en 2015 recuperan el registro de 2008 con un crecimiento interanual del 3,7%, mientras que los 25,1 millones de tarjetas de débito en 2015 (+2,8% interanual) siguen lejos del máximo en 2008 (31,6 millones en circulación), año en el que el parque global de tarjetas de pago era de 76,4 millones (69,9 en 2015). 2015 ha sido el primer año tras la crisis que el parque de débito registra un crecimiento interanual positivo, sumando casi 700 mil unidades, dato incluso más relevante teniendo en cuenta que algunas de las entidades de mayor tamaño sustituyeron en 2015 parte de su parque de tarjetas de débito por plásticos de crédito.

El uso de tarjetas de pago en el punto de venta ha aumentado considerablemente en 2015, registrando un crecimiento del 7,2% en el número de operaciones, tasa similar a la registrada en 2014 (8,5%) y notablemente superior a las de años anteriores (2,4% de promedio en 2010-2013). En términos de valor, crecen a un ritmo compuesto del 3,4% (2010-2015) impulsado por los crecimientos interanuales del 7,4% y del 6,1% en 2014 y 2015, respectivamente. Sobre este particular, y a pesar de exceder el periodo temporal de análisis, es obligado destacar el hito histórico registrado en el mes de marzo de 2016, cuando el valor de las operaciones de pago con tarjeta en POS superó por primera vez el valor de los retiros con tarjeta en ATM. Esta ratio es una variable sencilla e intuitiva que permite seguir la evolución del “efecto sustitución” del efectivo; la misma aumentó entre 2010 y 2015 en todos los países analizados, como puede apreciarse en la **Figura IV**.

Figura IV. Ratio valor de transacciones con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2010-2015



Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos.

Por tipo de tarjeta, destaca el comportamiento de uso de las de débito, pues tanto el número de operaciones de pagos y retiros (+23,4% en 2015) como el valor pagado / retirado (+20,5%) han aumentado notablemente. El ticket promedio de pagos con débito ha descendido (42,7 euros en 2010 vs. 39,5 euros en 2015). Las de crédito muestran un comportamiento opuesto, en la medida en que el número de operaciones y su valor han disminuido un 7,8% y un 4,5% respectivamente en 2015, con un ticket promedio en pagos estable (48,1 euros en 2010 vs. 47,6 euros en 2015).

En los países latinoamericanos, el ticket promedio en débito se sitúa en torno a los 30 dólares, salvo Colombia (40 USD) y Brasil (20 USD). Las tarjetas de crédito presentan un comportamiento más desigual entre países y entre modalidades en los casos de Colombia (ticket promedio de USD 88), Chile (USD 79), así como Perú (USD 104), mientras que México (USD 54) y Dominicana (USD 56) apenas duplican el importe promedio de las transacciones de pago a débito.

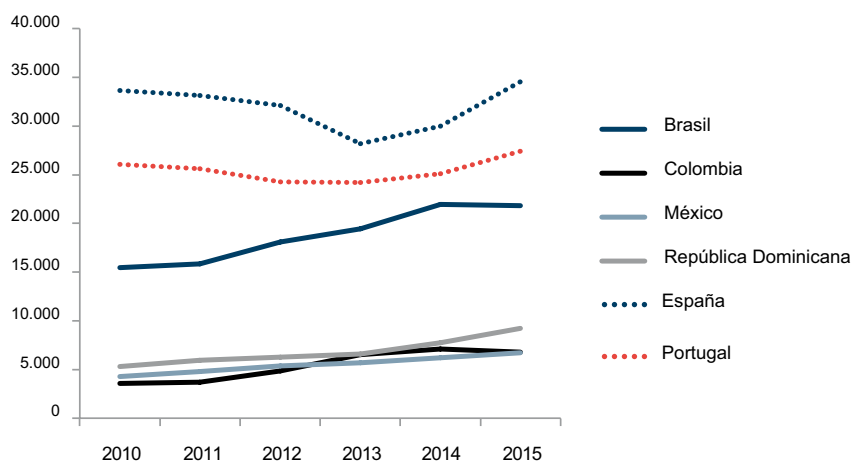
La intensidad de uso de las tarjetas también presenta comportamientos distintos en función de su modalidad. En débito, Chile y Brasil muestran una mayor intensidad de uso con cerca de 50 transacciones por habitante y año que contrasta con las 12 operaciones en República Dominicana. En España, el uso se sitúa ligeramente por encima de las 35 transacciones por habitante/año. En el caso del crédito se distinguen dos grandes comportamientos: por un lado, la mayor intensidad de uso registrada en España y Brasil con cerca de 27 transacciones por habitante y año; por otro, con menos de 10 transacciones por habitante y año, encontramos al resto de países, salvo Chile que se sitúa en torno a las 14.

