

XI Edición Informe

# Tendencias en Medios de Pago

Con la colaboración de



minsoit payments

An Indra company

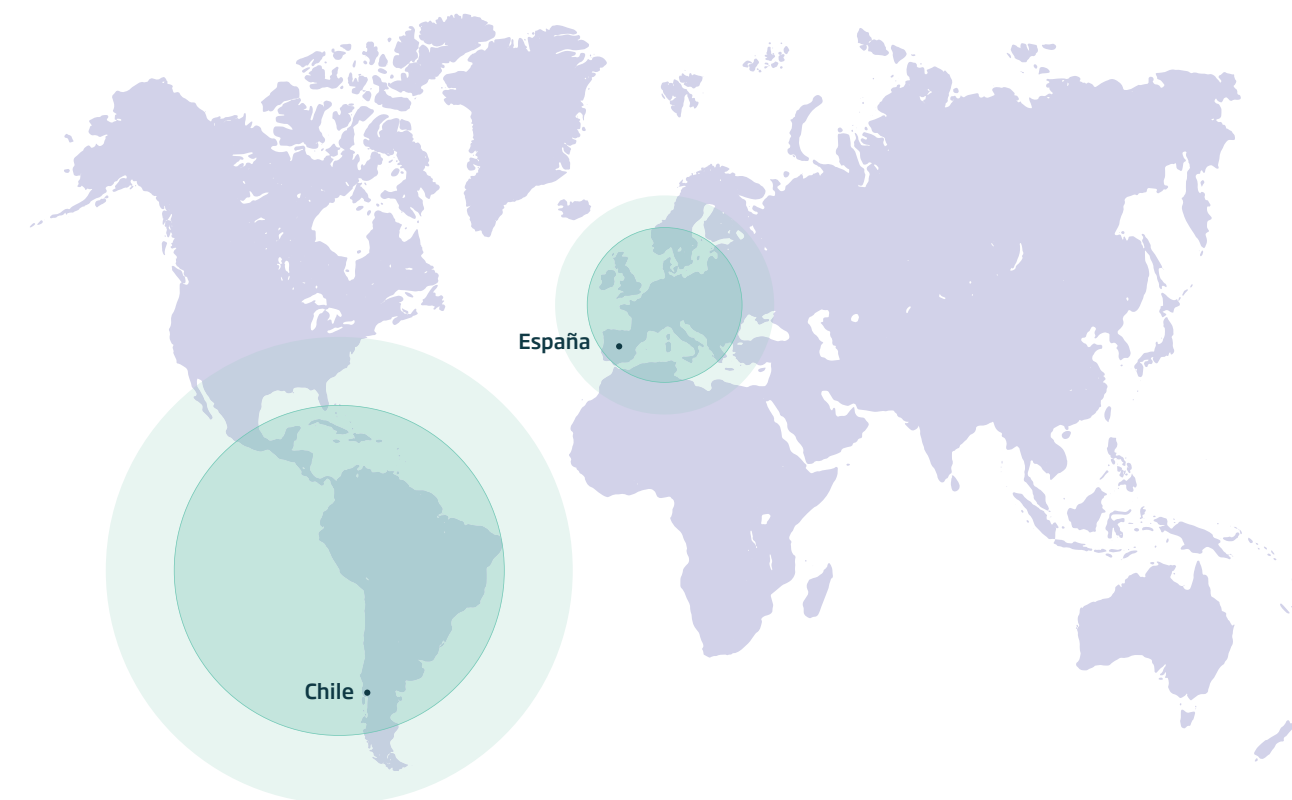
# Building a new vision around Payments

La irrupción en el mercado financiero de nuevos agentes está cambiando el panorama financiero tradicional. Las nuevas tecnologías digitales están configurando un nuevo escenario en el que cada vez más empresas fusionan la experiencia del negocio con la del pago.

Desde Minsait Payments, filial de medios de pago de Minsait, colaboramos con entidades financieras, fintech, retailers y grandes tecnológicas para crear casos de uso innovadores que impulsen el crecimiento de su negocio.

Minsait Payments es el procesador regional latinoamericano y europeo que apuesta por la **emisión moderna de tarjetas** y el **procesamiento de pagos en Cloud** a través de una plataforma apificada y con cobertura global que resuelve los desafíos de regionalización acompañando el crecimiento progresivo del negocio de nuestros clientes.

## Líderes en procesamiento en LATAM y Europa



### Nuestras cifras:

+240

Millones de tarjetas a nivel global

+1.500

Millones de operaciones anuales

+5.000

Millones API consumidas por nuestros clientes

+100

Referencias en clientes distribuidos en diferentes regiones

Las capacidades de nuestra plataforma y nuestros servicios de procesamiento de pagos en Cloud nos permite cubrir las tres visiones del negocio (crédito, débito y prepago) proporcionando:

## Flexibilidad

Modelo de servicio de procesamiento altamente parametrizable y configurable a los nuevos casos de uso que el mercado y nuestros clientes demandan.

## Agilidad

Modelo de comercialización e implementación apoyado en una metodología ágil propia que reduce el time-to-market a semanas, adecuándolo al ritmo que requieren las fintech.

## Escalabilidad

Cobertura global al tiempo que resolvemos los desafíos de regionalización acompañando el crecimiento progresivo del negocio de nuestros clientes.

## Innovación

Plataforma robusta de amplia cobertura funcional sobre la que creamos una propuesta de valor alrededor de negocios de innovación y métodos de pago alternativos.

## Nuestro modelo

Apostamos por un modelo de procesamiento de pagos transversal desde fintech a grandes tecnológicas

Procesador tradicional

Banca Seguros Retail Fintech Transporte Industria

Procesador ágil y flexible

### Nuestra plataforma

Issuing Switch Acquiring Pagos digitales Data Seguridad Loyalty

# Índice

<b>1. Lo más destacado del informe</b>	<b>5</b>
Repaso de los principales hitos de la XI edición del Informe	
<b>2. La visión del sector</b>	<b>27</b>
Descubre de la mano de los principales players del sector, retos y tendencias actuales y futuros para el sector de los medios de pago	
<b>3. El sector en cifras</b>	<b>87</b>
Contrastaremos con la evolución de la industria a partir de las cifras publicadas por los organismos oficiales y las encuestas realizadas a la población bancarizada	
<b>4. Demanda</b>	<b>118</b>
Visión global y evolutiva de las tendencias de los medios de pago desde la perspectiva de la población más relevante para el sector financiero, la población bancarizada internauta	

1

# Lo más destacado del informe





Ecuador se incorpora al Informe	9
La (falta de) aceptación universal condiciona el uso del dinero en efectivo	9
Los pagos desde cuenta, muchos inmediatos, eclosionan en la pandemia	10
La COVID causa un efecto de acaparamiento del efectivo	15
Preeminencia global de la tarjeta de débito...	15
... pero no aún de uso en POS frente a ATM	15
La financiación con tarjeta de crédito sigue siendo un patrón más latinoamericano que europeo	18
El comercio electrónico solo pincha en Italia	18
Fieles a una demanda que es preciso escuchar y leer	19
Los bancos ceden terreno	20
Preferencias reveladas vs preferencias declaradas	21
BNPL, un fenómeno incipiente y creciente, sobre todo en Latinoamérica	25
El smartphone es ya el dispositivo dominante	26
Muchas más tendencias y hallazgos	26

El ecosistema de los pagos se encuentra en 2021, superado un 2020 calificado hace un año como extraordinario, en un momento de tránsito acelerado hacia el desarrollo de capacidades plenas en el mundo físico y el digital, dimensiones ambas en las que los pagos son cada vez más rápidos, fáciles de usar y cómodos.

Estas capacidades híbridas se espera que sean innatas a todo tipo de dispositivos conectados, que cualquier solución sea operable desde un mismo canal y que sea capaz de responder sin hacerse notar, al contexto particular en el que nos encontremos. Ello impone retos que hoy reciben la máxima atención de las autoridades y de la industria en el ámbito de la interoperabilidad, de la inmediatez, de la privacidad de la información y de la superación de las fronteras políticas.



Queda constatado en 2021 que los pagos ya no son un negocio exclusivo de los bancos, hecho que provoca, en tiempo real, importantes implicaciones regulatorias y de negocio, marcadas también por la creciente tendencia a la consolidación de agentes por medio de fusiones y adquisiciones que cada año batan récords en valoración y en alcance geográfico. Fusiones y adquisiciones que además traen consigo el despliegue de nuevos servicios de valor añadido al mero pago, como el que ilustra la modalidad de Buy Now Pay Later al que por primera vez se le dedica espacio en este Informe.

La preocupación por la sostenibilidad medioambiental comienza a estar tímidamente presente en la industria de los pagos y es una tendencia que indudablemente será más visible con el paso del tiempo, si bien se anticipa que no habrá que esperar muchos años para su consolidación.

Fruto de los análisis que durante el transcurso del año se han realizado para elaborar este Informe, se evidencia que nos encontramos a las puertas de un conjunto de disrupciones que harán mutar al actual ecosistema de pagos a uno más adaptado a las necesidades y capacidades que demanda el siglo XXI: una red de pagos inmediatos y universales. Y todo ello antes de 2030.



## Ecuador se incorpora al Informe

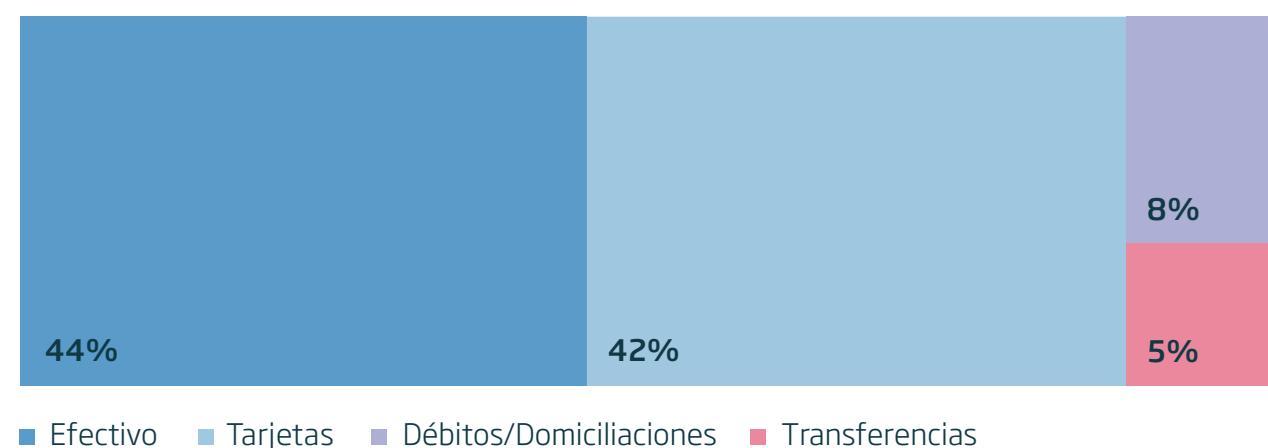
Cada año este Informe ha procurado dar cabida a un mayor número de países, y en 2021 es Ecuador quien protagoniza la ampliación del alcance geográfico analizado. Ecuador fue pionero en la emisión de monedas digitales de bancos centrales, hoy uno de los temas más disruptivos en la industria de los pagos, si no el más.

Ecuador ilustra la realidad de un mercado con importantes retos en materia de inclusión financiera que complementa la mostrada por el resto de países latinoamericanos que históricamente han formado parte del Informe. Es el único país dolarizado y con una institucionalidad de supervisión comparativamente más segmentada que la que presentan sus homólogos latinoamericanos, brindando una visión ilustrativa adicional al conjunto del Informe.

## La (falta de) aceptación universal condiciona el uso del dinero en efectivo

El ejercicio colaborativo elaborado a partir de las respuestas facilitadas a un cuestionario ad-hoc por 225 expertos y expertas de la industria de los pagos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, República Dominicana, España, Italia, Portugal y Reino Unido, permite cuantificar y contrastar cada año las percepciones sobre las tendencias más relevantes en innovación en materia de pagos digitales.

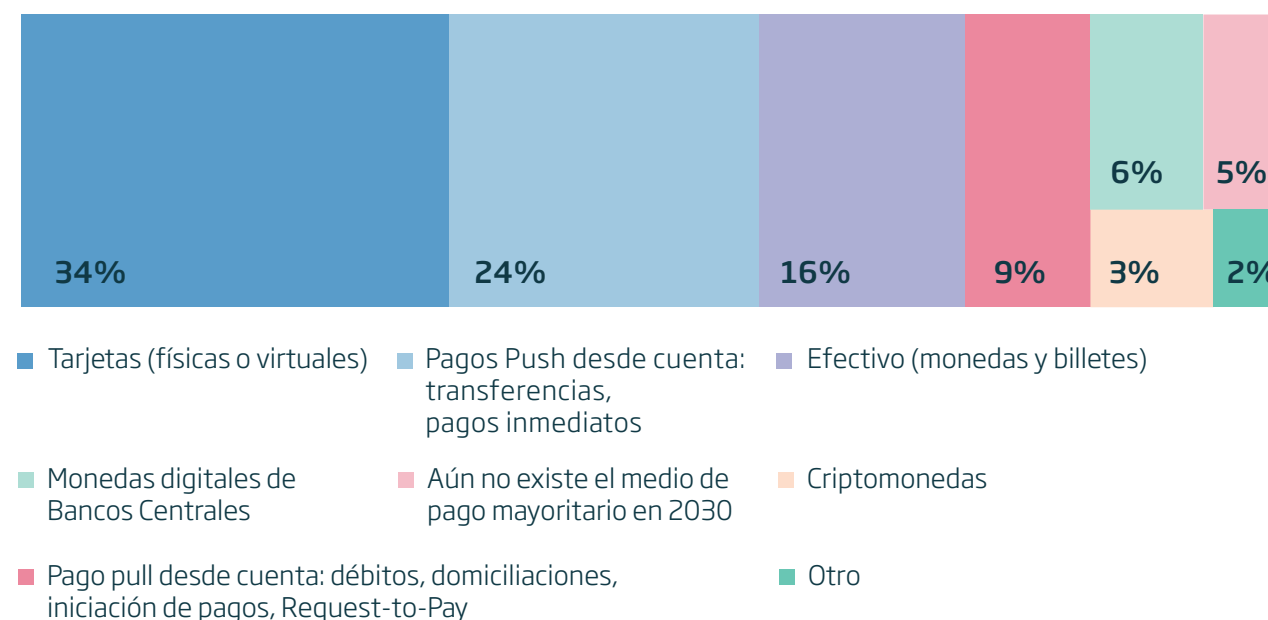
En este resumen ejecutivo se destacan algunas de ellas. Otras, como el impacto de SCA y/o 2FA, la presencia y adopción de BNPL, el desarrollo de la Banca Abierta o el futuro del dinero digital, pueden consultarse en el Capítulo 2: La Visión del Sector.



**Figura 1** ¿Cuál considera que es el medio de pago más habitual en su país (el que mayor número de pagos concentra)?

Se constata que a pesar del impacto de la pandemia en el cambio de hábitos y, en particular, hacia la digitalización de los pagos cotidianos, el dinero en efectivo sigue siendo percibido por la industria como el medio de pago más habitual (**Figura 1**). Esto es, el que mayor número de pagos concentra, encabezando el ranquin de cotidianeidad entre los medios de pago de bajo valor disponibles a la población.

Esta es la consideración que comparte el 45% de las respuestas. Le siguen muy de cerca las tarjetas de pago (41%), mientras que los pagos desde cuenta (transferencias y débitos) no son percibidos como medios de pago de uso tan frecuente e intenso (14%).



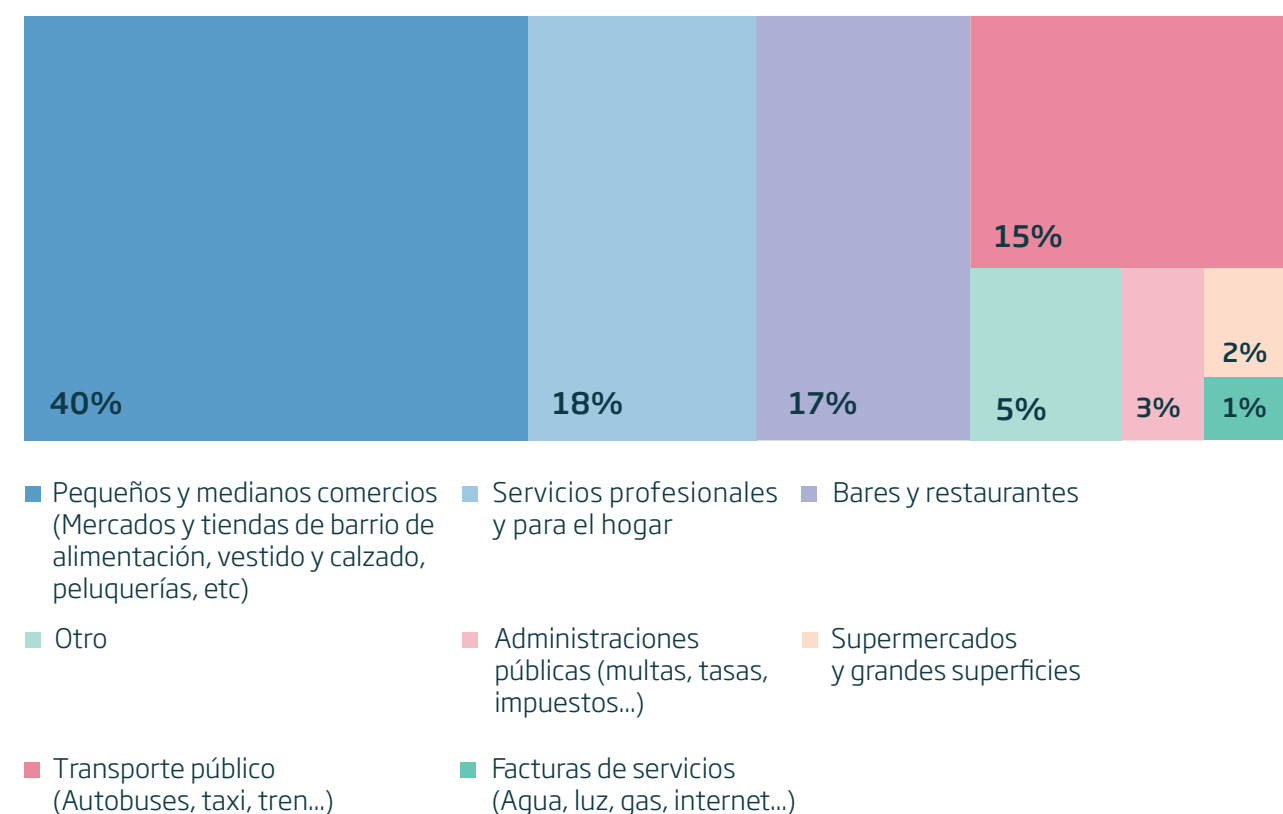
**Figura 2** ¿Cuál considera que será el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario en su país en 2030? (Señale la opción que considere oportuna)

Con miras al final de la presente década (2030) se observa (**Figura 2**) un empate técnico entre las tarjetas de pago (34%) y los pagos desde cuenta (33%) en su consideración de convertirse entonces el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario entre la población. Hace apenas un año, los pagos desde cuenta superaban ligeramente a las tarjetas en esta previsión entonces a diez años vista.

En este contexto futurible, los pagos Push (transferencias) más que duplican a los pagos Pull (débitos) en cuanto a la consideración de convertirse en el medio de pago mayoritario.

Con respecto a la perspectiva del dinero en efectivo, situado en tercera posición del ranquin, apenas uno de cada siete considera que será el medio de pago mayoritario en 2030, cuando un año atrás lo reconocía uno de cada cinco, de modo que la tendencia a la baja se consolida.

La consideración de que otros medios de pago (como CBDC o criptomonedas) sean el medio de pago de uso mayoritario en 2030 sigue siendo residual.



**Figura 3** ¿En qué tipo de puntos de venta o pago consideras que aún es mayoritario (e incluso exclusivo) el uso del dinero en efectivo?

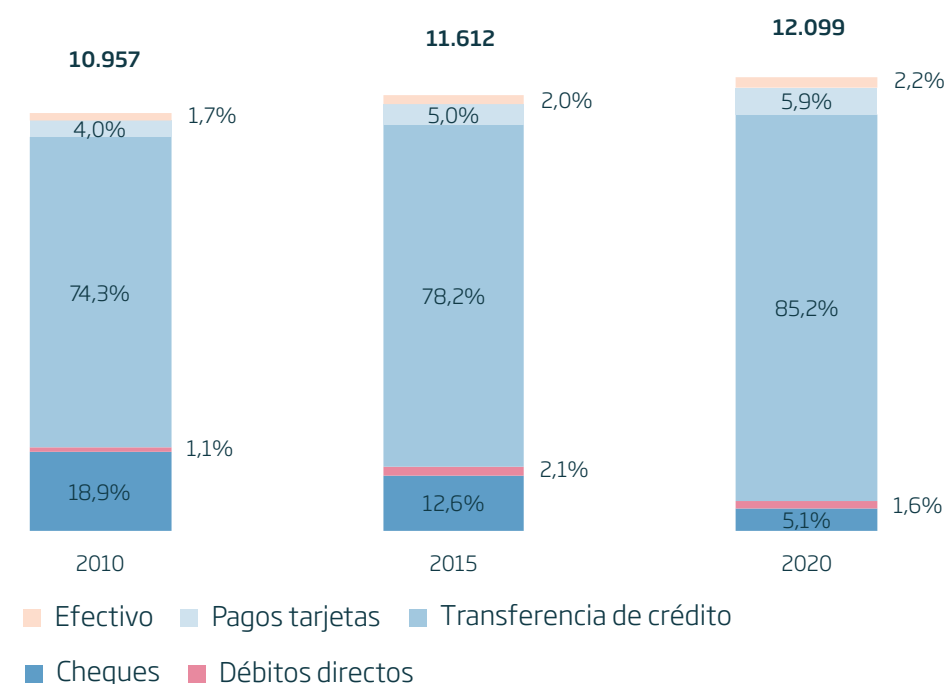
La elevada percepción del uso del dinero en efectivo se explica al menos parcialmente por el grado de aceptación de medios de pago alternativos al cash (**Figura 3**). En efecto, cuatro de cada diez respuestas apuntan a que los pequeños comercios son el punto de venta que concentra el uso mayoritario del dinero en efectivo, pero no es el único. También son relevantes por la presencia del efectivo en el momento del pago los servicios profesionales y para el hogar, los bares y restaurantes y en un orden de magnitud similar, el transporte público.