El recurso a la facilidad de financiación con tarjeta de crédito es una práctica extendida en América Latina, con tasas de crecimiento anual compuesto para el periodo 2010-2015 superiores al 9% en todos los casos, mientras que no registra tanta incidencia en España, si bien se vislumbra como uno de los vectores de negocio para las entidades emisoras asociados a los medios de pago electrónico.

Las redes de ATM en América Latina han registrado un notable crecimiento durante los últimos años, salvo en Chile - donde la red de ATM experimentó un adelgazamiento del 10,4% en 2014 y un estancamiento en 2015 -, España y Portugal desde el inicio de la crisis. Destaca el excepcional crecimiento de Perú (120,6% en 2015).

Por su parte, la **Figura V** pone de manifiesto una evolución creciente de la red de POS y la existencia de dos grandes categorías de países: República Dominicana, Colombia y México con menos de 10.000 POS por cada millón de habitantes; Brasil, España y Portugal con más de 20.000 POS (35.000 en el caso de España).

Figura V. Número de POS por cada millón de habitantes, 2010-2015



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

En materia de corresponsales no bancarios, este año es Perú el país que ocupa la primera posición con casi 2,5 corresponsales por cada 1.000 habitantes, superando al líder de la edición anterior (Colombia). Brasil ha venido reduciendo significativamente su crecimiento desde 2012, registrando en 2015 una caída hasta la tercera posición. República Dominicana, país que más recientemente autorizó la figura, ya supera, con 265 agentes por cada millón de habitantes, a México (198) que sigue avanzando con mayor timidez a pesar de tener aún un largo espacio que cubrir.

El capítulo monográfico está dedicado a los retos de los nuevos métodos de pago habilitados para su uso a través de dispositivos móviles, encontrándonos en un momento en el que pronto podremos verificar si se convertirán en el principal canal de iniciación de todo tipo de pagos, tanto presenciales (sin contacto) como no presenciales (remotos) en distintos entornos (P2P, P2B) independientemente del medio de pago subyacente (tarjeta de pago o transferencia/débito bancarios con cargo en cuenta). Estos nuevos métodos de pago han sido posible gracias a un número de innovaciones tecnológicas asociadas tales como pagos basados en la nube, elemento seguro, HCE y tokenización, que a su vez amplían y difuminan el perímetro de agentes participantes de la industria de los medios de pago, a pesar de que la normativa establece con claridad qué agentes tienen la categoría de proveedores de servicios de pago.

Los nuevos entrantes son fundamentalmente *fintech*, grandes tecnológicas y fabricantes de dispositivos móviles, así como grandes *retailers* que hoy se erigen, en el entorno europeo y en los ámbitos tanto físico como digital, en potenciales proveedores de servicios de pago terceros / *Third Party Payment Service Providers* (TPP) con capacidad de iniciar el proceso de autorización de pagos desde las cuentas de sus clientes. Las disposiciones legales relacionadas con *Access to Account – XS2A* regulan cambios fundamentales en la estructura de la industria de los pagos, más allá de la innovación tecnológica que subyace.

En 2016 observamos que la oferta de servicios de pago móvil se encuentra prácticamente desarrollada en España, mercado en el que, por el lado emisor, buena parte de las entidades bancarias cuentan con una solución de *m-wallet* digital para sus clientes. Por el lado adquirente, la terminalización de POS sin contacto, condición necesaria para el despliegue masivo del pago móvil en comercios, se encuentra muy avanzada en España, a mucha distancia de América Latina. El paso siguiente será conseguir animar a su adopción por parte de los principales usuarios potenciales en los dos extremos de la cadena (consumidor y comercio), para quienes la seguridad, confiabilidad, facilidad de uso y conveniencia son condiciones necesarias que las soluciones deben garantizar.