Estas cuatro tipologías de puntos de venta o pago son, por tanto, susceptibles de recibir la atención de proveedores de servicios de pago y de las administraciones públicas para avanzar en la digitalización de los pagos cotidianos y aspirar a la legítima universalidad de la aceptación del pago digital.

## Los pagos desde cuenta, muchos inmediatos, eclosionan en la pandemia

La riqueza de las estadísticas oficiales de pagos a las que da seguimiento este Informe desde hace más de una década permite observar tendencias y en su caso, cambios en las mismas, además de tener un punto de contraste con lo que la industria y sus gestores observan (recogido en el Capítulo 2) y con lo que las personas usuarias (en su condición de adultos bancarizados internautas) perciben, tienen a su disposición y utilizan (o no utilizan), tal como se recoge en el Capítulo 4.

El valor pagado desde cuentas en Latinoamérica ha pasado de representar el 74,3% de todos los pagos realizados por medios electrónicos en 2010 al 85,2% en 2020 (83,9% en 2019) (ver **Figura 4**), ampliando su liderazgo indiscutible como medio de pago en términos de valor. Por su parte, las tarjetas representaban en 2020 el 5,9% del valor frente al 3,7% una década antes y se sitúan por primera vez como segundo medio de pago en términos de valor en la región de Latinoamérica. Los cheques ceden un año más y caen por primera vez a la tercera posición concentrando el 5,1% del valor pagado en 2020 (7,0% en 2019), cuando hace una década canalizaban uno de cada cinco dólares pagados por medios distintos al efectivo en la región (19,2% del valor total). Los débitos directos apenas crecen durante la década (del 1,1% en 2010 al 1,6% en 2020) y en algunos países siguen ni siquiera sin estar habilitados.

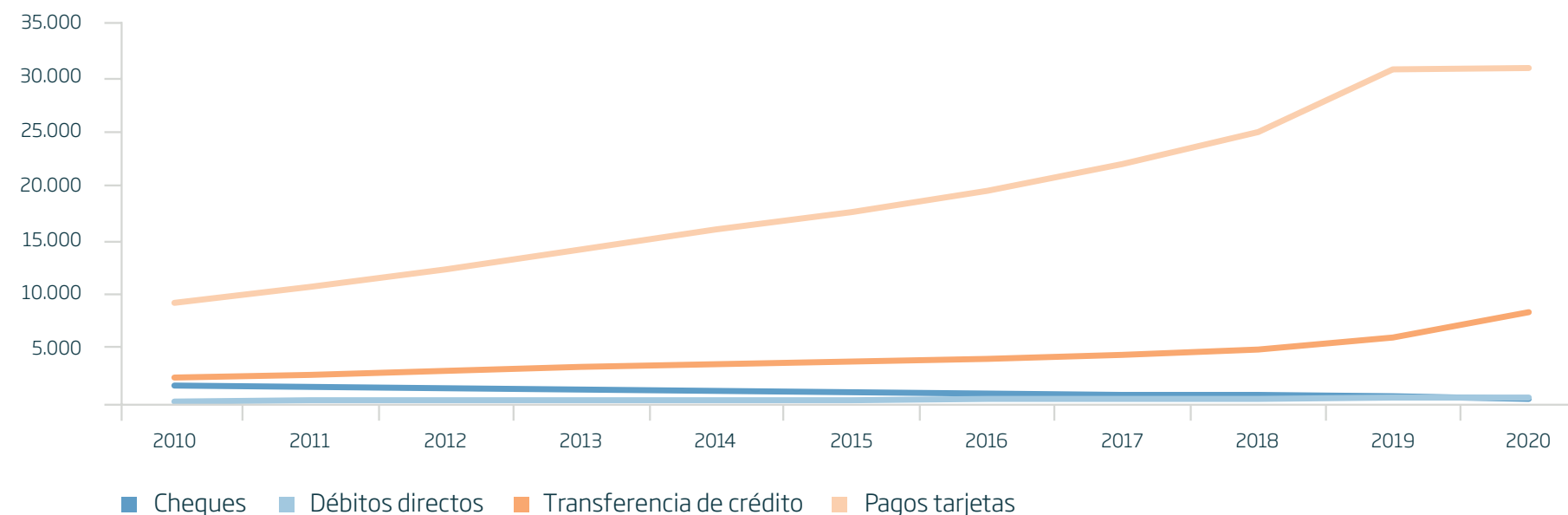


**Figura 4** Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2010, 2015 y 2020, por instrumento, miles de millones de USD

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Tipo de cambio del año correspondiente

En términos de volumen (o número de operaciones, ver **Figura 5**), el pago con tarjeta en 2020 concentra en la región latinoamericana casi ocho de cada diez pagos realizados por medios digitales (76,7%), mientras que en 2010 representaban casi siete de cada diez (66,5%), reduciendo su cuota con respecto a 2019. En números absolutos, los 10.700 millones de pagos con tarjeta registrados en la región en 2010 se han transformado en más de 30.700 millones en 2020, triplicándose en la última década.

El efecto de la pandemia en la intensidad de la transaccionalidad de las tarjetas es muy significativo, ya que el número global de operaciones ha permanecido casi inalterado con respecto a 2019 cuando en la década del 2010 el crecimiento interanual registrado ha sido ininterrumpidamente positivo y de dos dígitos de media.



**Figura 5** Número de operaciones de pago en millones, en Latinoamérica, 2010-2020

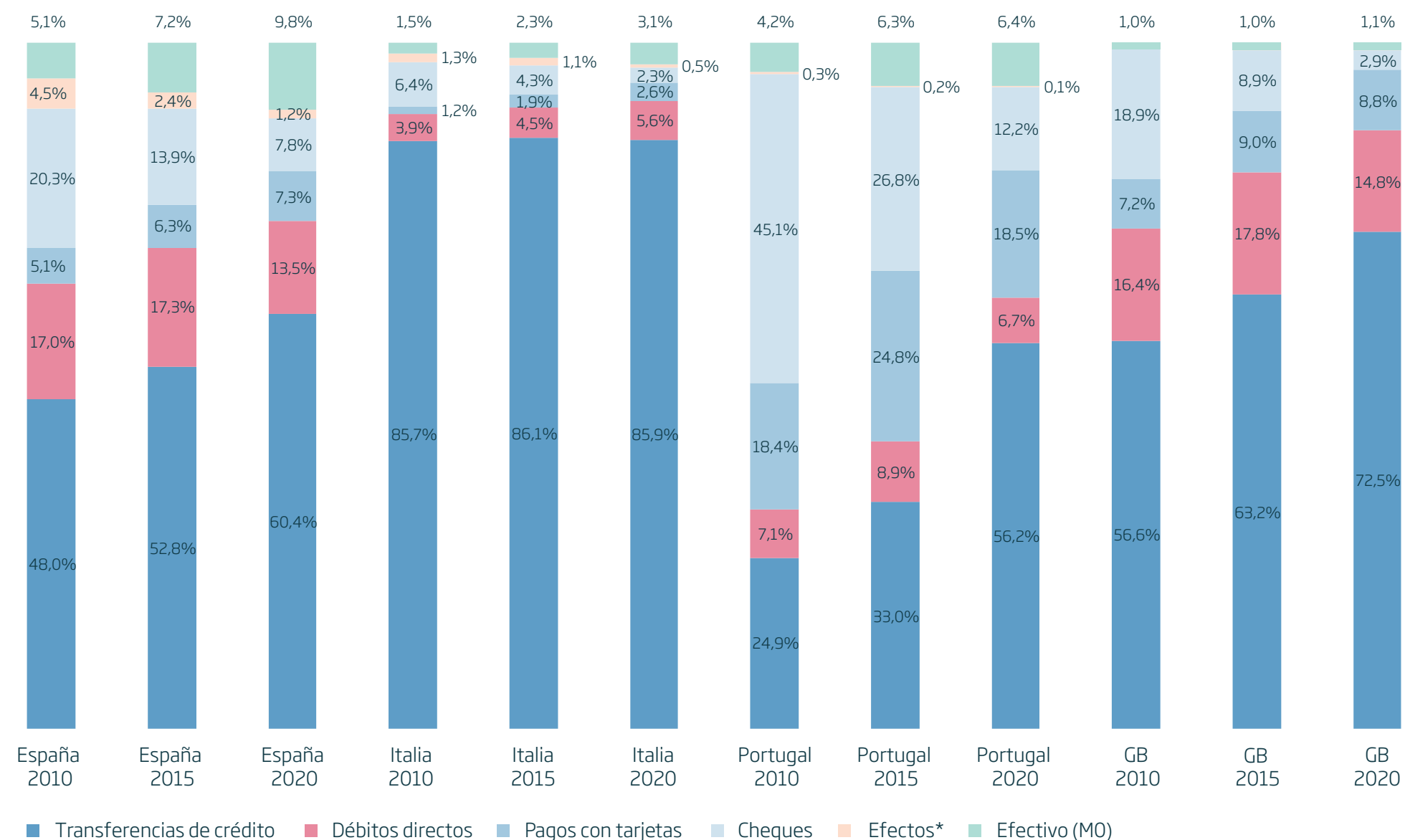
Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos

En términos comparados con Latinoamérica, Europa ha registrado cambios menos pronunciados en la última década (**Figura 6**). Las transferencias son en todos los países el medio de pago que mayor valor canaliza, al igual que en Latinoamérica, si bien con diferentes intensidades: mientras que en Italia más de 8 de cada 10 euros pagados por medios digitales se pagan con transferencia, en España son 6 de cada 10 y en Reino Unido 7 de cada 10.

Las transferencias son junto al dinero en efectivo, los únicos medios de pago que ganan protagonismo en términos de valor en 2020 y que no registran tasas interanuales negativas con respecto a 2019.

El patrón de participación de los distintos medios de pago en el valor de las operaciones en España y Reino Unido es muy similar. Italia es el país europeo donde menos cambios de patrón se observan en la última década y es también el líder en Europa de los pagos desde cuenta, que concentran el 91,5% del valor de los pagos registrados. Le sigue Reino Unido con el 87,2% del valor y muy por detrás se encuentran España (73,9%) y Portugal (62,9%).

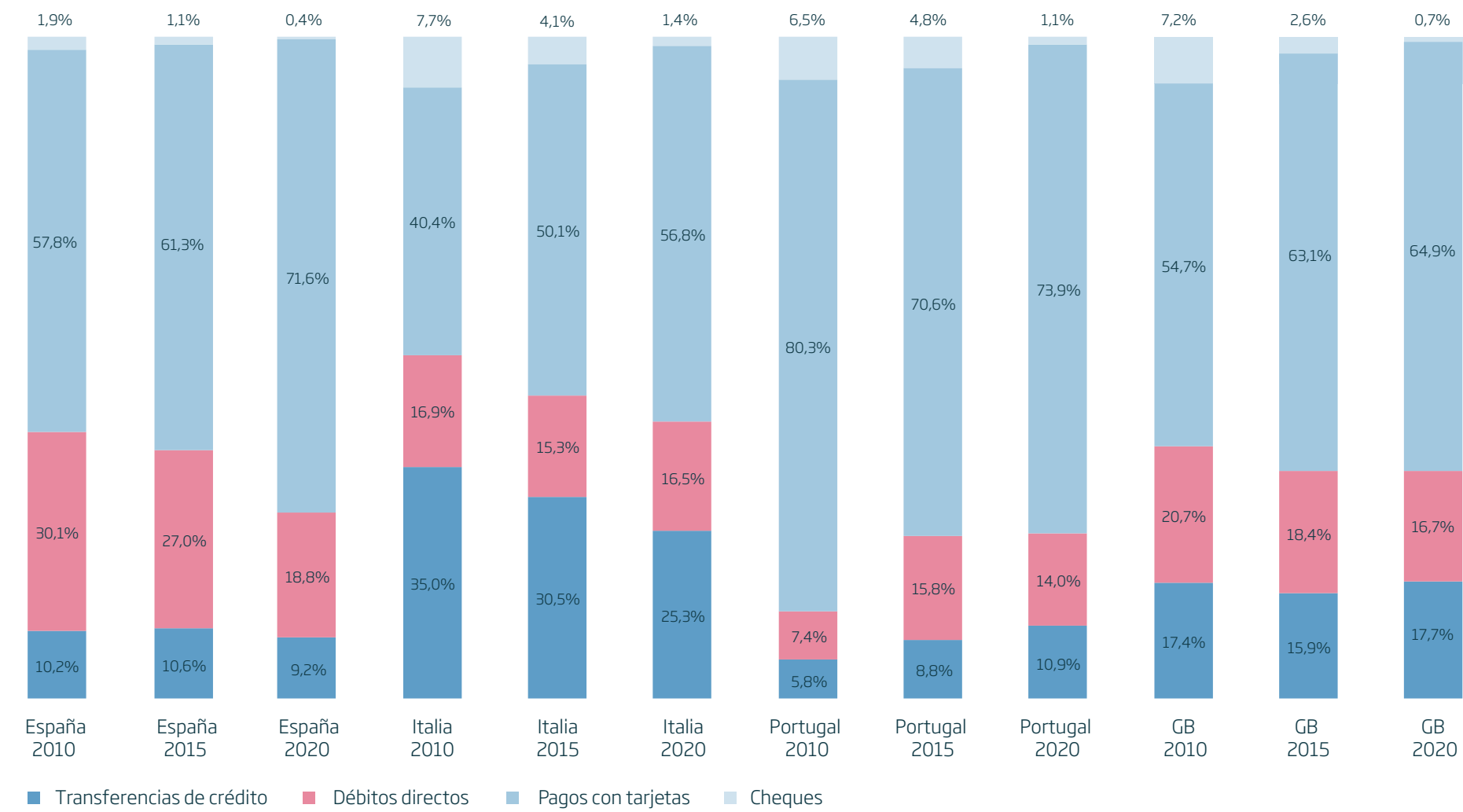
Los pagos con tarjeta representan en Portugal el 18,5% del valor de las operaciones de pago en 2020, por delante de Reino Unido (8,8%), España (7,3%) e Italia, donde apenas representan el 2,6%.



**Figura 6** Valor de las operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia en 2010, 2015 y 2020 por instrumento

Fuente: Afi, a partir de superintendencias y bancos centrales

1. Lo más destacado del Informe



**Figura 7** Número de operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia, 2010, 2015 y 2020

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Nota: Los datos de Reino Unido para 2010 hacen referencia al año 2013 debido a que es el primer año con información completa disponible

Por primera vez en este Informe se incluye una visualización de los datos sobre pagos minoristas ofrecidos por las autoridades financieras, pero en términos per cápita.

De media (**Tabla 1**), cada habitante en España realizó en 2020 un total de 101 pagos con tarjeta, 13 transferencias de crédito, (4 de las cuales fueron inmediatas), 27 débitos directos y expidió 0,6 cheques. En valor, cada habitante en España gastó de media 3.921 dólares con tarjetas, en línea con lo registrado en Italia. Lideran en este indicador Reino Unido (13.269 dólares pagados con tarjeta por habitante en 2020, en un total de 259 pagos), seguido de Portugal (6.595 dólares y 118 pagos) y Chile (5.258 dólares y 120 pagos). Ecuador, con tres pagos con tarjeta por habitante y 236 dólares gastados, es el país que se sitúa en última posición.

Por el importe medio de las transferencias ordenadas (**Tabla 2**) se intuye el diferente uso de este medio de pago en cada país en función de si el ordenante es predominantemente una persona física (particular) o jurídica, ya que oscilan entre los 109.252 dólares pagados por habitante en Reino Unido o los 62.690 de Ecuador y los 1.779 en Perú.

	Pagos con tarjeta	Débitos directos	Transferencias de crédito	Cheques	Transferencias inmediatas
Argentina	46	7,1	9	1,2	7,1
Brasil	100	-	27	1,3	-
Chile	120	-	11	2,9	-
Colombia	13	3,3	4	0,1	-
Costa Rica	72	0,1	16	0,9	10,8
Ecuador	3	-	5	1,0	-
México	27	0,4	13	0,3	8,3
Perú	14	-	2	0,1	0,4
República Dominicana	14	0,6	3	1,9	0,7
España	101	27	13	0,6	4,1
Italia	59	17	26	1,4	-
Portugal	118	22	18	1,8	0,5
Reino Unido	259	66	71	2,8	42,0

**Tabla 1** Número de transacciones por habitante, 2020

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

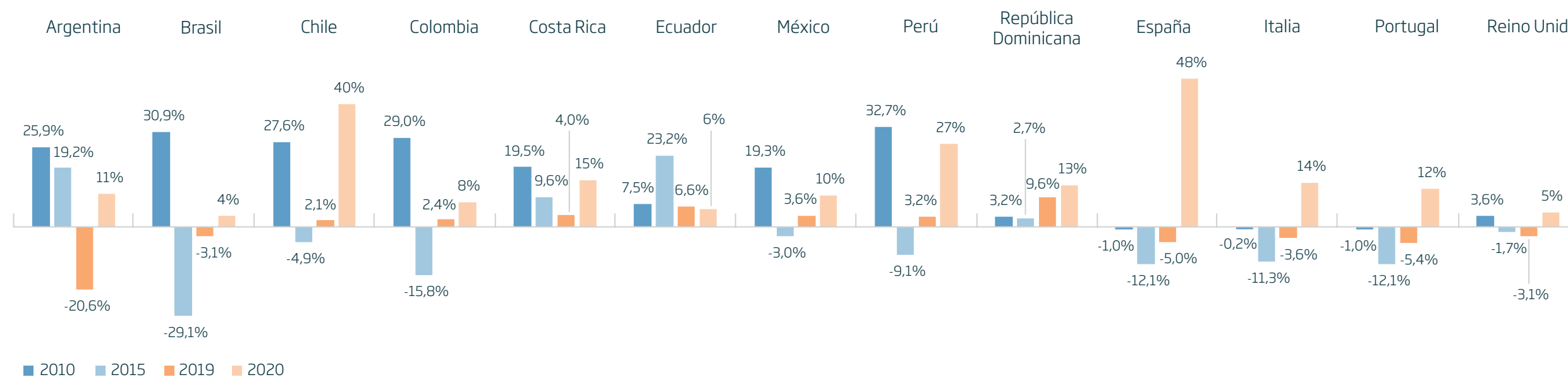
	Pagos con tarjeta	Débitos directos	Transferencias de crédito	Cheques	Transferencias inmediatas
Argentina	1.362	3.665	3.317	1.990	2.413
Brasil	1.767	-	23.978	579	-
Chile	5.258	-	10.165	9.840	-
Colombia	556	438	8.525	752	-
Costa Rica	2.302	199	24.834	2.165	18.193
Ecuador	236	-	62.690	1.982	-
México	797	63	31.757	578	4.125
Perú	630	-	1.779	578	151
República Dominicana	541	172	4.278	3.228	2.025
España	3.921	7.265	32.412	4.181	1.339
Italia	3.756	8.089	26.212	3.264	-
Portugal	6.595	3.740	31.243	6.774	683
Reino Unido	13.269	22.259	109.252	4.369	39.686

**Tabla 2** Valor transacciones por habitante, 2020, USD

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

## La COVID causa un efecto de acaparamiento de efectivo

Tras una década de caídas continuadas del volumen de efectivo en circulación en la práctica totalidad de los países, todos ellos registran crecimientos notables en 2020, con especial intensidad en España (donde el efectivo en circulación crece un 48% con respecto a 2019) y Chile (40%). En el extremo opuesto pero también con signo positivo, se encuentran Brasil (3,5%), Reino Unido (4,8%) y Ecuador (5,9%).



**Figura 8** Efectivo en circulación, crecimiento interanual, 2010-2020

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales

## Preeminencia global de la tarjeta de débito...

En el conjunto de los trece países que contempla el Informe existen a finales de 2020 más de 1.500 millones de tarjetas de pago en circulación, de las que dos de cada tres son de débito y casi la mitad corresponden al mercado brasileño. Si se consideran solo las de crédito, este país concentra más de la mitad.

México, Perú e Italia destacan por ser países predominantemente de débito (más del 80% de las tarjetas en circulación son de esa modalidad), mientras que en el espectro contrario se encuentran Argentina (49% del parque de tarjetas es de débito), España (57%) y Reino Unido (59%).

## ... pero no aún de uso en POS frente a ATM

En cuanto al uso de las tarjetas, el valor de las operaciones de pago en POS supera el valor de los retirados con tarjeta en ATM en todos los países de Europa -con especial intensidad en Reino Unido, donde los pagos representan en 2020 nueve veces el valor de los retirados, el doble que en el año prepandemia-, Portugal (2,1), España (1,6) e Italia (1,1) (**Figura 9**).

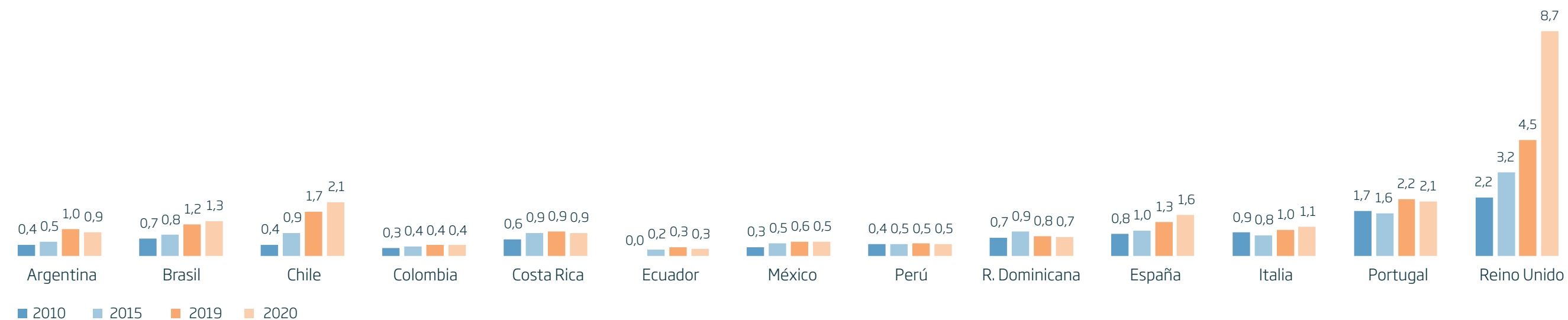
En Latinoamérica es destacable el registro de Chile (2,1), al que solo secunda Brasil (1,3) y se observan retrocesos en Argentina, México y República Dominicana y estancamiento en Perú, Colombia y Ecuador, donde los retirados en ATM más que duplican el valor de los pagos con tarjeta en el POS.

1. Lo más destacado del Informe

	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total
Argentina	56.719.419	59.287.804	116.007.223
Brasil	453.542.416	281.075.738	734.618.154
Chile	21.712.213	13.993.720	35.705.933
Colombia	36.387.824	14.676.302	51.064.126
Costa Rica	6.045.921	2.446.768	8.564.381
Ecuador	8.150.126	3.392.684	11.542.810
México	157.782.610	27.679.900	185.462.510
Perú	26.889.060	6.315.235	33.204.295
República Dominicana	5.576.300	2.450.340	8.026.640
España	49.040.000	37.140.000	86.180.000
Italia	59.418.000	14.290.000	73.708.000
Portugal	24.728.000	8.650.000	33.378.000
Reino Unido	92.172.000	62.948.000	155.120.000

**Tabla 3** Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2020

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

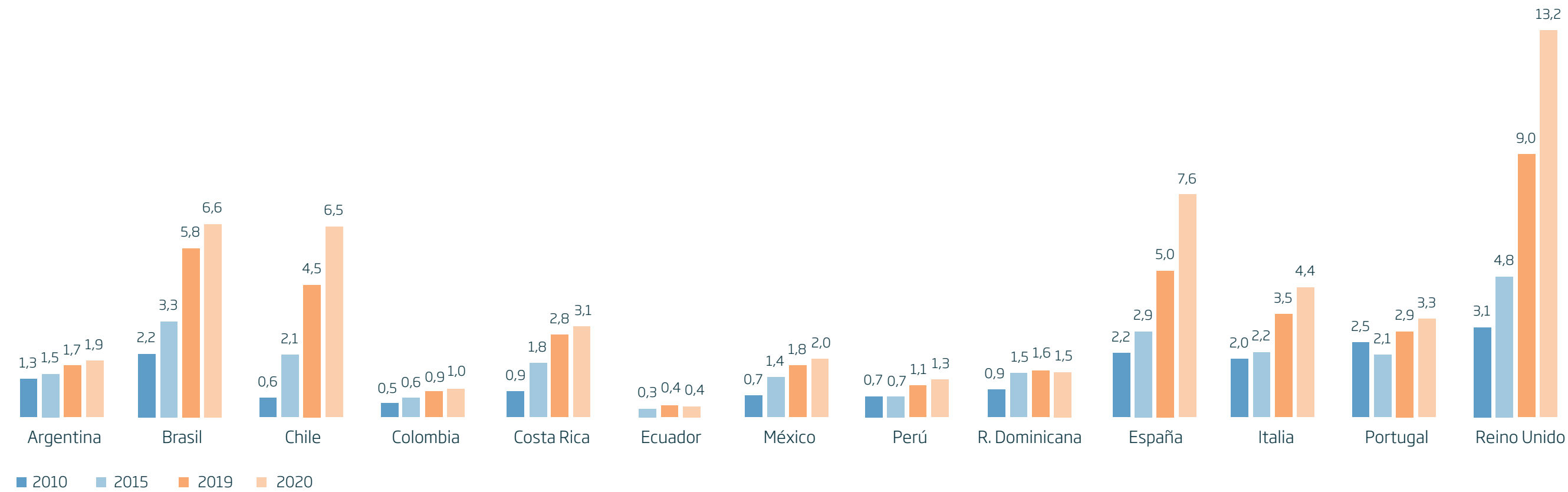


**Figura 9** Ratio valor de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2010 y 2020

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

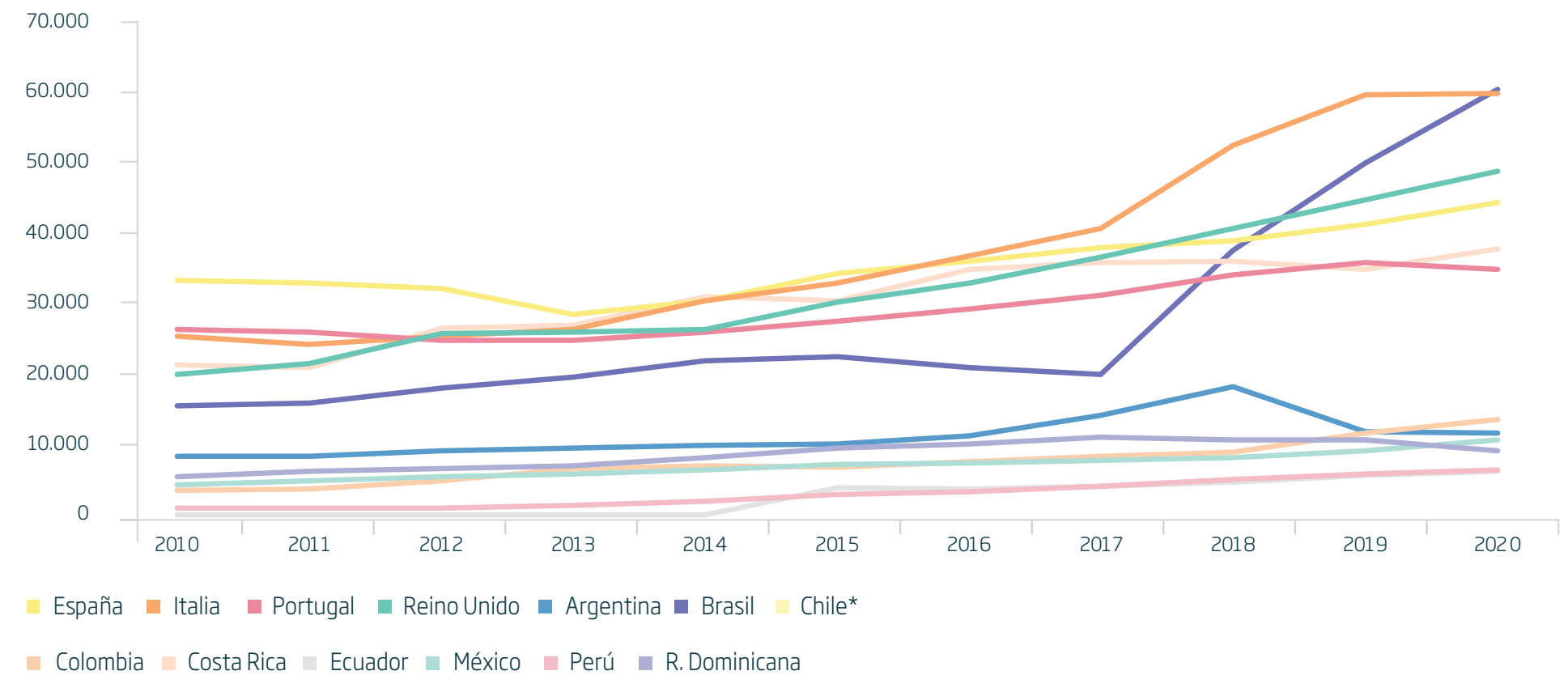




**Figura 10** Ratio volumen de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2010-2020

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.

En términos de intensidad de uso (**Figura 10**), los POS de Reino Unido reciben trece veces el número de operaciones que reciben los ATM en dicho país; España se sitúa en una segunda posición con 7,6 pagos en POS por cada retirada de efectivo en ATM. Lideran en intensidad en Latinoamérica Brasil y Chile con una ratio de 6,6 y 6,5 veces respectivamente. Todos los países salvo Colombia y Ecuador registran una mayor transaccionalidad en POS que en ATM y los mayores crecimientos en transaccionalidad relativa en POS en el año de pandemia corresponden a España (donde la ratio crece un 52%), Reino Unido (46%) y Chile (4%). La Figura 11 pone de manifiesto el liderazgo indiscutible de Italia y Brasil en cuanto a cobertura POS per cápita, con ambos países en torno a los 60.000 POS por millón de habitantes. Entre los 40.000 y 60.000 se sitúan Reino Unido (48.700) y España (44.400). En un siguiente escalón de cobertura se encuentran Portugal (34.800) y Costa Rica (37.500). Por debajo de 10.000 por millón se sitúan Ecuador, Perú y República Dominicana.



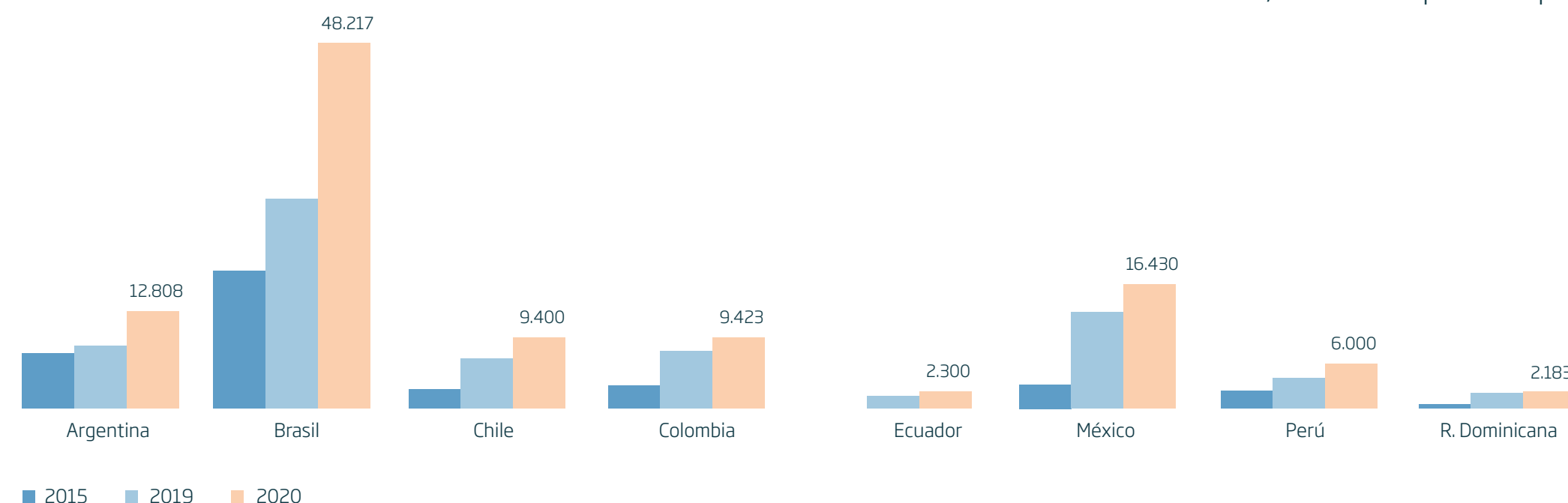
**Figura 11** Número de POS por cada millón de habitantes, 2010-2020

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

## La financiación con tarjeta de crédito sigue siendo un patrón más latinoamericano que europeo

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado en Latinoamérica en relación con Europa, aun considerando el caso singular de Reino Unido.

De hecho, el peso de la financiación del consumo con tarjeta de crédito tiene un peso relevante respecto al PIB doméstico en Colombia (6,0%), Chile (4,0%) y Brasil (3,9%), situándose Costa Rica (3,2%), Argentina (2,4%) y Ecuador (2,3%) en posiciones intermedias, pero todos por encima del peso que representa esta modalidad de financiación de las compras en Europa, salvo el caso del ya señalado Reino Unido (2,3%).



**Figura 12** Comercio electrónico en Latinoamérica, 2020, millones USD

Fuente: Afi, a partir de cámaras y asociaciones nacionales de comercio electrónico e Informes especializados

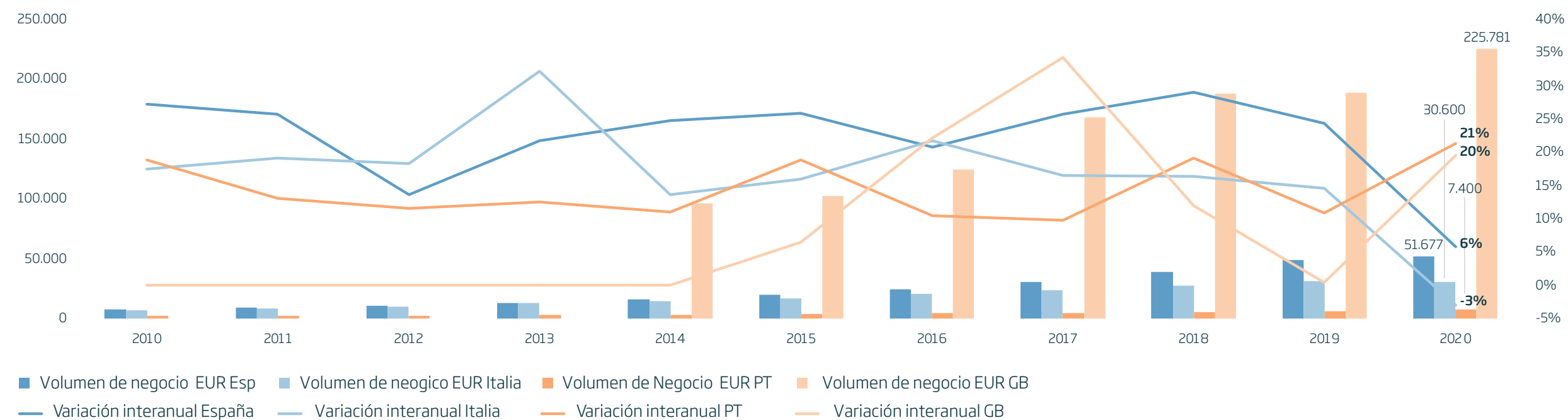
## El comercio electrónico solo pincha en Italia

El comercio electrónico minorista en Latinoamérica (**Figura 12**) se ha multiplicado por casi siete en el periodo 2010-2020, alcanzando una cifra global de 107 mil millones de dólares en 2020. Brasil concentra el 45% del valor de las ventas registradas, seguido de México con un 29% y Argentina que ocupa la tercera posición con el 12%. Colombia y Chile representan el 9% respectivamente del total de la región.

En Europa (**Figura 13**) destaca con gran diferencia el comportamiento y dimensión del comercio electrónico en Reino Unido, uno de los mayores mercados en ventas online a nivel global. No en vano, el valor de las transacciones de comercio electrónico pagadas con tarjetas supera los 225 mil millones de euros, un espectacular incremento del 20% durante el 2020. En número de ventas online se superan los 2.700 millones de transacciones, un 4,5% superior al de 2019.

Portugal registró transacciones en comercio electrónico por valor de más de 7.400 millones de euros, anotando un importante crecimiento interanual del 20%. España ha visto multiplicar por siete el volumen de facturación desde 2010, registrándose en 2020 más de 1.000 millones de transacciones de comercio electrónico, un 20% más que en 2019, que supusieron un volumen de negocio cercano a los 52 mil millones de euros, un 6% más que el año prepandemia.

1. Lo más destacado del Informe



**Figura 13** Comercio electrónico en España, Italia, Portugal y Reino Unido, 2010-2020, 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

## Fieles a una demanda que es preciso escuchar y leer

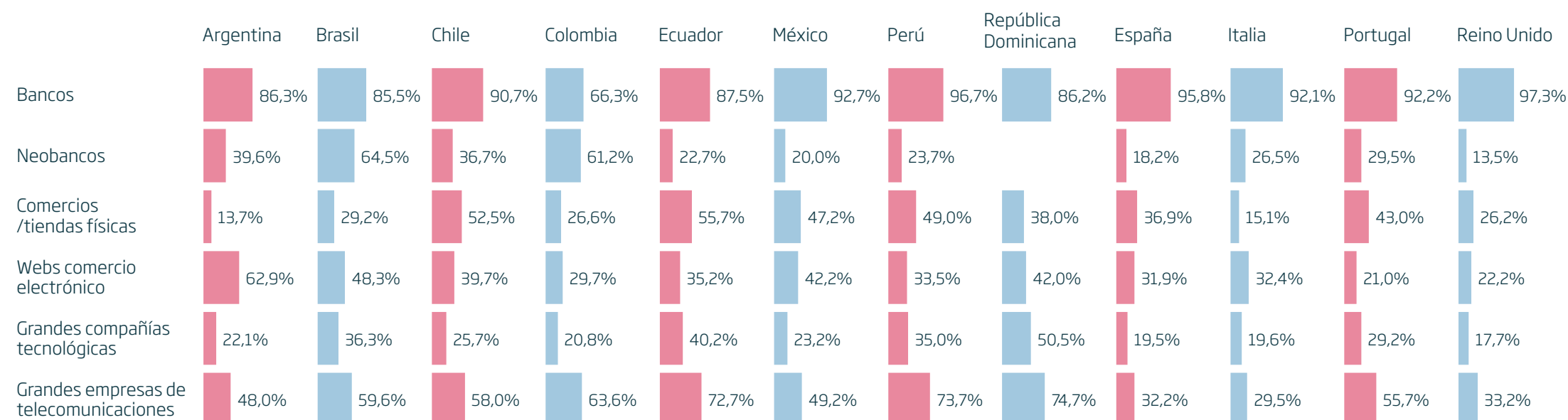
El estudio de demanda que recoge el Capítulo 4 del Informe permite constatar que tras los peores meses de la pandemia, cada medio de pago disponible encuentra su utilidad en un mercado ya diversificado.

La población adulta bancarizada internauta cuenta con una cartera diversa de medios de pago, una heterogeneidad de medios de pago que usa en función de sus preferencias, pero también condicionada por las alternativas de cobro ofrecidas por los establecimientos o puntos de venta. Tanto es así, que el gap existente entre lo que los clientes quieren usar y lo que es aceptado en establecimientos obliga a disponer de más medios de pago y a no renunciar a ninguno.

## Los bancos ceden terreno

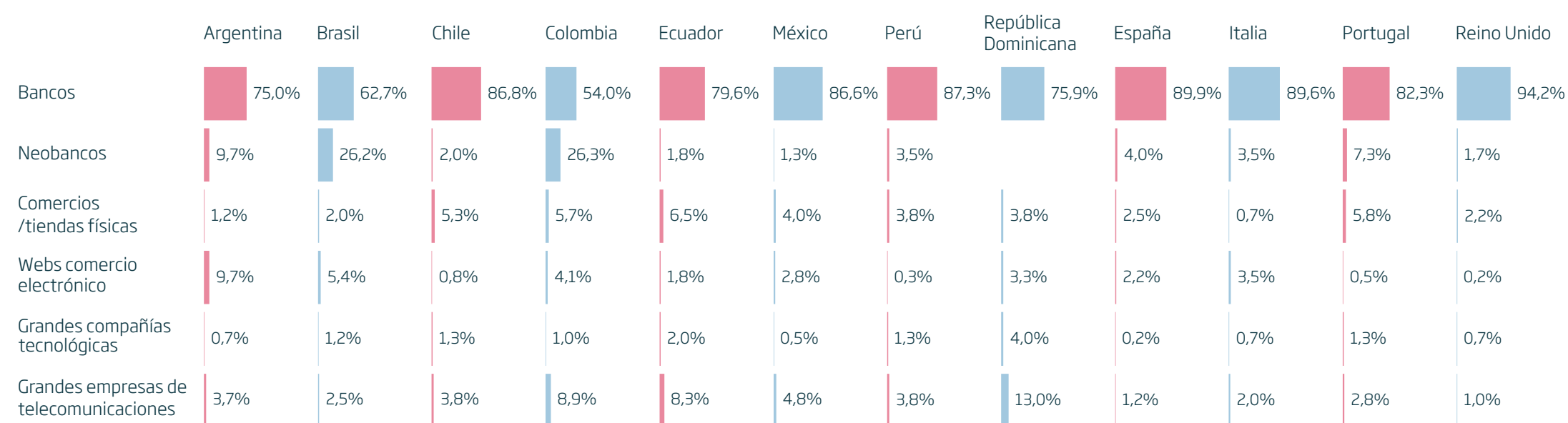
Los bancos tradicionales comienzan a ceder espacio en favor de las nuevas compañías que operan en el ámbito financiero y de los pagos, especialmente los neobancos. De este modo, si bien el banco sigue siendo la entidad con la que más se opera, otro tipo de entidades están incrementando su presencia (**Figura 14**), especialmente en Latinoamérica, donde las compañías de telecomunicaciones (a través de créditos personales) o los neobancos están generando un nuevo paradigma financiero.

Sin embargo, aunque población adulta bancarizada internauta (ABI) está comenzado a operar con estas nuevas entidades, a la hora de establecer una preferencia o identificar el tipo de entidad principal, el banco sigue siendo el protagonista (**Figura 15**). Sí se significan dos países en este aspecto, Brasil y Colombia, donde algo más del 26% de la población ABI indica como entidad principal un neobanco, circunstancia que se explica no solo por la gran presencia de este tipo de entidades, sino también por la edad, ya que son los grupos más jóvenes en esos dos países los que en mayor medida operan con estas entidades y las identifican como principales.



**Figura 14** Bancos u otros proveedores con los que opera la población ABI <sup>1</sup>

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
 Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Con cuántos bancos u otros proveedores operas o tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?"



**Figura 15** Banco u operador principal

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
 Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿cuál consideras la principal?"