La oferta de *wallets* digitales coexiste en España con la nueva modalidad de pago sustentada en pagos ejecutados de cuenta a cuenta habilitados por dos plataformas sectoriales: Ealia y Bizum. Comienzan su andadura en el entorno P2P, en el que el pago con tarjeta no ha sido ni es el medio de pago natural, a diferencia del efectivo cuyo uso es aún mayoritario. En el entorno P2B, sin embargo, los interrogantes acerca de su competencia con el pago con tarjeta sí son legítimos, especialmente en la modalidad de débito, aunque es aún pronto para anticipar tendencias concluyentes.

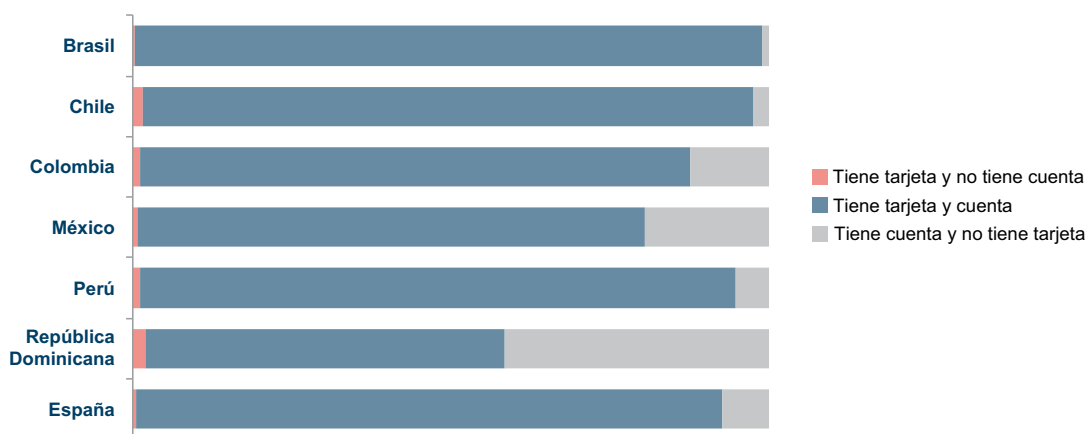
Como también venimos analizando en este Informe, el comercio electrónico minorista en América Latina ha experimentado un crecimiento exponencial durante los cinco últimos años, prácticamente triplicando el volumen de ventas realizadas por este canal (USD 41.000 millones en 2015 vs. USD 13.000 en 2010), concentrando Brasil la mayor parte del valor de las ventas registradas. México, afectado en menor medida por la depreciación de su moneda, sigue a Brasil a una distancia cada año más estrecha y con unas ventas totales en 2015 de USD 13.000 millones. Colombia ocupa la tercera posición (USD 4.130 millones) seguido de Chile (USD 2.400 millones). República Dominicana anota USD 576 millones.

Por su parte, en España, el comercio electrónico ha casi triplicado el volumen de negocio desde 2010. Las cifras publicadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) relativas al ejercicio 2015, que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 297 millones de operaciones de comercio electrónico que supusieron un volumen de negocio de 20.000 millones de euros, un 25,9% más que en 2014.

La última parte del Informe analiza por primera vez el comportamiento y percepciones del segmento de población bancarizada, que aporta una perspectiva diferente y relevante frente a la población general, especialmente en la comparación entre países.

En relación a la tenencia de tarjetas, observamos que la mayoría de bancarizados dispone de algún tipo de plástico, siendo la modalidad de débito dominante en casi todos los países, con la excepción de República Dominicana. La correspondencia entre cuenta y tarjeta es alta (Figura VI), pero solo en Brasil y Chile esta es total. De hecho, un número muy relevante de dominicanos (41,5%), mexicanos (19,4%), colombianos (12,2%) e incluso de españoles bancarizados (7,2%) no disponen de tarjeta, lo que devela un espacio todavía por cerrar. La tarjeta de crédito, presente en porcentajes en torno al 50% de los bancarizados, es la que perfila las diferencias de cada mercado.

Figura VI. Población bancarizada (2016)



n: Total población bancarizada por país (400)

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

Opciones distintas al débito y crédito (prepago, tarjeta de cajero) se mueven con resultados más modestos: La tarjeta prepago tiene escasa autonomía sin otras tarjetas por lo que tiende a convertirse en un producto complementario. Solo en el caso de República Dominicana, y en menor medida Brasil y Chile³, aparece como forma de introducción a los medios de pago electrónico.