<sup>1</sup> En República Dominicana, para la pregunta "¿Con cuántos bancos u otros proveedores operas o tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?" no se especificaba la opción "neobancos" debido a su escasa presencia

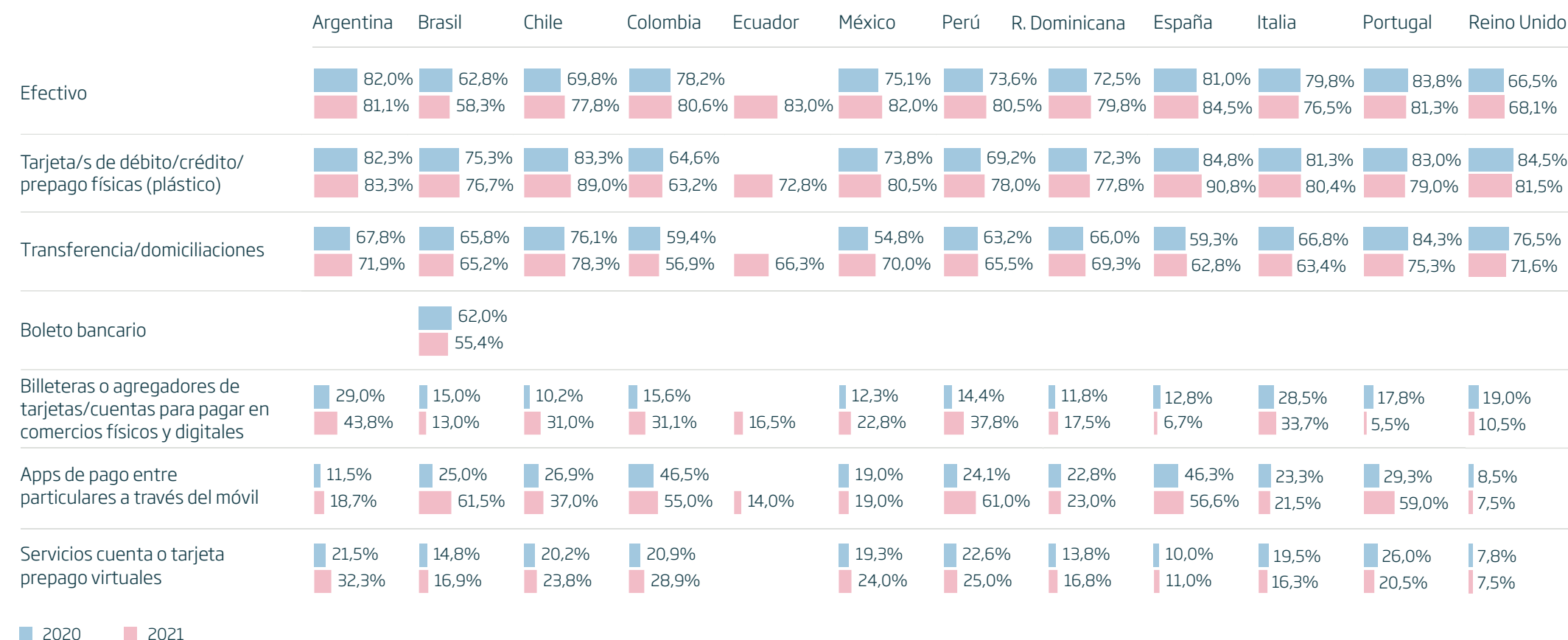
## Preferencias reveladas vs preferencias declaradas

En 2021 continúa el crecimiento de la cantidad de medios de pago utilizados por la población, con un mayor protagonismo de los medios digitales, a pesar de que el efectivo sigue estando lejos de desaparecer. Así, tras el ligero descenso en la población ABI que había utilizado el efectivo en 2020, en 2021 se recuperan porcentajes de uso más similares a datos prepandémicos de 2019, siendo más del 75% de la población ABI de todos los países la que declara haber utilizado el efectivo durante el último mes, con la única excepción de Reino Unido, que se sitúa en el 68%.

También se constata que el pago con dispositivos móviles, billeteras o agregadores y las apps de pago entre particulares ha experimentado un crecimiento generalizado respecto a 2020.

Como medio de pago principal, sin embargo, el efectivo sí pierde protagonismo en todos los países a excepción de Portugal y Reino Unido (**Figura 17**), que han experimentado un pequeño incremento en 2021. La tarjeta se consolida como el medio de pago principal para la mayoría de la población ABI en todos los países a excepción de Ecuador. Y dentro de ese crecimiento cabe destacar el experimentado durante el año 2021 en Perú y Chile en Latinoamérica y España en Europa.

Las opciones más digitales, billeteras o agregadores o las apps de pago entre particulares, aunque su uso ha aumentado de forma muy destacada como se ha señalado, todavía no se significan como medio de pago principal, con la excepción de las apps de pago entre particulares en Brasil, Colombia, Perú y Portugal.



**Figura 16** Medios de pago <sup>2</sup> utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021) <sup>3</sup>

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?"

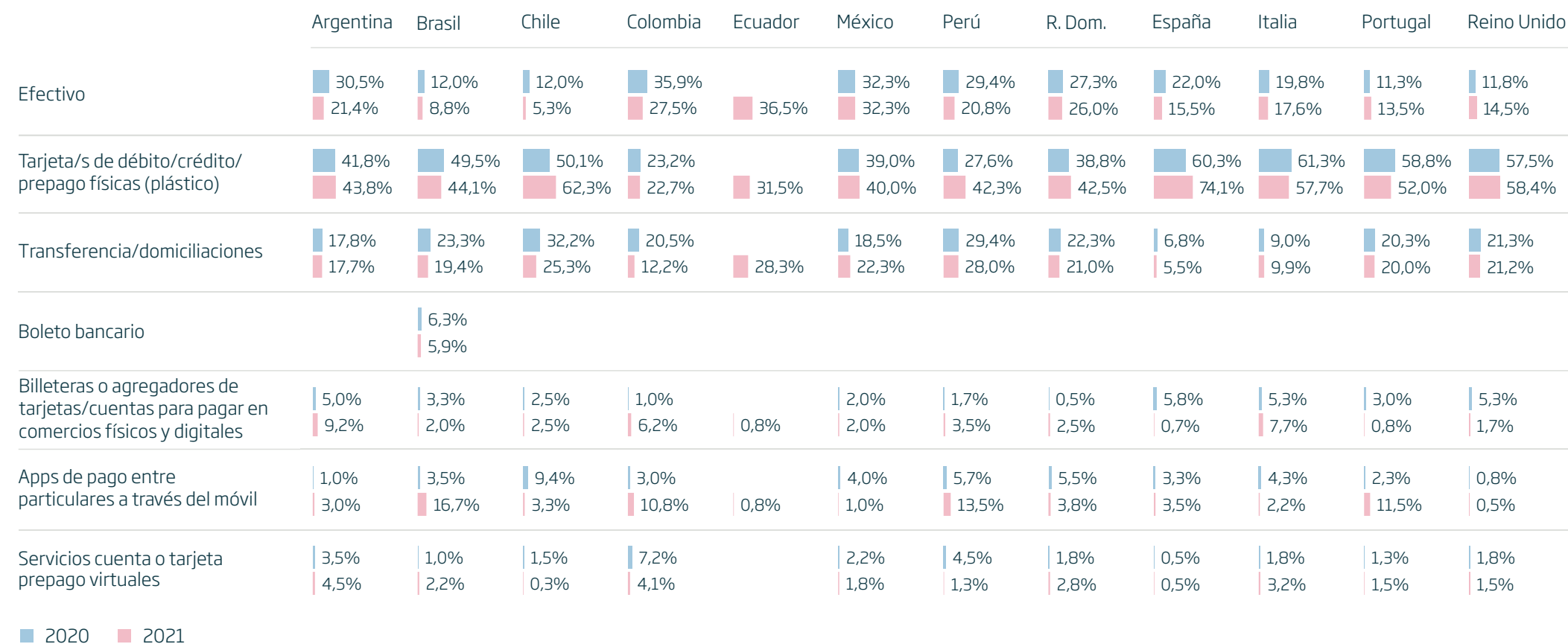
<sup>2</sup> En el cuestionario se han definido los siguientes medios de pago: La opción efectivo / La opción "tarjetas" incluye débito, crédito y prepago / La opción "pagos desde cuenta" incluye transferencia, crédito directo y domiciliaciones / La opción "tarjeta virtual" incluye servicios cuenta o tarjeta prepago virtuales (son servicios digitales, habitualmente para smartphone, en los que puedes recargar dinero y usar para pagos) / La opción "billeteras o agregadores de tarjetas/cuentas (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)" / La opción de apps de pago entre particulares a través de móvil"

<sup>3</sup> 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 9%. No se muestran datos de "servicios de cuenta o tarjeta prepago virtual en Ecuador, debido a que no hay presencia de este medio de pago en dicho país

Más allá del medio de pago principal, aquel que se utiliza para la mayor parte de los pagos, como novedad esta edición se ha indagado sobre el medio de pago preferido o favorito; es decir, aquel con el que la población ABI desearía realizar la mayor parte de los pagos, si fuera posible.

En consonancia con el medio de pago principal, la tarjeta también es el medio de pago favorito para la totalidad de los países a excepción de Colombia, donde es el efectivo. Entre las zonas geográficas que seleccionan la tarjeta como medio de pago favorito, España y Chile encabezan el ranking, seguidos de Italia y Reino Unido.

Brasil, Colombia, Perú y Portugal no solo son los países con mayor crecimiento de usuarios de apps de pago entre particulares o los que más población ABI señala dicho pago como principal, sino que también son los países donde mayor proporción de población ABI lo señala como favorito: entre un 15% y un 25% de la población utilizaría siempre este medio de pago si fuera posible. Argentina por su parte destaca por ser el país que presenta una mayor preferencia por el pago mediante billeteras o agregadores de tarjetas para pagar en comercios físicos y digitales. El efectivo sigue teniendo fuerza en algunos países como Ecuador, México y el ya mencionado caso de Colombia.



**Figura 17** Medio de pago<sup>4</sup> of payment (evolutivo 2020 - 2021)<sup>5</sup>

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?”

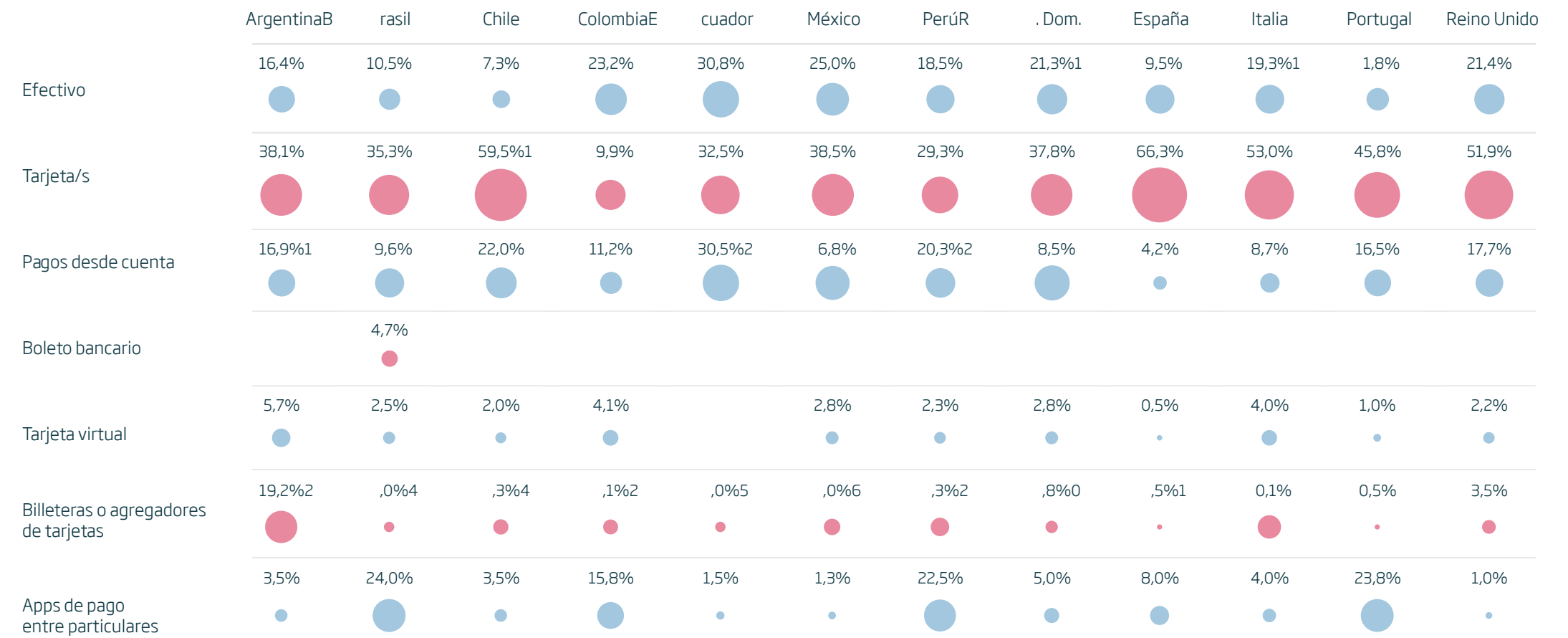
<sup>4</sup> La opción “tarjetas” incluye débito, crédito y prepago / La opción “pagos desde cuenta” incluye transferencia, crédito directo y domiciliaciones / La opción “tarjeta virtual” incluye servicios cuenta o tarjeta prepago virtuales (son servicios digitales, habitualmente para smartphone, en los que puedes recargar dinero y usar para pagos). La opción “billeteras y agregadores de tarjetas/cuentas” 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.

<sup>5</sup> De forma similar a los medios de pago utilizados durante el último mes, en Colombia el 15,6% de la población ABI indica que su medio de pago principal son los iniciadores de pago.

Pero las preferencias de los usuarios no siempre se satisfacen: no todos los puntos de venta acompañan al consumidor en la transformación digital de sus pagos, esto es, en la aceptación de formas de pago alternativas al dinero en efectivo con las que la población se encuentra equipada.

En términos generales, la obligatoriedad de uso de efectivo en los diferentes puntos de venta (por ser el único aceptado) es mayor en Latinoamérica que en Europa, pero todos los países comparten dos tipologías de establecimiento como los más restrictivos respecto a los medios de pago aceptados: el pequeño y mediano comercio (mercados y tiendas de barrio de alimentación, vestido y calzado, peluquerías) y el transporte público (autobuses, taxis, tren).

En Europa, a pesar de que las opciones de medios de pago para los distintos puntos de venta parecen más amplias, también hay limitaciones o trabas al pago con medios diferentes al efectivo en el pago de servicios profesionales del hogar, los bares y restaurantes, el transporte público y especialmente, los pequeños comercios. Esto es especialmente relevante en España, Italia y Portugal.



**Figura 18** Medio de pago favorito <sup>6</sup>

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 favorito?"

1. Lo más destacado del Informe

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	GB
Administraciones públicas (multas, tasas, impuestos...)	14,7%	18,8%	8,4%	16,8%	27,0%	19,8%	31,3%	29,4%	9,3%	12,8%	5,5%	4,4%
Facturas de servicios (Agua, luz, gas, internet...)	9,5%	14,4%	4,3%	26,4%	26,7%	25,5%	23,3%	21,1%	3,3%	8,5%	3,5%	4,2%
Transporte público (Autobuses, taxi, tren...)	34,9%	35,1%	53,9%	67,9%	75,3%	65,0%	74,5%	76,4%	31,0%	27,5%	19,1%	10,7%
Pequeños y medianos comercios	62,8%	24,5%	54,7%	66,4%	72,5%	72,5%	69,8%	69,6%	45,3%	36,3%	42,6%	30,3%
Supermercados y grandes superficies	6,7%	5,7%	5,1%	19,4%	17,6%	13,8%	13,5%	15,3%	5,8%	9,5%	3,0%	9,9%
Gasolineras	11,2%	8,2%	6,1%	23,3%	21,9%	18,0%	22,8%	14,8%	4,3%	12,8%	4,0%	5,2%
Autopistas	26,4%	26,2%	27,6%	30,9%	39,3%	38,5%	35,3%	53,0%	6,3%	13,0%	6,8%	3,7%
Hoteles y billetes de avión	4,7%	5,0%	3,3%	10,1%	10,6%	8,3%	10,8%	9,0%	4,3%	6,0%	2,3%	2,9%
Bares y restaurantes	22,7%	11,1%	10,4%	32,1%	31,7%	21,8%	21,3%	23,9%	35,8%	35,8%	29,2%	10,7%
Entretenimiento	13,2%	6,2%	10,1%	17,3%	22,4%	15,8%	17,8%	24,9%	13,1%	15,0%	8,8%	7,6%
Servicios profesionales para el hogar (fontanería...)	50,1%	28,5%	29,9%	43,9%	46,1%	46,8%	46,5%	54,0%	26,4%	28,3%	24,4%	10,4%
Servicios médicos (dentista...)	39,2%	10,6%	10,9%	30,9%	31,2%	30,3%	30,8%	43,7%	8,3%	13,8%	8,6%	3,4%

**Figura 19** Puntos de venta donde se han visto obligados a utilizar el efectivo<sup>7</sup>

Población analizada: población ABI que se ha visto obligada a pagar en efectivo.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Durante el último año y en términos generales, ¿en qué tipo de puntos de venta te has visto obligado a utilizar el efectivo, aunque hubieras preferido utilizar otro medio de pago?"

<sup>7</sup> Para la realización de esta tabla se ha tenido en cuenta exclusivamente la respuesta "Sí, me he visto obligado a pagar en efectivo, me han puesto barreras o no era posible pagar con otros medios".

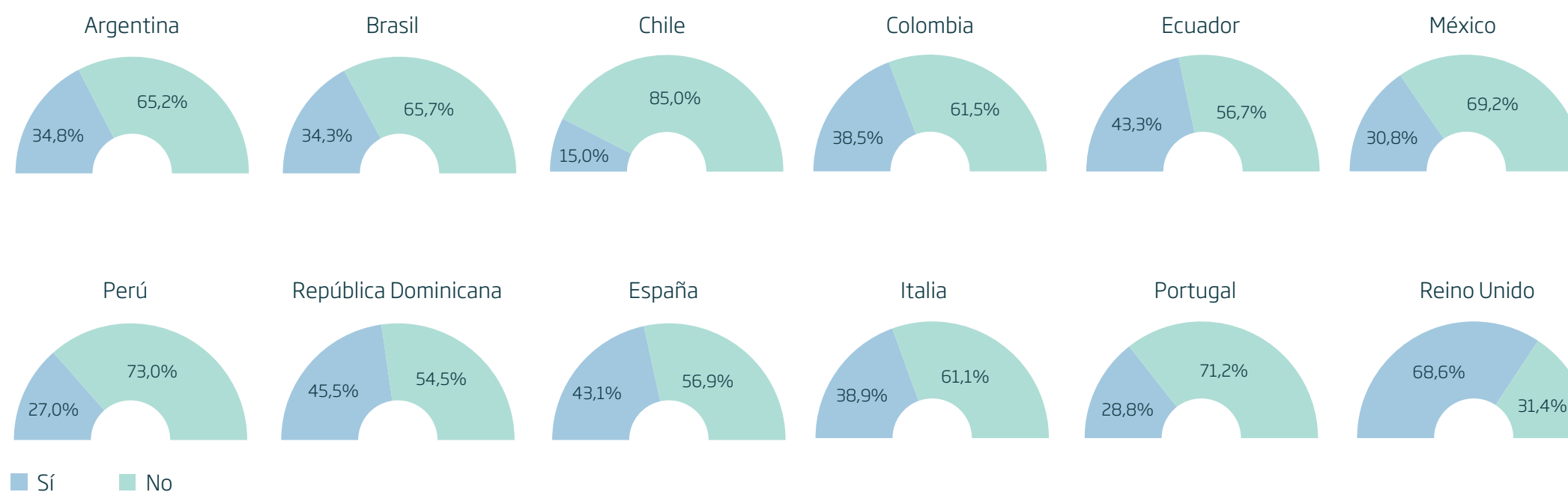
<sup>6</sup> En el cuestionario se define el medio de pago favorito como 'mediodo pago con el que te gusta o te gustaría pagar siempre si fuera posible'.



## BNPL, un fenómeno incipiente y creciente, sobre todo en Latinoamérica

El sistema de financiación BNPL (Buy Now Pay Later) se encuentra aún lastrado por un bajo conocimiento generalizado: solo Reino Unido presenta altos niveles de conocimiento y uso de este sistema. Por edad, se observan algunas diferencias entre los países europeos y latinoamericanos, ya que mientras que en países como España o Italia el sistema tiene mayores niveles de conocimiento en la población adulta (mayores de 40 años), en Latinoamérica se aprecia una tendencia generalizada a un mayor conocimiento entre el segmento más joven, principalmente en Colombia, Argentina, Chile y Perú.

Pero a pesar de que Reino Unido se alza como el país con mayor conocimiento y uso del sistema de financiación BNPL, parece que allí se está alcanzado un tope de penetración. El resto de países europeos muestran una baja intención al uso de esta fórmula de financiación mientras que sí se prevé un elevado crecimiento en el uso en los países de Latinoamérica, encabezado por República Dominicana, Ecuador y México, que destacan por las elevadas intenciones declaradas de uso futuras.



**Figura 20** Conocimiento del sistema de financiación BNPL

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Conocías este sistema de financiación?"

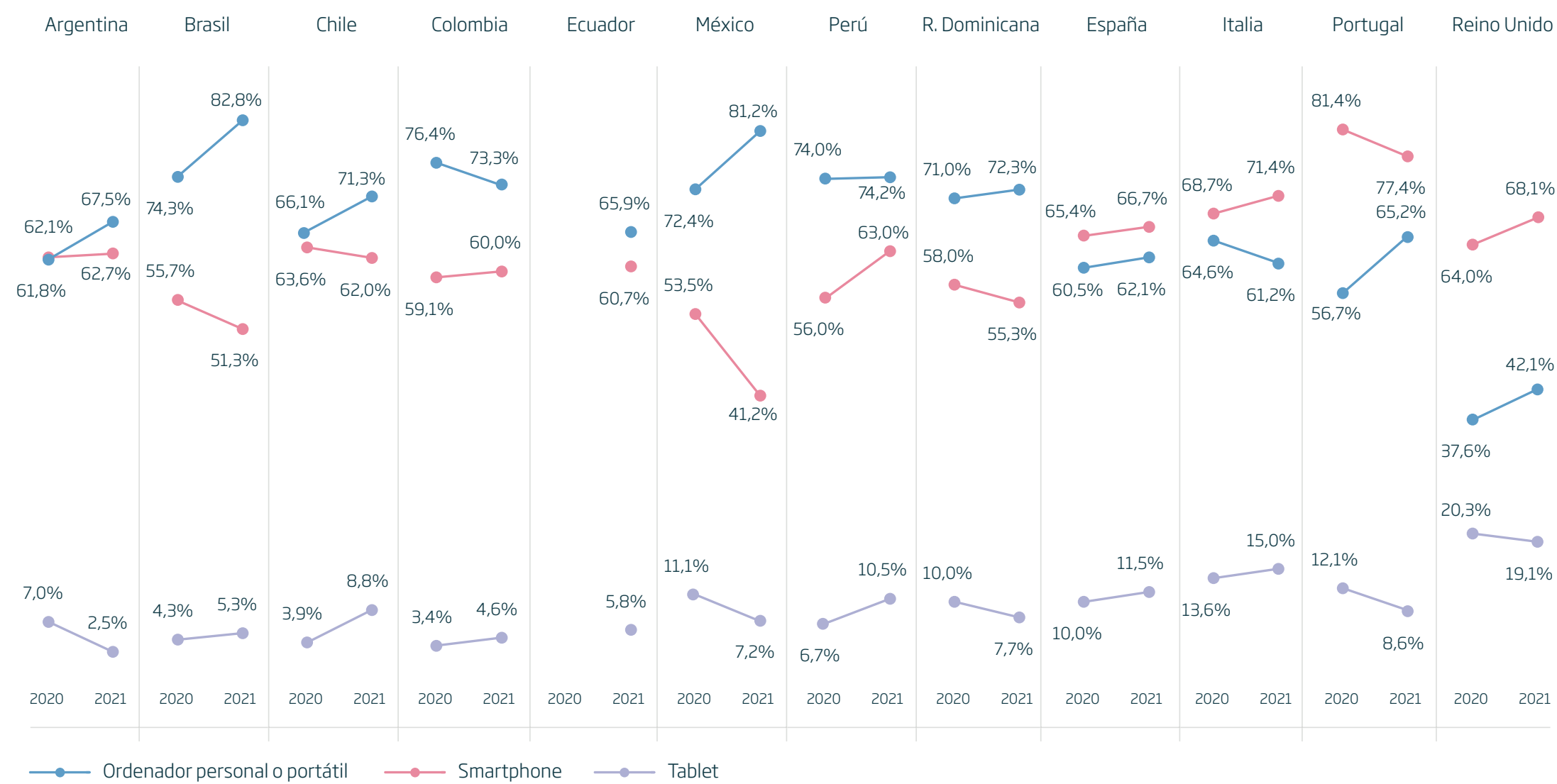
## El smartphone es ya el dispositivo dominante

Se confirma el dominio del teléfono móvil, cuyo uso se dispara en 2021 para el envío de dinero, los pagos en comercios físicos y el comercio electrónico, este último canal de compra especialmente en Latinoamérica donde el smartphone gana terreno al ordenador personal o portátil. En Europa, aunque el uso del smartphone también crece para realizar compras online, sigue siendo superior el uso del ordenador personal.

## Muchas más tendencias y hallazgos

Preguntar a las personas en su condición de usuarios efectivos o potenciales desvela información de calidad para la toma de decisiones de política pública y de negocio. Cada año este Informe se ha aproximado a la demanda con el propósito de contrastar lo que desvelan los datos y lo que experimenta y percibe la oferta.

Cómo afecta, si lo hace del algún modo, el doble factor de autenticación a la tasa de abandono del comercio electrónico desde la perspectiva del usuario, qué percepción tiene la población acerca de los nuevos proveedores de servicios de pago, cuán fieles son los clientes a sus entidades financieras principales o cuáles son las barreras al pago móvil en comercios, entre muchas otras preguntas, tienen su respuesta en este Informe.



**Figura 21** Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

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?"

# 2 La visión del sector





Agradecimientos	29
Tránsito a un mundo híbrido, interoperable y contextual	31
Panorama de los medios de pago en América Latina	43
Pagos inmediatos y ecosistemas inclusivos	46
Las fintech se expanden y las bigtech aspiran a la omnipresencia	55
Panorama de los medios de pago en Europa	65
Llega la hora de rendir cuentas	72
Europa se prepara para los retos del siglo XXI	74
Reino Unido post Brexit	77
Barómetro de tendencias en innovación	80
Referencias y bibliografía	86

# 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

Andrés Rodríguez Ledermann, Head of Wealth Management, Ualá

Ignacio E. Carballo, Docente e Investigador (UBA y UCA), Director Ecosistema de Programas Fintech para América Latina, Universidad Católica Argentina

## Brasil

Carlos Alberto C. Moreira Jr., Superintendente de desarrollo de negocios, ELO

Ricardo de Barros Vieira, Vicepresidente Ejecutivo, Asociación Brasileña de Empresas de Tarjetas de Crédito y Servicios ABECS

## Chile

Ángel Sierra, Director Ejecutivo, Asociación Fintech Chile

## Colombia

Andrés Mauricio Velasco, Subgerente de Sistemas de Pago y Operación Bancaria, BANREP

Felipe Novales, Director de Transformación Digital e Inclusión Financiera, Asobancaria

Lina María Jaime Páez, Dirección de Transformación Digital e Inclusión Financiera, Asobancaria

## Costa Rica

Alejandro Rubinstein, vicepresidente de experiencia al cliente y canales de servicio, BAC Credomatic

Carlos Melegatti, Director de Sistemas de Pago, Banco Central Costa Rica

## Ecuador

Rosa Matilde Guerrero, Asesora General de Supervisión Basada en Riesgos e Inclusión Financiera Superintendencia de Bancos de Ecuador

Ruth Arregui, Superintendente de Bancos de Ecuador

Sebastián Quevedo, Vicepresidente Medios de Pago de Produbanco.

## España

Anna Puigoriol, Directora de servicios financieros de Banc Sabadell

Ángel Nigorra, Director general de BIZUM

David Hernández, Head of Core Products para el Sur de Europa, Visa

David Lozano, fundador de Afterbanks

Jacobo Miralles, VP Product, BNEXT

Juan Luis Encinas, Director general, Iberpay.

Jorge Martínez, Director Ejecutivo de Medios de Pago y Consumo, Abanca

Paloma Real, Directora general, Mastercard España

Pilar Clavería, Asesora pagos, operaciones y procedimientos, Asociación Española de Banca AEB

Román Benito Pérez, Manager Open Banking e Innovación, Liberbank

## Italia

Ferdinando Visone, PSD2 and Payment Expert Italian Market.

Rita Camporeale, Dirigente Responsabile Ufficio Sistemi di Pagamento, ABI

## México

Christian Díaz Navarrete, coordinador del Grupo de Nuevas Tecnologías del Comité de Tarjetas de la Asociación Bancos de México, ABM

Érika Lavara, Dirección de medios de pago de la ABM

Heye Guo, cofundador y CEO de Nanopay

Mary Pily Loo, Directora General de  Riesgo Operacional y Tecnológico de la CNBV

Pablo Viguera, fundador y CEO, Belvo

Rodolfo Reyes, coordinador del Grupo de Operaciones del Comité de Tarjetas de la Asociación Bancos de México, ABM

## Perú

Milton Vega, Subgerente de Pagos e Infraestructuras Financieras del Banco Central de Reserva del Perú

Ljubica Vodanovic, Socia fundadora, Vodanovic Legal

## Portugal

Maria Antónia Saldanha, Country Manager, Mastercard

## República Dominicana

Ángel González Tejada, Director del Departamento de Sistemas de Pago del Banco Central de la República Dominicana

Yilmery Rosario, Consultor Técnico del Departamento de Sistemas Pagos del Banco Central de la República Dominicana

## Reino Unido

Jim Tomaney, COO, Renovite

Manuel Peleteiro, CEO, Inbest

## Latinoamérica

Raúl Morales, Gerente de Infraestructuras y Mercados Financieros, CEMLA (hasta octubre de 2021)

Roberta Isfer, Innovation Strategist & Content Director, Visa

# Tránsito a un mundo híbrido, interoperable y contextual

El ecosistema de los pagos se encuentra en 2021, superado un 2020 calificado hace un año como extraordinario, en un periodo de tránsito acelerado hacia el desarrollo pleno de capacidades en el mundo físico y digital, en el que los pagos son cada vez más rápidos, fáciles de usar y más cómodos. Roberta Isfer, Innovation Strategist & Content Director en Visa observa una tendencia que ha llegado para quedarse, confirmada por el comportamiento de las personas en todos los mercados que han ido superando los confinamientos más estrictos: Phygital. “El consumidor elige lo que es más cómodo, y va a navegar entre lo físico y digital, reflejado también en los pagos”.

Estas capacidades híbridas se espera además que sean innatas a todo tipo de dispositivos conectados (pronto, con el despliegue del 5G y la Internet de las Cosas, a una escala inimaginablemente mayor) y que cualquier solución sea operable desde un mismo canal y sea capaz de responder, sin hacerse notar, al contexto particular en el que nos encontremos.

La nueva cadena de valor de los pagos está conformada y aspira a crecer basada en los datos y en las capacidades preventivas, predictivas y prescriptivas de la inteligencia artificial, así como en su invisibilidad (pagos invisibles) o integración (pagos incrustados o embebidos). La Internet de las Cosas y el Open Banking supondrá avances en la oferta de soluciones Seamless y omnicanal a los usuarios, con los consecuentes nuevos modelos de negocio en torno a nuevos casos de uso. “El futuro será del diseño de productos hiper personalizados que, no siendo un concepto nuevo, es muy difícil llegar a él: porque no podemos ser intrusivos en la vida de las personas, que por otro lado no exponen lo que quieren, quieren que se les adivine”, confirma Heye Guo, cofundador y CEO de Nanopay.

---

## El futuro será del diseño de productos hiper personalizados

**Heye Guo**, Nanopay

“El 5G como infraestructura de comunicaciones va a suponer una revolución en todas las industrias, también en la financiera y la de los pagos”, prevé Paloma Real, Directora General de Mastercard España. “La convergencia digital, la incorporación de más dispositivos en la vida de las personas y que sean en sí mismos terminales de pago o de comercio electrónico, van a eclosionar con el despliegue del 5G, habilitador del comercio contextual y del pago por uso”.

“Pronto llegará el momento en el que nuestros avatares digitales comiencen a transaccionar, hacer pagos y compras en comunidades digitales, en el metaverso. Se crean nuevas comunidades y universos digitales que hay que atender con nuevas soluciones”, prevé Roberta Isfer de Visa.

---

## Pronto llegará el momento en el que nuestros avatares digitales comiencen a hacer pagos

**Roberta Isfer**, Visa

La ansiada y necesaria interoperabilidad es el requisito reglamentario en materia de eficiencia y competencia menos común en los sistemas de pago nacionales, a pesar de la dificultad constatada de que se produzca de forma espontánea, que la ofrezca el mercado Motu Proprio. Pero hay ya importantes excepciones a esta aspiración, que comienza a ser una condición de política pública, al menos recientemente y al menos en algunos mercados.

Brasil es ejemplo de jurisdicción que requiere interoperabilidad para algunos servicios de pago como el dinero electrónico, la adquirencia, los códigos QR y la iniciación de pagos, mediante la instrucción de normas comunes que la garantizan. Otros países de la región - Argentina (CBU-CVU), Costa Rica (SINPE), México (CoDi) y Perú (BIM) requieren que la mayoría de los proveedores de servicios de pago (PSP por sus siglas en inglés) transfieran sin problemas los pagos minoristas entre ellos. El adoptado en Chile (aún en fase proyecto de ley de cámaras de pago de bajo valor) y Colombia (nuevo reglamento del sistema de pagos de bajo valor) es un enfoque que fomenta la interoperabilidad, ya sea para un conjunto determinado de tipos de pago o solo para algunos PSP. En buena parte de Centroamérica no existen requisitos específicos de interoperabilidad.

Otros países o regiones cuentan con planes para alcanzar la interoperabilidad, como la UE y la aspiración recogida en la nueva estrategia de pagos minoristas de que los futuros sistemas sean “paneuropeos” e interoperables. Reino Unido publicó al respecto en 2017 su plan de Nueva Arquitectura de Pagos (NPA), con la interoperabilidad de extremo a extremo como uno de los principios clave de diseño, fase en la que se encuentra. El NPA implica una renovación de la fontanería de pagos para reemplazar el actual sistema interbancario de pagos inmediatos con una nueva infraestructura de compensación y liquidación basada en el estándar de mensajería ISO 20022, habilitadora de la eventual Internet de los pagos.

Otras iniciativas encaminadas a mejorar la interoperabilidad y la competencia consisten en conceder a los PSP acceso a los sistemas de pago y a las cuentas de los bancos centrales para evitar que los operadores que actúan como “Gatekeepers”, o con poder de mercado, impidan el acceso a innovaciones, a nuevas soluciones y a nuevos participantes con prácticas que puedan ser consideradas anticompetitivas. El Banco Central de Costa Rica ha sido pionero en la provisión de acceso a PSP al Sistema Nacional de Pagos Electrónicos (SINPE). “El Banco Central está haciendo la labor de habilitación de acceso a los sistemas de pago que en Europa se ha exigido a los bancos privados. Si no lo hacemos así, la industria de los pagos no se desarrollaría al ritmo que lo está haciendo, porque los pagos son esenciales para cualquier vertical de negocio de las fintech”, reconoce Carlos Melegatti Director del Sistema de Pagos del Banco Central de Costa Rica.

## Competencia en los actuales sistemas de pagos

“Desde un punto de vista tecnológico, el ecosistema de pagos evoluciona a un ritmo tremendo; es de hecho una de las verticales financieras de mayor evolución tecnológica, y lo hace tan rápido que conforma un ecosistema que requiere de muchos recursos para estar al día”, admite Jorge Martínez, Director Ejecutivo de Medios de Pago y Consumo de Abanca.

---

**El ecosistema de pagos evoluciona a un ritmo tremendo; es de hecho una de las verticales financieras de mayor evolución tecnológica, y lo hace tan rápido que conforma un ecosistema que requiere de muchos recursos para estar al día**

**Jorge Martínez**, Abanca

Además, los pagos ya no son una actividad exclusiva de los bancos tradicionales o Legacy Banks. Fintech y bigtech, originalmente consideradas Outsiders, se están convirtiendo en parte del Establishment, están ganando masa crítica. Nos encontramos en un punto de inflexión en el que agentes no tradicionalmente proveedores de servicios financieros y de pagos -desde grandes empresas tecnológicas hasta fabricantes de automóviles o plataformas de la Gig-economy- incursionan en esta industria y lo hacen aportando innovaciones al ecosistema de los pagos.

Esto no ha pasado desapercibido para los reguladores, que ahora están estudiando cómo debe adaptarse la regulación para hacer frente a estos cambios: sin que se vea sacrificada la estabilidad financiera, el ecosistema de pagos global deber ser ágil, seguro y abierto a la innovación. Y esta rápida transformación digital de los servicios financieros conlleva tomar decisiones relativas a la defensa de la competencia, al establecimiento de perímetros regulatorios y al denominado Level-playing Field. “Cualquier competencia se tiene que dar en un entorno equilibrado y no se puede jugar con distintas reglas”, afirma Pilar Clavería, asesora de pagos, operaciones y procedimientos, Asociación Española de Banca AEB.



Andrés Rodríguez Ledermann, Head of Wealth Management de Ualá, constata que “el mundo fintech ha logrado trascender a la diferenciación entre licencias, porque mientras hace unos años era muy importante saber lo que eras, ahora no lo es tanto por los grandes desarrollos que han demostrado lo que somos a nivel global. Para todo ello la regulación genera confianza y seguridad para los usuarios.”

Las prioridades regulatorias en este sentido parecen claras, tal como relata Restoy (2021) en su artículo del Financial Stability Institute: “El fomento de la igualdad de condiciones no es el objetivo principal de la regulación financiera. Los objetivos de política pública, como la estabilidad financiera, la integridad del mercado y la protección del consumidor, ocupan el primer lugar en el orden de prioridades”. No obstante, las autoridades europeas reconocen que los riesgos relacionados con las actividades de bigtech en las finanzas pueden no ser plenamente capturados por el enfoque regulatorio actual, que está orientado a entidades individuales o actividades específicas y no a los riesgos potenciales por las interrelaciones dentro de los grupos de bigtech y su papel como proveedores de servicios críticos para las instituciones financieras, tales como servicios de TI

e infraestructura como computación en la nube y análisis de datos. “Buscamos fortalecer la continuidad del negocio, la protección al consumidor (que sepa en todo momento con quién está relacionándose) y la mitigación de la concentración de proveedores de tecnología, que es una preocupación constante sobre todo en servicios en la nube”, explica Mary Pily Loo Castillo, Directora General de Riesgo Operacional y Tecnológico de la CNBV.

También como proveedores de dispositivos conectados. En este caso, la Comisión Europea anunció en junio de 2020 una investigación antimonopolio sobre si la conducta de Apple en relación con Apple Pay - la limitación de Apple de acceso a la funcionalidad NFC / Tap And Go en iPhones para pagos en tiendas, y supuestas denegaciones de acceso- viola las reglas de competencia de la UE, investigación que sigue su curso en 2021. A este respecto, entre los proyectos de enmiendas a la nueva Directiva europea de Servicios de Pago (PSD 2) y al texto de la Ley de Mercados Digitales se encuentran propuestas de exigencia a los fabricantes de teléfonos inteligentes y otros proveedores de servicios técnicos de ofrecer acceso a tecnologías como NFC para garantizar condiciones equitativas para los proveedores de aplicaciones de pago.

Grandes tecnológicas	Negocio principal	Banca	Crédito	Pagos	Micro financiación	Gestión de activos	Seguros
Google	Búsqueda por internet/Publicidad						
Apple	Producción de hardware						
Facebook	Redes sociales/Publicidad						
Amazon	Comercio electrónico al por menor						
Alibaba (Grupo Ant)	Comercio electrónico al por menor						
Baidu (Du Xiaoman)	Búsqueda por internet/Publicidad						
JD.com (JD Digits)	Comercio electrónico al por menor						
Tencent	Videojuegos y mensajería						
NTT Docomo	Comunicaciones móviles						
Rakuten	Comercio electrónico al por menor						
Mercado libre	Comercio electrónico al por menor						

■ Provisión de servicios financieros a través de grandes compañías tecnológicas y/o en cooperación con instituciones financieras ajenas a las grandes compañías tecnológicas, al menos en una jurisdicción  
 ■ Lanzamiento esperado para 2021

### Servicios financieros ofrecidos por grandes compañías tecnológicas

Fuentes: BIS (2019); Citi GPS (2018); FSB (2019b); IBFED y Oliver Wyman (2020); van der Spek y Phijffer (2020)  
 Fuentes públicas: FSI

Las grandes tecnológicas tampoco están exentas de crear o aumentar los riesgos para la estabilidad financiera y la protección del consumidor, para la privacidad de los datos y la seguridad cibernética. Según Restoy (2021), “todas las grandes tecnológicas tienen entidades en sus grupos que poseen licencias de pago y, por lo tanto, están autorizadas a realizar servicios de pago y/o emitir dinero electrónico en al menos una jurisdicción”. Por ello, reconoce que la entrada de las grandes tecnológicas en las finanzas exige un enfoque integral de política pública que combine la regulación financiera, la política de competencia y la privacidad de los datos. Las implicaciones desde la perspectiva del regulador y del supervisor son por tanto enormes, y se debaten entre modelos de supervisión por entidades y supervisión por funciones o actividades.

Un ejemplo es el riesgo de ejercer prácticas discriminatorias (impacto dispar) por el uso de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático en la toma de decisiones de financiación. En EE.UU., cinco reguladores incluida la Oficina de Protección Financiera del Consumidor (CFPB) ha solicitado al sector información para establecer una política interinstitucional en torno a su uso. Bajo un impacto dispar, una política o práctica puede ser considerada ilegal si tiene un efecto discriminatorio en una clase o colectivo protegidos.

Los aún elevados costes de afiliación de usuarios y de los desarrollos tecnológicos fomentan el reagrupamiento y dota de ventajas a los grandes proveedores de tecnología que se expanden a los servicios financieros desde otros negocios, los realmente presentes en la vida de las personas. Porque, en definitiva, el pago no es un fin en sí mismo sino un habilitador de un sinfín de actividades físicas y digitales. Las grandes tecnológicas pueden aprovechar su ventaja, su omnipresencia, para proporcionar, por ejemplo, soluciones de financiación contextual, embebida. Es por tanto muy probable que el aumento de la consolidación (geográfica, sectorial y/o por especialización) continúe, porque la industria de los pagos es una actividad de escala, de volumen, pero también de muchos nichos, en los que las fintech a priori suelen descansar en bancos tradicionales o en proveedores de BaaS o PaaS (Payments-as-a-Service) para desplegar sus soluciones.

Chile, Colombia, México y Perú emitieron en 2018 los “Principios orientadores para la regulación fintech en la Alianza del Pacífico” entre los que destacan la neutralidad tecnológica, la regulación por actividades o servicios, la proporcionalidad basada en riesgos, la protección al consumidor –especialmente el cliente minorista-, la integridad y estabilidad financiera y la prevención del riesgo de lavado de dinero y financiación del terrorismo.

## La consolidación impulsa las fusiones y adquisiciones

Se constata la gradual consolidación de unos pocos grandes agentes que marca la tendencia hacia un mercado global dominado por ellos. Todo ello queda reflejado en la intensa actividad de fusiones y adquisiciones. El 2019 registró un récord en el valor de las inversiones en la industria de los pagos que se acercó a los 26.000 millones de dólares gracias, entre otras, a las mega fusiones de FIS-Worldpay, Fiserv-First-Data y Global Payments-Total System Services. Un año después, las protagonistas fueron Nexi y SIA así como Worldline e Ingenico, además del frustrado anuncio de compra de la fintech Plaid por parte de Visa por 5.300 millones de dólares, rápidamente opacado por el de la compra de Tink, plataforma Open Banking sueca, por 2.100 millones de dólares.

El frenesí en el sector obliga a muchas empresas a optar por estrategias de crecimiento inorgánico para mantener su posición de liderazgo o por simple supervivencia.

En términos geográficos, la ubicación de la actividad inversora en el último año se ha trasladado a Europa y Latinoamérica, protagonizando operaciones como las que hace cinco años protagonizaban las fintech de EE.UU. y China. Klarna, Startup sueca de BNPL (Buy Now Pay Later / Compre ahora y pague después), es valorada en más de 46.000 millones de dólares al tiempo que Revolut, neobanco con sede en Londres con aspiraciones de convertirse en una súper app e incursionar en el negocio Travel, lo era en 33.000 millones poco después de que la estadounidense Stripe batiera un record de valoración de una fintech por 95.000 millones de dólares.