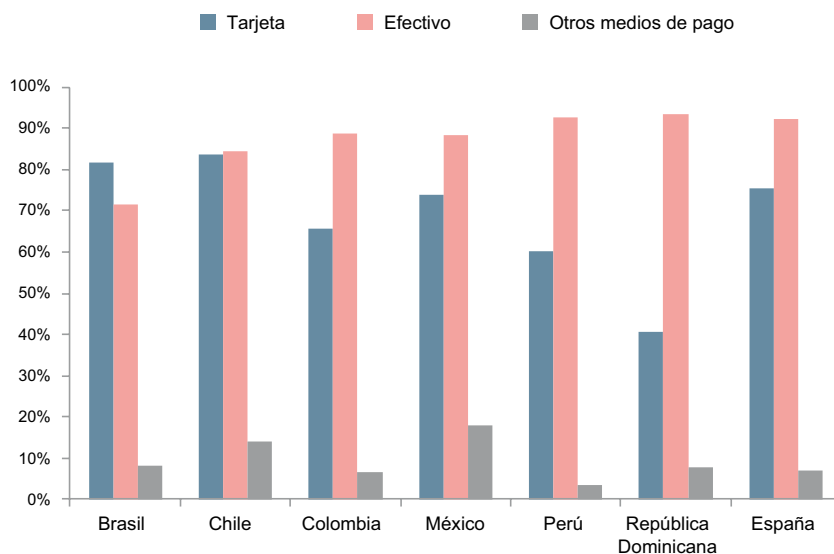
Los resultados muestran un mercado escalonado, con un primer estadio de acceso (solo titulares de cuenta) que retiene a porciones importantes de bancarizados en República Dominicana, México y Colombia; un segundo escalón a partir de la tenencia de la tarjeta de débito; y el núcleo de negocio constituido por los bancarizados que acceden a los tres productos fundamentales. Así, el tipo de bancarizado más habitual incorpora el "pack" de cuenta, tarjeta de débito y tarjeta de crédito.

En República Dominicana y México, donde la penetración de la tarjeta bancaria es menor, la mayor parte de los bancarizados sin tarjeta no ha hecho uso de estos productos en el pasado, y se observa una mayor proporción de aquellos bancarizados que han dejado de tenerla (10,8% y 7,3% respectivamente). Este segmento – bancarizado sin tarjeta - parece difícil de alcanzar con la oferta actual ya que declaran un rechazo importante hacia los costos de tasas y comisiones asociadas a la tenencia y uso de tarjetas (35%), así como dificultad para controlar el gasto (18%). Es además un perfil económicamente dependiente, con un menor nivel de estudios y con dificultad de acceso a servicios bancarios por el ámbito en el que viven, por lo que parece conveniente explorar nuevas propuestas que respondan a estos retos y atender las peculiaridades locales para desarrollar una oferta de productos concreta. En particular, es destacable que la edad media de la población bancarizada en todos los países está alrededor o supera los 40 años, mientras que la población general es mucho más joven (mayoritariamente por debajo de los 30 años) a excepción de España, donde no hay apenas diferencia entre ambas poblaciones. Esto confirma a los jóvenes como uno de los segmentos con el que es necesario hacer un esfuerzo importante de bancarización.

En España, el 74,2% de los titulares de tarjetas manifiestan usarlas con igual frecuencia que el año anterior. En América Latina sí consideran una mayor frecuencia de uso, y un segmento importante de usuarios en México (43,0%), Chile (39,7%), Brasil (39,7%) y Colombia (34,2%) mantiene la intención de intensificar su frecuencia en el próximo año. Solo en Brasil (13,1%), los usuarios con expectativas de menor frecuencia de uso de sus tarjetas superan el 10%.

Analizando los medios de pago usados para gastos semanales (Figura VII), es habitual que el pago en efectivo supere al pago con tarjeta, siendo este comportamiento más acusado en República Dominicana (93,5% vs. 40,5%) y Perú (92,7% vs. 60,2%). El único país en el que esta norma se invierte es Brasil (71,4% vs. 81,8%), con una marcada diferencia en los hábitos de pago frente a cualquier otro de los países observados que posiciona a los bancarizados brasileños como los más afianzados en el uso de tarjetas. Chile se sitúa en un estadio intermedio (84,5% vs 83,5%).