La argentina Ualá no solo ha adquirido al primer banco digital en Argentina, sino que poco después de ese anuncio le siguió el de la compra del banco mexicano ABC Capital caracterizado por prestar servicios a otras entidades en la modalidad BaaS. Ualá se catapultó a la categoría de unicornio tras la última ronda de inversión en la que captó 350 millones de dólares y una valoración superior a los 2.000 millones. Nubank alcanzó dicha categoría y en 2021 recibió más de 1.100 millones de dólares de inversión de Berkshire Hathaway, Sands Capital y las brasileñas Verde Asset y Absolut Partners entre otros, para apoyar la expansión de Nubank en América Latina donde ya está presente en Argentina, Brasil (su país de origen), Colombia y México. A Ualá y Nubank se unen la mexicana Konfio, que ofrece financiación a pymes desde 2013 y que en 2021 alcanzó una valoración de 1.300 millones de dólares tras una nueva ronda de financiación en la que participó Softbank Group. La colombiana Rappi alcanzó una valoración superior a los 5.000 millones de dólares

tras la ronda de inversión en 2021 de 500 millones que se suman a los 1.500 millones obtenidos en diversas rondas desde su nacimiento en 2015, y ya está también presente su servicio de pagos RappiPay en México.

“México es el primer país de aterrizaje para muchas multinacionales fintech con visión latinoamericana”, confirma Heye Guo de Nanopay. David Hernández, Head of Core Products para el Sur de Europa en Visa, comparte la estrategia fintech de la compañía, que se sustenta en un diagnóstico que destaca algunos hechos estilizados: “Las Fintech han demostrado tener una capacidad notable para atraer clientes a través de propuestas atractivas, excelentes UX y planes agresivos de expansión de mercado, aunque por el lado de los ingresos muchas arrastran pérdidas porque los ingresos por comisiones (incluidas las suscripciones Premium) son moderados e insuficientes para cubrir los costes. Por ello se deberán desarrollar servicios bancarios típicos como financiación, gestión de patrimonios y banca de personas que supone adoptar y cumplir con obligaciones regulatorias, capacidades aumentadas de gestión de riesgo y de atención al cliente, entre otros”. Reconoce que el crecimiento de las fintech ha sido impulsado por la abundante financiación de capital de riesgo, que puede no estar disponible en el futuro (lo que mostrará vulnerabilidades de algunos de los modelos de negocio actuales) ni ser adecuada para financiar el negocio de préstamos al que se estarían extendiendo.

Destaca David Hernández de Visa que los neobancos y Challenger Banks más mediáticos en Europa por méritos propios (Revolut, N26, Monzo y Starling Bank) concentran ellos solos más de 28 millones de clientes tras crecer durante 2020 entre un 28% y un 58% en su base de clientes, en un año marcado por la crisis. Añade que “la expansión ha sido también geográfica (Revolut ya está presente en 35 mercados, N26 en 25, y Wise en 65), de negocio (muchas están transitando a un modelo de Marketplace desde el que ofrecer una mayor diversidad de productos y servicios financieros y crecer en la ratio de número de productos por cliente) y por medio de IPO y SPAC”.

---

## La expansión fintech ha sido geográfica, de negocio y por medio de IPO y SPAC

**David Hernández,** Visa

Desde la perspectiva de una fintech en particular, Jacobo Miralles, VP Product de Bnext ilustra ese diagnóstico con lo experimentado en los últimos dos años. Recordamos que Bnext comenzó a operar en España emitiendo medios de pago contratando los servicios de una EDE y a principios de 2020 consiguió su licencia propia de EDE. Como tal, Bnext está habilitada a abrir cuentas digitales y emitir medios de pago sin disponer del dinero depositado, que se encuentra en una cuenta Scrow en un banco. Cuenta con la operativa para que cada cliente Bnext tenga un IBAN único en el que pueda para domiciliar nóminas, recibir transferencias y hacer pagos. “Con la EDE con la que trabajábamos había un solo IBAN para todos los clientes de Bnext”, aclara. “Un proyecto fundamental de la operativa ha sido montar la infraestructura tecnológica (core bancario) propio, conectarnos con el procesador y hacer de nuevo el Onboarding de nuestros clientes, migración que ha frenado la adquisición de nuevos. Como EDE, hemos pasado de no tener carga regulatoria a ser entidad regulada, a abrir directamente las cuentas digitales y a emitir tarjetas de las que obtenemos ingresos por tasas de intercambio”. Unas semanas antes de decretarse la pandemia global lanzaron su producto Premium muy orientado a viajes, lo que les obligó a cambiar su oferta de valor y orientarse a una cuenta que permite ahorrar en los gastos cotidianos con un nuevo sistema de recompensas. “Con el revés de la COVID, México ha sido una bendición, donde hemos bancarizado clientes que no tenían acceso a medios de pago digitales”, explica Jacobo Miralles de Bnext.

Santander anuncia el lanzamiento de PagoNxt, fintech que aglutina los negocios de pagos, para acelerar su crecimiento global en tres áreas de negocio (comercios, individuos y pymes) tras completar la adquisición de los activos de Wirecard e integrar los diferentes negocios de pagos de Santander: Santander Global Payments (Global Trade Services y Global Merchant Services) y Santander Digital. En Latinoamérica la estrategia de PagoNxt se desarrolla a través de tres unidades de negocio: las soluciones para comercios estructuradas en torno a la brasileña Getnet, que ya tiene plataforma en Brasil, México y Argentina; One Trade para el comercio internacional, y Superdigital, plataforma de inclusión financiera para la población no bancarizada en Latinoamérica, que ya está presente en cinco mercados y espera ampliar a Colombia, Perú, Argentina y Uruguay en 2021. En Europa, PagoNxt opera en el negocio de pagos en comercios, sean estos clientes o no del banco, bajo la marca Getnet, lanzamiento que se vio acelerado por la compra de Wirecard.

En el segmento de proveedores de soluciones de pago B2B también se anticipan tendencias de reagrupamiento, como las demostradas por las adquisiciones de soluciones de pagos sin contacto en el punto de venta, a los que agregan otras para incorporar nuevos productos en un intento por convertirse en plataformas.

Apple adquirió en 2020 la canadiense Mobeewave con el objetivo de convertir sus iPhones en terminales de pago a través de Apple Pay. En España BBVA ofrece una solución para que pequeñas empresas y autónomos acepten pagos con tarjeta usando el teléfono móvil a modo de POS, integrada en la app BBVA SmartPay. Visa comenzó a probar en EE.UU. su servicio de pago Tap-to-phone para vendedores y Mastercard lanza Cloud Tap on Phone. PayPal lanzó en EE.UU. su POS Zettle para pagos basados en QR después de hacerlo en Reino Unido, y Amazon amplía los servicios financieros destinados a las pymes en su plataforma, a las que ya ofrece tarjetas de crédito, líneas de crédito y POS (Amazon One). Con este propósito adquiere la compañía de pagos omnicanal Periple.

## BNPL y financiación en el POS

BillMeLater de PayPal fue uno de los primeros servicios digitales de BNPL. Hoy convive con otros como Affirm, Klarna, AfterPay, FuturePay y pronto con Apple, que está diseñando con Goldman Sachs "Apple Pay Later" sobre Apple Card. Discover se une al negocio e invierte en BNPL Sezzle; y Square compra la australiana Afterpay por 29.000 millones de dólares para conectarla con Cash App y los ecosistemas de aceptación de sus puntos de venta afiliados. Nubank explora la fragmentación de pagos al contado en México y Brasil, hasta la fecha sus principales mercados antes de anunciar su llegada a la India.

Mientras que el Buy Now Pay Later (BNPL) es un fenómeno muy presente en EE.UU., y muchos países de Europa, altamente bancarizados, en Latinoamérica este fenómeno todavía es incipiente y en parte motivado por la dificultad asociada al proceso de evaluación de riesgo crediticio de los no bancarizados. En este sentido, Oplay concibe el análisis de riesgo como un proceso sencillo y en línea para empresas nativas digitales como la que representa, en el que utilizan fuentes alternativas a las documentales que piden los bancos, así como Scoring alternativos al del buró de crédito. "Enriquecemos nuestros modelos de riesgo y prevención del fraude con herramientas tecnológicas como IA y Machine Learning de las que somos nativos, herramientas que los bancos tradicionales no tiene tanta flexibilidad y capacidad de desplegar e integrar", constata Heye Guo de Oplay.

Desde la ABM Rodolfo Reyes, coordinador del Grupo de Operaciones del Comité de Tarjetas, percibe que en México se observa una adopción significativa por parte de grandes marketplaces. "Si antes las promociones de meses sin intereses estaban acotados a determinados comercios en alianza con algunos emisores, hoy la apertura de la operativa BNPL es total, motivada por los grandes Marketplaces y del agrado de muchos emisores que buscan ofrecer un servicio adicional al cliente y romper la hegemonía de algunos grandes emisores". "La industria de tarjeta de crédito en Brasil está muy consolidada, y el modelo de aplazamiento de las compras muy establecido desde su nacimiento en 1994 con el Plan Real de Estabilización Económica, con estructura, modelos de financiación de los emisores y soluciones de adopción para el comercio por parte de los adquirentes", afirma Carlos Alberto C. Moreira Jr., Superintendente de desarrollo de negocios de ELO. No en vano, los pagos en cuotas representan aproximadamente el 60% del total de pagos con tarjeta de crédito. El modelo de cuotas sin intereses (Parcelado Sem Juros) vino a combatir el uso de pago con cheques pos datados, operaciones de financiación de elevado riesgo porque no estaban registradas.

Ualá creció un 400% en su producto de "cuotificación" en el que, a diferencia de otras propuestas, "el cliente ha de tener los fondos para comprar el producto, y prestamos lo que ya ha pagado, de modo que, si el cliente necesita reintegro del importe para otra cosa, se devuelven las cuotas futuras". Con este producto Ualá genera un Score crediticio genuino de usuarios que nunca habían hecho uso de ningún producto en el sistema financiero, además de cuidar los riesgos de sobre endeudamiento porque tienen que haber demostrado, con el saldo en su CVU, la capacidad de comprar el bien antes de endeudarse.

---

**Si antes las promociones de meses sin intereses estaban acotados a determinados comercios en alianza con algunos emisores, hoy la apertura de la operativa BNPL es total, motivada por los grandes Marketplaces y del agrado de muchos emisores que buscan ofrecer un servicio adicional al cliente y romper la hegemonía de algunos grandes emisores**

**Rodolfo Reyes, ABM**

“En el mercado ecuatoriano es una práctica tradicional, a diferencia de mercados más desarrollados. Como consecuencia de estrategias de pago diferido (meses sin intereses), el 40% de la facturación que se genera en el Ecuador es pago en cuotas con tarjeta de crédito”, confirma Sebastián Quevedo, Vicepresidente Medios de Pago de Produbanco.

“En Colombia no está presente esta modalidad de financiación porque las licencias están muy diferenciadas: si es intermediación hay unas reglas; si es financiación con recursos propios, hay otras”; confirma Andrés Mauricio Velasco, Subgerente de Sistemas de Pago y Operación Bancaria, BANREP. “Es en este último ámbito donde pueden estar apareciendo estas opciones: integrándose los comercios con las empresas de servicios públicos como la energía para que el pago de las cuotas de compras de bienes con tarjeta de débito llegue con la factura del proveedor del servicio. Bajo este esquema, las implicaciones de un impago pueden llegar a ser muy severas: si no pagas el televisor que has comprado, te podrían cortar la luz”.

En España la presencia de BNPL crece con soluciones como Viabill, Instant Credit (de Banco Sabadell), Aplázame, ClearPay (antes Paga+ Tarde de Pagantis, que anunció su alianza con PayPal en 2019). Jorge Martínez de Abanca augura éxito al BNPL en España, porque los clientes precisan soluciones más fáciles y comprensibles. “No debemos dejar BNPL, solución que los bancos españoles hemos incorporado como solución de industria con el producto PLAZOX”, reconoce. “Esta solución de pago la usan los Millenials y GenZ y aunque con dificultad, podrían unirse también los Boomers. Los bancos estamos obligados a dar los mejores servicios a nuestros clientes con la mejor experiencia posible y la mayor seguridad de uso”.

Anna Puigoriol, Directora de Servicios Financieros de Banc Sabadell prevé cambios importantes en el futuro porque el regulador en Reino Unido está preocupado por cómo se están implantando las soluciones, que por importe se encontraban sujetas a una regulación menor. De hecho, el HM Treasury y la Financial Conduct Authority (FCA) buscan endurecer la normativa que rige BNPL por medio de un reglamento, ante la sospecha de que incentiva a los consumidores a gastar más de lo que pueden permitirse pagar. Este endurecimiento también lo prevé la CFPB en EE.UU. ante el crecimiento en la adopción y la evidencia de su extensión al pago de servicios profesionales, incluidos los servicios médicos. Al respecto, Pilar Clavería de la AEB considera que en España los hábitos de consumo son muy diferentes a los de Reino Unido y EE.UU., y no hay tradición de financiar compras como en aquellos mercados.

En Italia, Rita Camporeale, Dirigente Responsabile Ufficio Sistemi di Pagamento de la ABI, percibe una tendencia al alza de BNPL, “pero es posible que no sea tan elevada como en otros países si bien podría contribuir a superar las reticencias de las personas a utilizar tarjetas Revolving”. Ferdinando Visone, PSD2 and Payment Expert menciona a la fintech italiana Scalapay como principal competidor de Klarna. “BNPL es una forma inteligente, una solución Win-win para el comerciante, que tiene la posibilidad de realizar una venta completa, y para el comprador, que recibe el bien habiendo desembolsado en el momento solo una fracción de su precio.” Percibe sin embargo una dificultad, “las fintech de BNPL no realizan algunas validaciones KYC porque es considerado un pago fraccionado en un corto número de cuota”, concluye Ferdinando Visone.

En Portugal, como consecuencia de la pandemia y de la necesidad de las personas de administrar mejor sus presupuestos personales, “cayó el uso de tarjeta de crédito en favor de la de débito, lo que ofreció la oportunidad para crecer en alternativas BNPL”, constata Maria Antónia Saldanha, Country Manager de Mastercard Portugal.

La irrupción del BNPL, sin duda, es un ejemplo de la presión de las entidades bancarias de estar presentes en todas las innovaciones que a menudo no pueden desarrollarse internamente y que precisan de colaboración con fintech.

---

## Cayó el uso de tarjeta de crédito en favor de la de débito, lo que ofreció la oportunidad para crecer en alternativas BNPL

**Maria Antonia Saldanha**, Mastercard Portugal

## Pagos transfronterizos inmediatos

La búsqueda de servicios de pago transfronterizos más rápidos, baratos, transparentes e inclusivos, con altos niveles de seguridad y protección aspira a aportar beneficios para los usuarios del sistema financiero y la economía en general, por su capacidad de fomentar el crecimiento económico, el comercio internacional, y la inclusión financiera. En América Latina, a medida que más empresas se expanden en la región e ingresan a nuevos mercados, realizar o recibir pagos de otras empresas (B2B) así como de los consumidores (C2B) se ha convertido en un desafío, especialmente con el crecimiento del comercio online y de la fragmentación de los mercados, tanto regulatoria como asociada a barreras culturales o hábitos domésticos.

El G20 declaró en 2020 como prioridad mejorar los pagos transfronterizos, y solicitó al Consejo de Estabilidad Financiera (FSB por sus siglas en inglés) coordinar una hoja de ruta para este propósito. En la definición de la hoja de ruta, se identificaron cuatro retos clave: altos costos, baja velocidad de procesamiento, acceso limitado a los servicios y transparencia insuficiente. Y los factores que contribuyen a dichos retos son la falta de interoperabilidad o fragmentación de los estándares y de horarios de funcionamiento, la complejidad para cumplir con los requisitos AML/CFT y con los de protección de datos, y el uso de plataformas con tecnologías Legacy obsoletas.

Así lo reconoce la propia SWIFT, que atribuye a los pagos transfronterizos tradicionales una falta de estandarización por ser procesos en los que intervienen diferentes bancos, países y husos horarios, además de ser costosos, complejos y poco transparentes para los consumidores. De este modo argumenta el lanzamiento en 2017 de su nuevo Standard SWIFT GPI (global payment innovation) ya adoptado por más de 1.000 bancos a nivel mundial. Su evolución a SWIFT Go en 2021 permite pagos transfronterizos de bajo valor rápidos, en cuyo lanzamiento piloto ha participado BBVA junto a otros seis bancos (The Bank of New York Mellon, DNB, MYBank, UniCredit, SberBank, and Société Générale).

Entre tanto, el Centro de Innovación del BIS y la Autoridad Monetaria de Singapur proponen mejorar la conectividad de la red mundial de pagos minoristas en tiempo real a través de vínculos multilaterales de los sistemas nacionales de pago minorista de los países. Abogan por la integración plena de los sistemas de pago domésticos al por menor en una única red transfronteriza, lo que permitiría a las personas realizar transferencias transfronterizas de forma instantánea y segura a través de sus teléfonos móviles o dispositivos de Internet.

Esa visión está recogida en el plan Nexus, anunciado en julio de 2021, que considera que los países participantes solo tendrán que adoptar los protocolos Nexus (requisitos técnicos y de gobernanza) para obtener acceso a la red de pagos transfronterizos, eliminando la necesidad de que los países negocien vínculos bilaterales de pago con cada jurisdicción. En palabras de Benoît Cœuré, Head of the BIS Innovation Hub, “el proyecto Nexus trata de ser el equivalente de los protocolos de Internet para los sistemas de pago”. Y se prevé sea una realidad en los próximos cuatro años, una vez se realicen mejoras en la conectividad directa entre los sistemas nacionales de pagos inmediatos y en las infraestructuras comunes de liquidación al por mayor. No en vano, el Banco Central Europeo se encuentra revisando el diseño y gobernanza de su sistema de pagos (TARGET), tras las recomendaciones emitidas por una revisión independiente al producirse en 2020 una serie de caídas del sistema.

En el ámbito de las remesas internacionales –el envío de dinero por los trabajadores migrantes a sus familias en sus países de origen, que movilizó 540.000 millones de dólares en 2020- la forma tradicional de resolverlas ha sido a través de los bancos que tienen presencia en los dos puntos del correspondiente corredor. La falta de transparencia y los altos costos de conversión han dificultado el uso de esa solución bancaria a un elevado porcentaje de la población, por lo que han surgido varias soluciones innovadoras de pago transfronterizo de remesas. Algunas fintech se han especializado en productos o servicios de margen elevado como las remesas internacionales, y se han convertido en serios competidos de los proveedores bancarios tradicionales. Wise (antes Transferwise) y Remitly son ejemplos de esta estrategia. Por su parte, MoneyGram inaugura el uso de la tecnología de Visa Direct para simplificar el proceso de transferencias de dinero P2P desde EE.UU., permitiendo la recepción de los fondos a una cuenta vinculada a una tarjeta de débito o prepago Visa.

La Billetera Global66 Multidivisa facilita el proceso de transferencias internacionales a los usuarios (personas naturales) de Argentina, Brasil, Chile y México. Global66 es una fintech latinoamericana de origen chileno que ofrece como servicio principal envíos internacionales de dinero a más de 55 destinos de forma 100% digital. Está presente también en Colombia (SEDPE), Ecuador, Perú y España.

A su llegada a México en 2020, Bnext se dio cuenta de ser el único PSP con presencia en España y Latinoamérica. Y a pesar de que el corredor España-México no es el más grande, Jacobo Miralles de Bnext reconoce que “empezamos a pensar en el concepto de remesas porque España mueve cada año 17.000 millones de euros en ellas, de los que el 40% son de Latinoamérica, y México recibe aproximadamente el 40% de las remesas mundiales”. Esta constatación tuvo otro

ingrediente “Con la inversión de Algorand, uno de los tres protocolos de blockchain más relevantes, podemos hacer esta operativa de remesas más fácil, barata, segura y ágil”, confirma, aludiendo además a la poca transparencia de las empresas tradicionales con el coste del tipo de cambio, y la relevancia que estos servicios tienen para la Agenda 2030 de Naciones Unidas, que llama a reducir el coste de las

## El futuro de los pagos pasa por las monedas digitales

El ecosistema de pagos crece en dimensión y participantes, se reproduce y es muy posible que nos encontremos a las puertas de un conjunto de disrupciones, muchas de ellas promovidas por las autoridades, que lo hagan mutar a un ecosistema más adaptado a las necesidades y capacidades que demanda el siglo XXI. Una red de pagos moderna y universal.

La metamorfosis está a punto de producirse (sin duda, antes de 2030) al calor de dos grandes innovaciones hoy en fase de gestación: las monedas digitales de bancos centrales (CBDC) con el euro digital como posible primigenio, y la aparejada modernización de los sistemas de pagos transfronterizos; habilitadores, quizá, de esa Internet de los pagos aludida.

En este contexto, “los incumbentes tienen interés en prevalecer y por ello han impulsado un diálogo constructivo con los bancos centrales, especialmente para seguir aprovechando la infraestructura existente”, afirma Raúl Morales, Gerente de Infraestructuras y Mercados Financieros de CEMLA.

## CBDC

El 9 de julio de 2021 el Comité de Pagos e Infraestructuras de Mercado (CMPI) y el Hub de Innovación del BIS, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial emitieron un comunicado conjunto al G20 sobre el potencial de las CBDC de mejorar la eficiencia de los pagos transfronterizos, condicionando su éxito a la cooperación internacional. El 14 de julio, nueve meses después de la publicación del “Informe sobre un euro digital”, el Eurosistema anuncia el inicio de la fase de investigación del proyecto con una duración de 24 meses. No se identificaron en la fase de experimentación ya concluida, obstáculos técnicos en ninguno de los cuatro ámbitos de análisis: el libro mayor digital en euros, la privacidad y la lucha contra el blanqueo de capitales, los límites del euro digital en circulación; y el acceso offline de los usuarios y las garantías de inclusión con dispositivos adecuados y asequibles.

La fase de investigación tiene el propósito de abordar cuestiones relacionadas con el diseño y la distribución del euro digital basados en las preferencias de los usuarios y el asesoramiento de comerciantes e intermediarios, así como identificar las opciones para garantizar la privacidad y evitar riesgos para los ciudadanos, los intermediarios y la economía en general de la zona del euro.

La fase de investigación evaluará el posible impacto de un euro digital en el mercado; definirá un modelo de negocio para los intermediarios supervisados y examinará los casos de uso que un euro digital debe proporcionar para cumplir su objetivo de ser una forma de dinero digital del banco central digital sin riesgos, accesible y eficiente, complementario al efectivo. Tanto TIPS (TARGET Instant Payment Settlement del Eurosistema) como blockchain demostraron en la fase de experimentación su capacidad de procesar más de 40.000 transacciones por segundo.

“Desde la perspectiva del Eurosistema, el euro digital seguiría siendo un euro, como los billetes y monedas actuales, pero en formato digital, para que ciudadanos y empresas lo utilicen en sus pequeños pagos. No sustituiría al efectivo, sino que lo complementaría. La principal diferencia con otras formas actuales de dinero digital es la emisión y respaldo por parte del banco central, lo que garantiza y protege su valor.”, explica Juan Luis Encinas, Director General de Iberpay.

Bancos centrales que han lanzado o puesto a prueba (o pronto lo harán)	
Bahamas (emitido)	Jamaica (piloto desde mayo 2021)
China (piloto)	Uruguay (piloto finalizado)
Caribe Oriental (piloto)	
Bancos centrales que han hecho pruebas de conceptos (o pronto lo harán)	
Japón (prueba de concepto)	Suecia (prueba de concepto)
Ghana (2021)	Ucrania (prueba de concepto finalizada)
Corea (prueba de concepto)	
Bancos centrales en fases avanzadas de investigación y desarrollo	
Canadá	Rusia
Euro Área	Reino Unido
Mauricio (2021)	EE.UU.
Noruega	
Bancos centrales en etapas exploratorias (con el año de la última actualización)	
Australia (2021)	Kenia (2020)
Brasil (2021) (2021)	Kuwait (2019)
Chile (2019)	Madagascar (2021)
Curaçao en Sint Maarten (2018)	Malaysia (2021)
República Checa (2021)	Marruecos (2019) (2021)
Dinamarca (2017)	Nueva Zelanda (2021)
Suazilandia (2020)	Paquistán (2021)
Georgia (2021)	Filipinas (2020)
Haití (2021)	South África (2021)
Hong Kong SAR (2021)	Suiza (2019)
Islandia (2018)	Taiwán (2020)
India (2021)	Tailandia (2021)(2021)
Indonesia (2020)(2021)	Trinidad and Tobago (2021)
Israel (2021)(2021)	Túnez (2018)
Kazakstán (2021)	Turquía (2020)
Bancos centrales explorando la emisión de CBDC minorista	
Bahréin (2018)	Nigeria (2021)
Egipto (2018)	Palestina (2021)
Irán (2018)	Ruanda (2021)
Lebanon (2020)	Emiratos Árabes Unidos (2021)
Macao (2021)	Vietnam (2021)
Bancos centrales han lanzado y descontinuado	
Ecuador (2014-2018)	Finlandia (1992-2006)

Entre los principales retos de su diseño destacan: la protección de la privacidad de los usuarios manteniendo la vigilancia contra actividades ilícitas; la posibilidad de realizar pagos sin conexión a internet; y como transmitir a los futuros usuarios el funcionamiento y las numerosas ventajas del euro digital como instrumento de pago

**Juan Luis Encinas**

“Está previsto que el euro digital pueda estar operativo a partir de 2026 y en estos momentos el Eurosistema estudia cómo será su diseño, cómo será la distribución a ciudadanos y empresas, así como su impacto en los mercados financieros. Entre los principales retos de su diseño destacan: la protección de la privacidad de los usuarios manteniendo la vigilancia contra actividades ilícitas; la posibilidad de realizar pagos sin conexión a internet; y como transmitir a los futuros usuarios el funcionamiento y las numerosas ventajas del euro digital como instrumento de pago frente al uso del efectivo.” concluye Juan Luis Encinas.

Días y semanas después del anuncio, varios gobernadores de la Reserva Federal de EE.UU. mostraron sus dudas acerca del balance positivo entre los beneficios y los riesgos de una moneda digital estadounidense aludiendo al buen desempeño del actual sistema de pagos del país. A estas dudas se sumó The Clearing House, el operador de propiedad bancaria del único sistema interbancario privado de pagos de Estados Unidos, que instó a proceder con cautela.

Pionero en esta carrera fue el Sand Dollar de Bahamas (B\$), en circulación y uso desde octubre de 2020, que cuenta desde febrero de 2021 con la posibilidad de ser utilizado, además de en billeteras digitales, a través de una tarjeta prepago tras el acuerdo entre Mastercard, el Banco Central de las Bahamas e Island Pay; el primer PSP y EDE autorizado en el país.

#### Jurisdicciones donde se está explorando CBDC minorista (Julio 2021)

Fuente: [http://kiffmeister.blogspot.com/2021/07/kiffmeisters-fintech-daily-digest\\_22.html](http://kiffmeister.blogspot.com/2021/07/kiffmeisters-fintech-daily-digest_22.html), a partir de Bancos centrales o diversas fuentes de noticias, el Banco de Pagos Internacionales CBDC database y CBDCTracker.org.



“Países como Brasil y República Dominicana, que han avanzado significativamente en pagos inmediatos, ya están explorando CBDC, y Brasil ya ha emitido unas pautas para el desarrollo potencial de una moneda digital brasileña”, confirma Raúl Morales de CEMLA.

Pero siendo honestos, el primero que experimentó con CBDC fue un país al que integra por primera vez el perímetro de este informe. Ecuador fue un país visionario con su moneda digital emitida por el Banco Central, con un propósito de inclusión financiera. Puede ser considerado el primer país del mundo en emitir una CBDC<sup>1</sup>, denominada Dinero Electrónico, en 2014. El caso de Ecuador ya descrito, fue la primera CBDC del mundo. Y el caso más reciente de criptoactivos (no CBDC) ha sido el anuncio de El Salvador de implantar bitcoin como moneda de curso legal. “No queda claro si el propósito de hacer Bitcoin moneda de curso legal en El Salvador es tratar de contrarrestar los costos administrativos de la dolarización o el de crear mecanismos alternativos de pagos a los actuales dado que la infraestructura actual se encuentra rezagada”, expresa Raúl Morales de CEMLA. El proyecto fue suspendido en 2016, y apenas cuatro años después, iniciativas de similar naturaleza, diversos propósitos y mayor alcance están en agenda de la práctica totalidad de bancos centrales, algunos de los cuales ya han anunciado la viabilidad teórica y conceptual de esta innovación.

Al respecto de las CBDC, desde el Banco Central de Costa Rica la pregunta que se plantea es ¿para qué las monedas digitales? “Tiene sentido que lo exploren países que emiten divisas (dólar, euro, otras), pero cuesta entender su valor para países pequeños que ya disponen de sistemas de pago suficientemente desarrollados, que aportaría el e-colón teniendo ya Sinpe móvil, el monedero electrónico de más rápido crecimiento en el país”, afirma Carlos Melegatti. Y otra pregunta que surge es ¿CBDC o pagos inmediatos?

<sup>1</sup> Andrés Arauz, Rodney Garratt, Diego F. Ramos F., Dinero Electrónico: The rise and fall of Ecuador's central bank digital currency, Latin American Journal of Central Banking, Volume 2, Issue 2, 2021, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666143821000107>

Países como Aruba, Colombia y Curazao son casos en los que estas preguntas se encuentran actualmente en discusión, comparte Raúl Morales del CEMLA. En muchos casos, el punto de decisión está ligado al desarrollo de la infraestructura doméstica y a un análisis coste-beneficio conducente que contemple la opinión de la industria y la visión del banco central. Y a pesar de que México y Brasil ya han avanzado con pagos inmediatos, pueden ser candidatos a considerar CBDC.. “Brasil parece tenerlo más claro porque cuenta con un grupo de trabajo y emitió en mayo de 2021 unas reglas generales para una CBDC brasileña. Pero recientemente también el Gobernador de Banxico sugirió que los bancos centrales deben coordinarse hacia un estándar de moneda digital a medida que los stablecoins van creciendo”, informa Raúl Morales de CEMLA. “Va a ser un tema relevante y cada país o banco central le va a poner el sabor que considere: inclusión financiera, pagos transfronterizos o, como el Sand Dollar que crea una infraestructura que no existía, supone la reforma del sistema de pagos”, concluye.

## Va a ser un tema relevante y cada país o banco central le va a poner el sabor que considere: inclusión financiera, pagos transfronterizos

**Raúl Morales**, CEMLA

## Criptoactivos

“No podemos pasar del sistema financiero actual a uno descentralizado de la noche a la mañana; vamos a necesitar un periodo de adaptación relevante para tokenizar activos a los que ya estamos acostumbrados”, afirma Jacobo Miralles de Bnext.

Los enfoques regulatorios para criptoactivos y Stablecoins comienzan a evolucionar en 2021, como la consulta del HM Treasury en Reino Unido, la propuesta de STABLE Act en EE.UU. (centrada en Stablecoins), o la propuesta de Reglamento UE relativo a los mercados de criptoactivos (MiCA, o Markets in Crypto-assets) como parte del Paquete de Finanzas Digitales.

## No podemos pasar del sistema financiero actual a uno descentralizado de la noche a la mañana; vamos a necesitar un periodo de adaptación relevante para tokenizar activos a los que ya estamos acostumbrados

**Jacobo Miralles**, Bnext

La creciente claridad regulatoria, junto al apetito del mercado por el mundo cripto, está animando a que actores tradicionales amplíen sus servicios para dar cabida a los criptoactivos como medio de pago. “Las criptos son un activo en auge en el ámbito de los pagos, y Mastercard está abierta a habilitar esta opción en su red. Queremos ser parte de ese movimiento”, afirma Paloma Real, Directora General de Mastercard España.

Tanto Mastercard como Visa han ampliado su oferta de servicios para permitir las liquidaciones de criptomonedas en sus redes. Mastercard lanzó con la plataforma española de compraventa de criptomonedas Criptán una tarjeta de pago que permite convertir las diferentes criptomonedas en moneda fiduciaria y gastar dicha inversión en cripto en cualquier terminal que acepte Mastercard. “El vínculo a través de la tarjeta va a tener un valor muy importante por el aprovechamiento de toda la cadena de aceptación ya desplegada”, precisa Paloma Real.

Visa se ha asociado con medio centenar de las principales plataformas de criptomonedas en programas de tarjetas que facilitan la conversión y el pago Tap-and-go de moneda digital en millones de comercios en todo el mundo, registrando solo en la primera mitad de 2021 transacciones por más de mil millones de dólares.

A estas iniciativas facilitadoras del uso de criptomonedas se une el anuncio de Amazon de su intención de aceptar al menos una de ellas, Bitcoin, en sus Marketplaces, como ya hiciera meses antes Elon Musk en relación a su negocio de automóviles Tesla, o Paypal con la activación de su servicio Checkout with Crypto en su pasarela de pago para usuarios en EE.UU. Facebook anunció que Diem será la nueva denominación de su Stablecoin tras desdibujarse su anterior propuesta de Libra, reduciendo su alcance a EE.UU. y con el respaldo del banco Silvergate. La mexicana Bitso, que opera también en Brasil, se convierte en la primera plataforma de criptomonedas latinoamericana catalogada como unicornio. También se han registrado claroscuros, como el protagonizado por el Exchange británico de criptomonedas Binance y el escrutinio del regulador que han motivado que entidades como Barclays haya bloqueado los pagos con tarjeta a dicho Exchange.

Pero probablemente la disrupción cripto más significativa en el 2021 haya sido el anuncio del presidente de El Salvador de declarar al bitcoin moneda de curso legal en el país dolarizado desde el año 2000, como también lo están Ecuador (2000) y Panamá (1904). "Podría ser un laboratorio interesante en Centroamérica para entender el mundo de las criptomonedas", vaticina Alejandro Rubinstein, vicepresidente de experiencia al cliente y canales de servicio de BAC Credomatic.

Paloma Real de Mastercard reconoce que "hay mucho debate en cómo formar parte de las diferentes variedades que hay en el mundo de los criptoactivos y monedas digitales, pero en Mastercard prevemos que las CBDC se impondrán".

En septiembre de 2021 el banco central de China (PBOC) declara oficialmente la ilegalidad de todas las criptomonedas y las transacciones relacionadas con ellas, prohibiendo su circulación como moneda de uso en el mercado en cualquiera de sus formas, incluidos los servicios proporcionados por las casas de cambio en el extranjero a los residentes chinos.

## Sostenibilidad

La preocupación por la sostenibilidad medioambiental comienza a estar tímidamente presente en la industria de los pagos. Los emisores de tarjetas, las redes y los fabricantes anuncian soluciones para reducir su huella de carbono como primera respuesta a la mayor sensibilidad de los consumidores ante la emergencia climática. Amazon, Klarna, Telefónica y Visa anuncian su propósito de alcanzar emisiones cero netas de carbono para 2040, adhiriéndose a la iniciativa Climate Pledge. También asumen sus compromisos algunos bancos suscriptores de la Net Zero Banking Alliance (NZBA) anunciada en 2021.

Paloma Real de Mastercard España reconoce que los bancos tienen mucho interés por actuar de forma medioambientalmente responsable, por lo que prevé un auge de soluciones que permitan informar al cliente final y otros agentes de la cadena de valor sobre los efectos, especialmente medioambientales, de sus operaciones. "El 75% de las personas encuestadas en España manifiestan que el tema les preocupa y están dispuestas a tomar acciones, por ejemplo, a optar por un modelo Digital First (tarjeta solo en formato digital), decantarse por soluciones reciclables o por el uso de calculadoras de carbono que informen sobre el CO2 emitido en el proceso de compra y propongan medidas de compensación, por ejemplo, a través de donaciones a causas medioambientales." En definitiva, "invitamos a gastar de forma más consciente y con menos impacto medioambiental".

El impacto medioambiental ha formado también parte de la fase de experimentación del futuro euro digital, demostrando que la eventual infraestructura sería respetuosa con el medio ambiente y, en términos comparados con el impacto resultante del consumo energético y huella de carbono de criptoactivos como bitcoin, insignificante. Para evidenciarlo se midió, evaluó y constató que el consumo de energía de los sistemas básicos de liquidación para ejecutar miles de transacciones por segundo es de apenas unos kilovatios, y la huella de carbono resultante es equivalente a la de unos pocos hogares europeos, independientemente de las arquitecturas testadas (TIPS y blockchain).

Y con esta sensibilidad se suman más voces al reclamo de que el compromiso ambiental recogido en los Acuerdos de París de 2015 debiera extenderse a innovaciones como los criptoactivos, habida cuenta de la continua demostración de la enorme intensidad de consumo energético y de emisiones de gases efecto invernadero (GEI) de la tecnología de minado, especialmente de bitcoin. En particular, algunos parlamentarios europeos, liderados por Finlandia, han incluido enmiendas "verdes" en la propuesta de Reglamento MiCA con el propósito de incluir el consumo de energía en el estándar global para los activos digitales, y sugieren, entre otras, incorporar requisitos de divulgación sobre el consumo de energía, y el establecimiento de estándares mínimos de energía para los activos criptográficos a modo de etiqueta energética, llegando a considerar la prohibición de cualquier activo digital que viole dichos estándares. Jacobo Miralles de Bnext sugiere explorar Algoram, "uno de los protocolos más eficientes y reconocida como la blockchain más sostenible del planeta".

La Estrategia de Pagos Minoristas del Eurosistema presentada en abril de 2021 contempla la sostenibilidad medioambiental de las transacciones e infraestructuras de pago y se compromete a desarrollar, como primer paso, una metodología para medir el nivel de sostenibilidad medioambiental de las transacciones e infraestructuras de pago.

Y si consideramos la vulnerabilidad de las cadenas de valor como un elemento clave de la sostenibilidad en sentido amplio, la escasez mundial de chips y micro conductores ha podido afectar a la emisión de tarjetas físicas, situación que se ha visto aliviada por el despliegue del QR junto con el crecimiento de la emisión de tarjetas digitales o Virtual Card Numbers dentro de las apps.

# Panorama de los medios de pago en América Latina

Tal como dijera Winston Churchill y nos recuerda Carlos Melegatti del Banco Central de Costa Rica, “nunca se debe desaprovechar una buena crisis”.

Es notable la enorme positividad y optimismo sobre el potencial de la tecnología para cambiar vidas, especialmente en regiones donde la economía digital puede compensar o extender el alcance, acceso y uso de servicios básicos que hoy no consiguen atender a las mayorías. Dicho optimismo no se circunscribe a la esfera teórica, sino que es resultado de lo que se percibe y constata en el mercado, de su efecto en la inclusión financiera efectiva de millones de personas en la región.

No debe obviarse que Latinoamérica es un mercado de 650 millones de personas, casi el doble del tamaño del de EE.UU. y un 30% superior al de la UE. Muchos millones de personas que se encuentran excluidas de los servicios financieros, tantas que son mayoría, a las que hay que añadir el segmento de micropymes y profesionales autónomos. Una región en la que por fin “los gobiernos están más interesados que nunca en desarrollar la inclusión financiera porque la pandemia ha expuesto las debilidades existentes, y demostrado la necesidad y prioridad de este objetivo de política pública”, confirma Milton Vega, Subgerente de Pagos e Infraestructuras Financieras del Banco Central de Reserva del Perú BCRP

## Nunca se debe desaprovechar una buena crisis

**Carlos Melegatti**, Banco Central de Costa Rica

El Microscopio global de inclusión financiera de The Economist Intelligence Unit, la Fundación Bill y Melinda Gates, el Center for Financial Inclusion y el Banco Interamericano de Desarrollo evalúa periódicamente la idoneidad del entorno para la inclusión financiera. En su última edición reconoce que las infraestructuras digitales han permitido a los gobiernos identificar, registrar y movilizar fondos a gran escala y sugiere que los gobiernos brinden apoyo a su desarrollo de tres maneras: i) promoviendo la demanda al priorizar estos canales en sus programas de transferencias de fondos y cobro de impuestos; ii) invirtiendo en infraestructura digital (conectividad para los ciudadanos) y en sistemas de identificación digital inclusivos y iii) garantizando la privacidad de los datos, la ciberseguridad y un acceso justo y no discriminatorio a los sistemas de pago.

**Los gobiernos están más interesados que nunca en desarrollar porque la pandemia ha expuesto las debilidades existentes, y demostrado la necesidad y prioridad de este objetivo de política pública**

**Milton Vega**, Banco Central de Reserva del Perú

Apoyo del Gobierno y Políticas	Estabilidad e Integridad	Productos y Puntos de Venta	Protección al Consumidor	Infraestructura
1. Estrategias nacionales	1. Requisitos de entrada al mercado	1. Dinero electrónico y cuentas simplificadas	1. Usuario de servicios financieros	1. Infraestructura de pagos
2. Educación financiera y digital	2. Requisitos de operación	2. Crédito	2. Usuarios de seguros	2. Conectividad
3. Digitalización de pagos de gobierno	3. Diligencia debida	3. Servicios emergentes	3. Protección de datos	3. Identificación digital
	4. Capacidad de supervisión	4. Seguro inclusivo		4. Información crediticia
	5. Seguridad cibernética	5. Puntos de venta		

## Dimensiones y aspectos del entorno relevantes para la inclusión financiera

Fuente: El microscopio global de 2020. El papel de la inclusión financiera en la respuesta frente a la COVID-19

Esta edición del Informe cuenta con un nuevo país en el equipo latinoamericano; Ecuador, cuyo ecosistema de pagos es aún incipiente y enfrenta importantes retos de inclusión financiera. No en vano, el Global Financial Index del Banco Mundial establecía en 2017 (último año publicado) un nivel de bancarización del 51%, tres puntos por debajo del promedio de la región y equivalente a algo menos de cinco millones de personas. “El mercado de pagos ecuatoriano nació como mercado de crédito, y por ende circunscrito a un segmento de medio y alto valor”, explica Sebastián Quevedo, de Produbanco. Alude a un factor común a la práctica totalidad de países de la región: el nivel de informalidad de la población y de la información disponible como limitación de la capacidad de la banca de penetrar en segmentos de ingresos más bajos, que adolecen además de carencias de educación financiera. Otros elementos comunes a los que hace referencia son la concentración de la actividad y la atención de la banca en las grandes ciudades y la consecuente reducida capilaridad de la red de aceptación que impide que la gente equipada con tarjetas pueda transaccionar. Una descripción que, en mayor o menor medida, es extensible al resto de la región latinoamericana o, al menos, reflejaba la realidad generalizada de hace apenas unos años.

Los descritos son algunos de los retos que prevalecen, a pesar de que ha sido indudable el reciente aumento del uso de canales digitales (no presenciales) para realizar compras o pagos en la región. “El efecto pandemia ha llevado a que mucha gente que antes vivía en un ecosistema de efectivo y pagos presenciales haya modificado su comportamiento, aprendiendo a utilizar los canales de Internet y de pagos móviles para sus transacciones”, explica Milton Vega del BCRP. Felipe Novales, Director de Transformación Digital de Asobancaria confirma que “la banca ya tenía desplegados los canales digitales, las apps, las sucursales digitales, pero el Mindset de las personas, ya sea por edad o costumbre, no lo estaba. En Colombia tres de cada cuatro transacciones se realizan ahora por canales digitales cuando antes el core bancario era fundamentalmente sucursales, ATM y corresponsales no bancarios”. Alejandro Rubinstein de BAC Credomatic describe el crecimiento superior al 40% en nuevos clientes digitales y, más allá de estos, constata que “el cliente previamente digitalizado duplicó su intensidad de uso, pasando de ocho a dieciséis transacciones al mes”. “Es un proceso irreversible que el auxilio de emergencia por la COVID-19 ha evidenciado aún más”, señala Ricardo de Barros Viera, Vicepresidente Ejecutivo de la Asociación Brasileña de Empresas de Tarjetas de Crédito y Servicios (ABECS), que representa al 95% de los agentes participantes de la industria.

“Es indudable que la digitalización llegó para quedarse en el mundo de los pagos; la gente ha entendido la importancia. Y también la oferta, dada la gran cantidad de actores que quieren entrar al mercado a ofrecer servicios de pagos digitales”, constata Ángel González Tejada, Director del Departamento de Sistemas de Pago del Banco Central de la República Dominicana. Visa y Mastercard ya tienen oficinas físicas en República Dominicana para dar cobertura a todo el Caribe y Centroamérica.

De la mano de la mayor digitalización durante la pandemia se ha experimentado a nivel global un crecimiento de los fraudes con respecto al periodo pre-pandemia. “Los delincuentes aprovecharon el confinamiento y los crecientes trámites digitales con los gobiernos (impuestos, pensiones, subsidios, etc.) para innovar con modalidades de Phishing y conseguir las credenciales bancarias de los clientes. En BAC nos ayudó mucho el registro de dispositivos de confianza”, confirma Alejandro Rubinstein.