Figura VII. Medios de pago utilizados en la última semana: Tarjetas de pago, efectivo y otros medios de pago - Población bancarizada - (2016)



n: Total población bancarizada por país (400)

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

3 En este caso, se considera el prepago cerrado.

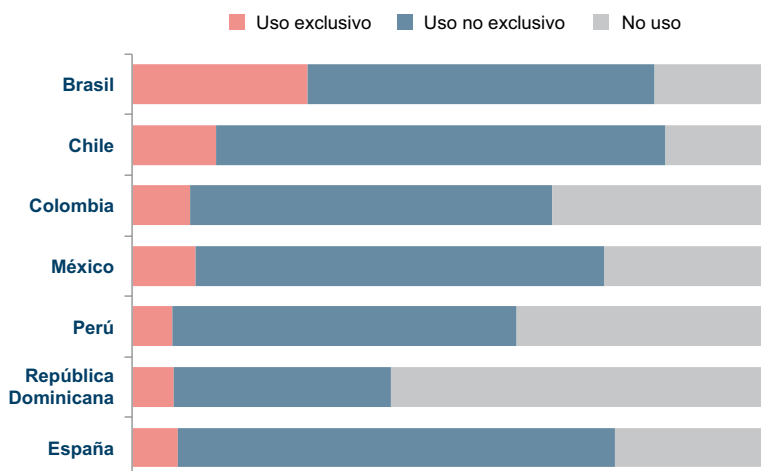
En relación a la frecuencia de uso de las tarjetas, se observa un entorno de estabilidad con cierto crecimiento, con una mayoría de titulares haciendo uso de ellas para pago de sus compras al menos una vez por semana. Destacan en este sentido Brasil (75,4%), México (73,3%), España (67,4%) y Chile (65,2%) con perfiles más dinámicos; en República Dominicana, el uso semanal representa al 50,4%. Perú y Colombia presentan niveles especialmente bajos de uso, con más de un 15,0% de titulares de tarjeta que declaran no usarla de modo efectivo como medio de pago. El uso más intenso – realizan pagos varias veces por semana – se encuentra en Brasil (44,0%), Perú (42,8%) y España (39,8%), mientras que en República Dominicana solo el 16,2% lo hacen.

La liquidación mensual es la pauta más habitual de aplazamiento del pago con tarjeta de crédito en todos los países salvo en Colombia, donde se observa una pauta más decidida hacia el pago en cuotas fijas, y en Brasil, donde el *revolving* es una pauta más relevante. Sobre este aspecto, señalar que se detectan titulares en dificultad de devolver las deudas generadas con tarjeta de crédito en Brasil y Chile: Uno de cada cinco brasileños manifiesta haber recurrido a nuevos créditos para pagar la deuda generada por el uso de tarjetas, el llamado “bicicleteo”. Los chilenos se sitúan en un nivel cercano (17,5%), mientras que en el extremo opuesto se sitúan Perú (5,5%) y República Dominicana (5,4%).

La función de las tarjetas como medio de obtención de efectivo presenta un patrón de frecuencia de uso claramente diferente al observado como medio de pago. El 72,4% de los mexicanos y el 72,0% de los peruanos retiran dinero de los cajeros al menos una vez por semana. En un segundo nivel se sitúan colombianos (64,4%), brasileños (60,8%) y chilenos (57,2%). En los registros más bajos coinciden españoles (48,4%) y dominicanos (47,8%). El tipo de comisión más difundido es el cobro por la retirada de efectivo en ATM que no pertenecen a la entidad que emite la tarjeta. República Dominicana y Chile aparecen como los más afectados por las comisiones cualquiera sea el cajero utilizado.

El uso exclusivo de la tarjeta de pago para atender los gastos semanales no está muy extendido en la mayor parte de los países (Figura VIII), destacando positivamente Brasil (27,4%) y, en el polo opuesto, Perú (6,2%), República Dominicana (6,5%) y España (7,0%).

Figura VIII. Uso de medios de pago en la última semana: Uso exclusivo y no exclusivo de tarjeta Población bancarizada - (2016)



n: Total población bancarizada por país (400)

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

Por su parte, el uso exclusivo del efectivo para realizar todo tipo de pagos semanales es predominante en República Dominicana (56,5% de los bancarizados), seguido de Perú (38,6%), Colombia (31,8%), España (22,6%) y México (21,3%). Brasil y Chile, en coherencia con el mayor uso exclusivo de la tarjeta para pagos semanales, anotan porcentajes menores (17,2% y 14,0% respectivamente).

Al hilo de lo anterior, en esta edición se lleva a cabo un ejercicio de simulación de una situación en la que la tarjeta de pago fuera el medio de pago exclusivo. Así, el público bancarizado con tarjeta muestra una relativa aceptación y percibe ventajas tales como la comodidad, mayor seguridad y el control de los gastos. Reforzar las condiciones que sostienen estas ventajas - disponibilidad de POS, ayudas al control del gasto y mayor comunicación del atributo de la seguridad como valor - son potenciales palancas de promoción de uso. Por el lado negativo, el temor a un aumento del costo de los servicios y la pérdida de espacios de privacidad en los gastos son barreras a tener en cuenta, y que los titulares de la tarjeta buscarán resolver. Si bien la confianza en la privacidad de los pagos no es puesta en cuestión, la posibilidad de contemplar niveles adicionales de privacidad incrementa la disposición a utilizar las tarjetas especialmente en México, Colombia y Chile.

La tarjeta *contactless* muestra una situación todavía incipiente en América Latina, con datos de penetración modestos y un uso residual, lo que contrasta con España donde uno de cada tres bancarizados dispone de este tipo de tarjeta - aunque el uso todavía no acompaña. Parece por tanto necesario un impulso decidido para conseguir una mayor presencia y activar el uso en el punto de venta.

El pago móvil muestra una situación similar: aunque el *smarphone* llega a segmentos ya mayoritarios, todavía solo un porcentaje tiene disponible esta funcionalidad integrada en su dispositivo y su uso es también muy reducido, detectándose un hábito de uso muy afianzado de la tarjeta en su formato de plástico, que puede ser un freno al cambio. También aquí conviene estudiar formas de activación del uso mediante ventajas adicionales y el recordatorio en punto de venta junto con un esfuerzo de difusión, comunicación y terminalización, base de desarrollo de la apetencia por el servicio.

La gran mayoría de bancarizados están incorporados a la compra online, salvo en Perú y República Dominicana donde apenas atrae al 40%. Esta situación se apoya en un equipamiento y conexión disponible altos en todos los países estudiados (al menos un 70% de los bancarizados son internautas) donde se observa que un tercio de bancarizados compra online todos los meses. En estas compras las tarjetas de pago dominan el espectro de medios de pago, aunque otros medios tienen relevancia local: Boleto bancario en Brasil, transferencia bancaria en Chile, Colombia, México, República Dominicana y Perú, donde también tiene presencia el contra-reembolso en efectivo, modalidad también relevante en España, junto con Paypal.

El pago móvil inmediato de cuenta a cuenta ha recibido una valoración globalmente positiva, con mayor relevancia tanto la posibilidad de pagar como recibir dinero de forma inmediata, y de manera secundaria la facilidad de pago sin necesidad de tarjetas o efectivo. México, Brasil, Chile, República Dominicana y Colombia presentan un nivel de interés superior a 7 puntos en una escala de 1 a 10 (60,9%, 57,7%, 56,3%, 51,5% y 51,1% respectivamente) mientras que España y Perú se muestran menos entusiastas (28,6% y 37,0% respectivamente).

Consultados acerca de la confianza generada por distintos tipos de instituciones para la iniciación de pagos en su nombre y el correspondiente cargo en cuenta, se parte de una actitud general de confianza ante grandes *retailers* con notoriedad nacional o internacional, a mucha distancia del grado de confianza generado por el sector público. La disposición favorable total a autorizar el cobro directo de impuestos en la cuenta de banco es minoritaria en todos los países, siempre por debajo del 42% siendo mayor en Chile (41,8%) y Brasil (39,3%), y menor en Perú (20,6%) y República Dominicana (21,6%), encontrándose España en un estadio intermedio de aceptación (35,2%).

Tecnocom



c/ Miguel Yuste, 45
28037 Madrid
Tlf: (+34) 914 368 100 / 901 900 900
Att. Comercial. 902 135 555
Fax: (+34) 914 368 151
info@tecnocom.es
www.tecnocom.es