---

**La banca ya tenía desplegados los canales digitales, las apps, las sucursales digitales, pero el Mindset de las personas, ya sea por edad o costumbre, no lo estaba**

**Felipe Novales**, Asobancaria

En México se produjeron dos grandes problemas de ciberseguridad durante la pandemia, tal como relata Mary Pily Loo de la CNBV “Tuvimos ataques a entidades financieras ya sea por secuestro de información (asociado a la falta de cultura de seguridad de los empleados, que se fueron a teletrabajar sin la formación suficiente y quizá sin todos los softwares de protección) o afectaciones a ATM.” Los datos de CONDUSEF, la autoridad mexicana de protección al usuario financiero, registró numerosos fraudes mediante SIM Swaping y Phising. “Trabajamos con los operadores de telefonía para ver soluciones. Consultamos a empresas telefónicas en España que cuentan con una API que conecta con los bancos para que puedan hacer comprobaciones previas sobre renovaciones recientes de la SIM”. Mary Pily Loo señala que el identificador del número de teléfono puede que no sea ya un factor suficiente, porque lo tenemos asociado a demasiadas cosas. “Tenemos que ir a por más datos y quizá debemos reforzar el segundo factor de autenticación, que no sea automático, al menos para las autenticaciones bancarias”.

Y en este contexto, las fintech y nuevos agentes que ofrecen servicios financieros deben ganar reputación y confianza del mercado. “Las fintech deben estar preparadas y sus dueños y gestores deben ser muy exquisitos en la gestión de los riesgos y en el cumplimiento reglas de juego. En la medida en que los privados cuiden de ello, y exista una buena regulación, las posibilidades son infinitas”, señala Ljubica Vodanovic, de Vodanovic Legal.

---

**Las fintech deben estar preparadas y sus dueños y gestores deben ser muy exquisitos en la gestión de los riesgos y en el cumplimiento reglas de juego. En la medida en que los privados cuiden de ello, y exista una buena regulación, las posibilidades son infinitas**

**Ljubica Vodanovic**



# Pagos inmediatos y ecosistemas inclusivos

## Pagos inmediatos

Los sistemas de pago al por menor adolecen de limitaciones que se traducen en mayores costes para los ciudadanos y en un insuficiente nivel de acceso a medios de pago alternativos al efectivo para, en algunos casos, más de la mitad de la población adulta: disponibilidad limitada (no 24/7/365), ejecución lenta (no inmediata); falta de competencia entre PSP; interoperabilidad débil y falta de inclusión y educación financieras a los que añadir otros consustanciales a la digitalización como la identidad digital para una autenticación remota segura.

La visión del Banco de México (Banxico) contempla la aspiración de que todos los mexicanos y mexicanas tengan acceso al uso de medios de pago electrónicos seguros, inmediatos, eficientes y sin comisiones, de tal manera que la forma de pago no distorsione las decisiones económicas o financieras de los individuos. Para alcanzar dicha visión, Banxico se autoimpone distintas funciones entre las que se encuentran las de regulador, desarrollador, operador y catalizador. A través del SPEI, Banxico provee de una infraestructura pública para el desarrollo e innovación de servicios de pagos electrónicos. En noviembre de 2020 puso a consulta pública un proyecto de modificaciones a sus reglas para mejorar la experiencia de usuario y la disponibilidad del SPEI, que incluyen la ampliación del acceso e incorporación de participantes indirectos en el sistema.

Desplegó en 2019 CoDi, el esquema SPEI de solicitud de pagos menores a 8.000 pesos que permite a los vendedores de productos o servicios enviar mensajes de cobro para que los compradores realicen el pago a través de transferencias electrónicas inmediatas. Permite que entidades que realizan actividades de desarrollo de software que se registren y certifiquen con Banxico, ofrezcan el servicio de generación de mensajes para comercios que quieran ofrecer a sus clientes el pago a través de CoDi y cuenta ya con 19 TPP desarrolladores registrados (14 con comercios enrolados) y 51 en proceso de registro.

Rodolfo Reyes de la ABM admite que “el beneficio inmediato brindado por CoDi fue la aceleración de la digitalización que los bancos veían a medio plazo” y, en el contexto de la COVID-19, la necesidad de seguir interactuando entre comercios, emisores y clientes aceleró dicho proceso. “Desarrollar estos métodos digitales pensando en un sector no bancarizado siempre va a ayudar a la industria”, confirma Christian Díaz Navarrete, coordinador del Grupo de Nuevas Tecnologías del Comité de Tarjetas de la ABM. Cuán digitalizado se encuentra un país, además de su tamaño de mercado y estabilidad económica y financiera, es uno de los criterios de selección de Oplay, que incursionó en México en 2020 con un servicio app de micropréstamos. “Cuando empezamos a explorar los servicios a ofrecer en México, no elegimos en ese momento la tarjeta de crédito porque los adquirentes y emisores no estaban preparados para un medio de pago digital, lo que obligaba a concebir el servicio desde una tarjeta física”, expone Heye Guo de Nanopay, el servicio de tarjeta de crédito de Oplay inaugurado en 2021.

El sentir general (y las estadísticas de Banxico) es que la adopción de CoDi ha sido más lenta de lo esperado. “Corremos el riesgo de comparar con otros mercados, como el caso de Brasil y Pix donde la adopción sí ha sido exponencial”, confirma Pablo Viguera, fundador y CEO de Belvo, quien identifica ámbitos de mejora en la facilidad de conexión de las Instituciones de Fondos de Pago Electrónico (IFPE) con SPEI (altas, documentación, códigos, etc.).

---

**Desarrollar estos métodos digitales pensando en un sector no bancarizado siempre va a ayudar a la industria**

**Christian Díaz**, ABM

---

## Las administraciones públicas también necesitan integrar Pix en sus plataformas, pero son muchas instancias (federales, estatales, municipales), que necesitan tiempo

**Carlos Moreira**, ELO

Carlos Moreira de ELO confirma que Pix está efectivamente cambiando el panorama de pagos en Brasil, que ya está consolidado en transferencias entre cuentas (P2P) pero no tanto en pagos. “Queda camino para su adopción en el segmento P2B porque la gente prefiere usar una tarjeta y Pix no está integrado aún en los equipamientos de los comercios, de modo que la conciliación y otras necesidades tienen aún que realizarse fuera de sus sistemas”. Es por ello que la adquirencia ya está trabajando en la automatización de comercios y cuando se consolide crecerá mucho más. “Las administraciones públicas también necesitan integrar Pix en sus plataformas, pero son muchas instancias (federales, estatales, municipales), que necesitan tiempo”. Anticipa que la principal afectada será la tarjeta de débito, que se verá sustituida por Pix en esta misma década.

El Banco Central de Brasil (BACEN) tiene previstas soluciones adicionales apalancadas sobre Pix, con lanzamiento previsto antes de terminar 2021. Por un lado, Pix cartao, oficialmente Pix offline o Pix por Aproximação, para permitir pagos sin necesidad de conexión a Internet con una tarjeta prepago. Por otro, Pix agendado, para programar pagos desde cuenta con Pix. “Pix nace como esquema de transferencias y se dice que evolucionará en otra cosa. Hoy es una solución de uso obligatorio, además de competidora de las soluciones del sector privado, por lo que no lo vemos como amenaza si se mantiene en el ámbito de las transferencias. En todo caso, la industria exige simetría regulatoria”, declara Ricardo de Barros de ABECS.

---

## La industria exige simetría regulatoria

**Ricardo de Barros**, ABECS

En Perú, la Cámara de Compensación Electrónica (CCE) inauguró el servicio 24/7 a finales de diciembre de 2020 con el afán de convertirse en el Hub de interoperabilidad por excelencia en el país con su nueva plataforma de soporte tecnológico desarrollada con ACI Worldwide y Vocalink de Mastercard. La Cámara solo atiende a un público bancarizado que apenas representa el 43% de la población. Desde el BCRP se acompañó el proceso de innovación en la Cámara y se realizaron cambios en el Sistema LBTR y en el Reglamento de Transferencias inmediatas para la implementación del 24/7. “A lo largo del segundo semestre del 2020 se dio un crecimiento significativo de las transferencias digitales compensadas en la Cámara. El cambio en el comportamiento de las personas se produjo antes de estar habilitada la capacidad 24/7, como respuesta a la COVID-19”, matiza Milton Vega del BCRP.

Ecuador hizo un intento en 2014 con el Servicio de Dinero electrónico del Banco Central, que generó intranquilidad en la banca por la sospecha de emisión inorgánica de dinero y fue interrumpido por la escasa adopción. Banred, Cámara de Compensación propiedad de un consorcio de bancos que opera la red de ATM del país, adquirió la plataforma y lanzó la billetera móvil BIMO en octubre de 2019, que no es interoperable y depende de que exista una red de aceptación en la que se pueda utilizar. “Generar ese nivel de aceptación ha sido muy complicado; lo hemos intentado con taxistas, mercados... La experiencia de usuario no es fácil y al pasar a manos privadas muchos bancos prefirieron impulsar sus propias billeteras”, explica Sebastián Quevedo de Produbanco. En agosto de 2021 BIMO superó las 50.000 descargas en Google Play, una adopción tímida en comparación con las 100.000 cuentas que Dinero Electrónico llegó a alcanzar.

Ruth Arregui, Superintendente de Bancos de Ecuador, explica que en 2012 se promovió desde el Banco Central el fortalecimiento del sistema nacional de pagos para que se pudieran integrar las cooperativas de ahorro y crédito. “En aquel momento era complejo en materia de tecnología y seguridad para no afectar al sistema nacional de pagos, por lo que nos centramos en las cooperativas más grandes para reconvertir su tecnología para el soporte transaccional y ciberseguridad, proceso que llevó tres años”. También se calificaron dos Switch transaccionales para el acceso al sistema de pagos de estas entidades.

Ecuador no dispone de un sistema de pagos inmediatos. La única solución de transferencias interoperables es Pago Directo de Banred que no es inmediato y no tiene habilitados alias. “En Ecuador todas las propuestas de billeteras digitales son, por el momento, cerradas, a pesar de que sabemos que no son sostenibles en el largo plazo”, afirma Sebastián Quevedo de Produbanco, “pero permiten experimentar con soluciones y modelos adecuados y aspiran limitar las posibilidades de que un gigante, tipo ApplePay tenga éxito”. Banred está trabajando en un modelo de interoperabilidad de las soluciones cerradas de tres emisores. “Todavía no existe un modelo de P2P interbancarios e inmediatos, si bien algunos bancos están trabajando para subirse a las carreteras de Visa (Direct) y de Mastercard porque permitirán realizar pagos transfronterizos en un país con mucha migración como es Ecuador”, concluye.

---

## En Ecuador todas las propuestas de billeteras digitales son, por el momento, cerradas, a pesar de que sabemos que no son sostenibles en el largo plazo

**Sebastian Quevedo**, Produbanco

“En el reglamento del CENIT, la ACH del Banco Central, está programado eliminar las tarifas de intercambio, como ya lo estaban en ACH Colombia, por lo que sería el fin de las tarifas de intercambio en el mercado de las transferencias interbancarias en Colombia”, confirma Andrés Velasco de BANREP. Añade que la intención de la cámara de pagos inmediatos del Banco Central es conectar a las SEDPE y otras entidades vigiladas que pueden encontrar valor en la oferta pública. “La promoción del ecosistema a partir de la cámara del Banco Central, cuyo documento de pagos inmediatos estará preparado antes de final del año, debería abrir oportunidades para el ecosistema de pagos. Es un proyecto complementario al sector privado”, explica Andrés Velasco de BANREP. Las SEDPE crecieron mucho con la pandemia, a lo que contribuyeron las transferencias del gobierno.

---

## La promoción del ecosistema a partir de la cámara del Banco Central, cuyo documento de pagos inmediatos estará preparado antes de final del año, debería abrir oportunidades para el ecosistema de pagos. Es un proyecto complementario al sector privado

**Andrés Velasco**, BANREP

“Son varias las barreras que hoy presentan las cámaras privadas. Desde la obligación de confirmación de cobro por parte del receptor de la transferencia, que retrasa la promesa de valor de la inmediatez, hasta la reducida nómina de participantes (trece) que, si se consideran los grupos financieros se reduce a cinco o seis, además de que las transferencias inmediatas solo están resueltas en el segmento P2P, con límites en montos y operaciones diarias. Todo ello ofrece oportunidades de mejora en las que BANREP va a tratar de ayudar con el ánimo de generar esa contestabilidad deseable de parte del sector privado”, explica Andrés Velasco de BANREP, que a pesar de que hoy son pagos Batch, afirma que elevar el Standard a inmediatos para el Banco Central es una inversión lógica y conveniente.

Aunque la compatibilidad CVU-CBU es reciente en Argentina, el Banco Central de la República de Argentina (BCRA) analizó por primera vez la procedencia y el origen de los pagos, así como las empresas que los aceptan. Más de un tercio de los 26 millones de transferencias registradas en junio fueron desde y/o hacia una CVU. Hoy existen más de 14 millones de CVU creadas por apps financieras como Mercado Pago (5,4 millones de usuarios y 1,5 millones de comercios afiliados), MODO (30 bancos públicos y privados), Cuenta DNI (Banco Provincia) y BNA+ (Nación), Ualá, Naranja X, Nubi, Ank y Bimo. En los comercios adheridos a Mercado Pago el 35% de los pagos se realizaron con la billetera BNA+ del Banco Nación, el 22% con Cuenta DNI de Banco Provincia, el 21% con MODO, el 12% con la app de Banco Galicia y el 6%, con Ank. Sobre MODO, la billetera digital de la industria bancaria argentina, Ignacio E. Carballo, Docente e Investigador (UBA y UCA), Director Ecosistema de Programas Fintech, explica que “Play Digital es la fintech que ha desarrollado la propuesta de MODO a la que todos los bancos se sumaron, sin abandonar sus soluciones particulares”.



En paralelo, avanza la modalidad de pago Transferencias 3.0, un nuevo marco regulatorio anunciado en julio de 2020 que comenzó a implementarse en diciembre para salir al mercado a finales de 2021 y que apunta a crear un único código QR interoperable y compatible con todas las billeteras. El objetivo es que un usuario de Mercado Pago, MODO o Ualá, por ejemplo, pueda pagar en cualquier comercio que acepte el QR, sea de Prisma o Santander. Desde su implementación por Mercado Pago hace cinco años, el pago con QR ha crecido a un ritmo nunca visto para cualquier nuevo medio de pago en la historia. Las redes interbancarias Link y Banelco (propiedad de Prisma) anunciaron un acuerdo para desarrollar un sistema conjunto, interoperable y omnicanal para comercios y usuarios que incluye pagos con el nuevo código QR.

Andrés Rodríguez de Ualá reconoce que el BCRA está muy enfocado en desarrollar la interoperabilidad entre billeteras digitales y bancos, permitiendo que todas las cuentas virtuales de cualquier fintech puedan interactuar con el sistema financiero tradicional. “Así visibilizas a ese usuario, a ese comercio y ofreces más información para mejorar el ecosistema de pagos y de cobranzas para comercios, ya que antes no había ningún tipo de registro”. Reconoce que la visibilidad de las condiciones en las cuales operan los distintos actores del mercado es un tema en discusión y en el que los reguladores de la región están enfocados.

La principal característica de Transferencia 3.0. es la interoperabilidad. Otra de sus ventajas es el coste (0,8% por operación) y la inmediatez en la acreditación del pago. Sobre la inmediatez en la acreditación de los pagos en comercios Andrés Velasco de BANREP desvela que ahora que están montando la cámara de bajo valor, han descubierto que al comercio no siempre le gusta que le paguen de inmediato porque no están preparados para gestionar el Float.

Mención especial merece el servicio Visa Direct por el despliegue registrado en la región. Visa adquiere YellowPepper, fintech fundada en 2004 y pionera con herramientas patentadas como el directorio de alias o el perfil de identidad del cliente tras la alianza estratégica establecida entre ambas en 2018. De este modo YellowPepper facilita la integración con Visa Direct y Visa B2B Connect (red de pago no basada en tarjetas, entre países y empresas), así como servicios de valor agregado. Por ejemplo, a principios de 2020, Visa y YellowPepper habilitaron la primera plataforma de pago en tiempo real en Perú al desarrollar PLIN, una solución P2P con Scotia Bank, BBVA e Interbank. Llega a Colombia en abril 2021 de la mano de la plataforma PaGo de Credibanco, la solución de pagos push de Visa que habilita las transferencias en tiempo real, convirtiéndose Colombia en el segundo país de la región, después de Perú, en contar con la tecnología Visa Direct habilitada en todas las tarjetas débito Visa.

## Ecosistemas inclusivos

“La industria de medios de pago en Brasil no está presente aún en la mayoría de las transacciones de consumo de las familias y empresas, por lo que hay mucho espacio para crecer”, señala Ricardo de Barros de ABECS. “La región tiene una baja penetración de productos financieros en general y aunque en algunos mejor que en otros, el potencial de crecimiento es enorme”, constata Andrés Rodríguez de Ualá, “especialmente en productos del día a día de la gente: lo transaccional, los pagos, las situaciones que en mercados desarrollados parecen simples y que aquí hasta hace poco era muy complicado hacer sin dinero físico”. Añade que prácticamente todos los desarrollos de las fintech de la región y que la pandemia enfatizó, se han basado en esta realidad, que incluye la parte física de adquirencia en los comercios y la disponibilidad 24/7.

---

### La industria de medios de pago en Brasil no está presente aún en la mayoría de las transacciones de consumo de las familias y empresas, por lo que hay mucho espacio para crecer

**Ricardo de Barros**, ABECS

“En Argentina la gente tiene que gestionar devaluación e inflación, y necesita soluciones que les ayude a protegerse”. El producto de fondos comunes de inversión que ofrecen ya algunas fintech en el país, ha crecido de forma espectacular, demostrando que en la región no había suficientes propuestas de ahorro e inversión accesibles y asequibles para las mayorías. “En el último año abrimos un millón de cuentas de inversión solo en Ualá, cuando en 2015 el total de cuentas de esta tipología en todo el país era de 300.000”, explica Andrés Rodríguez de Ualá. “Los fondos comunes de inversión contemplan el seguimiento de las variables relevantes (devaluación e inflación), generan retorno a los usuarios y no requieren una atención activa porque son sencillos y comprensibles”.

---

## En Argentina la gente tiene que gestionar devaluación e inflación, y necesita soluciones que les ayude a protegerse

**Andrés Rodríguez**, Ualá

Se consolida el convencimiento de que “el apoyo social se tiene que entregar de forma digital, para lo cual el ecosistema tiene que crecer: no solo basta con abonar los fondos en una tarjeta o cuenta, sino ofrecer opciones donde poder utilizarlas más allá de los ATM”, declara Milton Vega del BCRP. Reconoce que los proveedores de tecnología y de pagos se han orientado a la digitalización de procesos y han desarrollado pagos sin contacto, remotos, móviles, como ejemplifica la eclosión de billeteras digitales y las fórmulas para que los comercios puedan conectarse a las redes de adquisición prescindiendo de POS. También señala que “es necesario que se digitalice el lado Post-end de los comercios, de los proveedores de servicios y de las propias administraciones públicas, para prescindir de evidencias físicas para comprobaciones de pagos y cobros (envío de copias de Vouchers) y puedan identificar automáticamente quién realiza qué pago y quede registrado y debidamente actualizado, como es el caso de la plataforma Págalo.pe del Estado Peruano”.

Otro aspecto relevante, tal como señalaba el BIS (2020), es la identificación digital, la llave de acceso a todos estos puntos de activación de pagos y de gestiones administrativas. En ello trabajan muchos de los países de la región. El Onboarding digital, que ha supuesto un enorme alivio durante el largo confinamiento durante la pandemia, sigue siendo un reto en algunas jurisdicciones. En Argentina, “hace dos años el sector empresarial y/o emprendedor no podía abrir una cuenta bancaria corporativa sin acudir presencialmente. Ahora no es así y, aunque llegó muy tarde, es un avance muy grande”, afirma Ignacio E. Carballo. En Ecuador, si bien la banca ofrece acceso de forma digital a una cuenta asociada a una tarjeta de débito a través de las aplicaciones de los bancos, la culminación del proceso está supeditado a una firma presencial del contrato de cuenta de ahorro o cuenta corriente porque las firmas electrónicas no están masificadas en su uso y falta normativa en este sentido. “Aprovechamos el momento de la entrega de la tarjeta para recoger la firma respectiva”, explica Sebastián Quevedo de Produbanco. Costa Rica está trabajando para habilitar la identidad digital en el teléfono móvil como mecanismo de autenticación fuerte. “Permitirá dar a las fintech la posibilidad de realizar cobros en el Sistema Nacional de Pagos Electrónicos (SINPE); hasta ahora solo están autorizadas a enviar pagos por no contar con un mecanismo de autenticación reforzada”, anuncia Carlos Melegatti del Banco Central.

El congreso mexicano aprueba en diciembre de 2020 la Ley General de Población para establecer las bases de coordinación interinstitucional que regule la operación del Registro Nacional de Población y crear la Clave Única de Identidad Digital que contendrá datos biométricos y será el documento oficial de identificación ante las autoridades mexicanas. En Colombia, el Certificado Digital, el documento de Onboarding de cualquier plataforma digital, es la cédula de ciudadanía. La Registraduría Nacional del Estado Civil presta el servicio de validación de la identidad y todos los procesos están exentos de presencialidad (sustituida por llamada o video conferencia).

Mary Pily Loo de la CNBV reconoce que en octubre de 2020 flexibilizaron e hicieron mejoras a los requisitos de Onboarding digital, que se modificaron en marzo 2021 para autorizar el uso de medios biométricos alternativos a las videoconferencias verificado con la autoridad gubernamental que disponga de registros faciales (Secretaría Relaciones Exteriores, Pasaporte o el Instituto Nacional Electoral, que está desarrollando un padrón de biométrica facial). “La modificación también busca que los migrantes mexicanos en EE.UU. puedan abrir de forma remota cuentas en pesos en México”, añade Mary Pily Loo.

La de los migrantes y refugiados es una dimensión adicional de la inclusión financiera que enfrenta la región, tal como ha surgido en varias de las entrevistas. La Superintendencia de Bancos de Ecuador ha trabajado con la Cancillería para permitir que migrantes colombianos y venezolanos puedan acceder a cuentas de pago de bajo valor con requisitos mínimos (cruzando información con las embajadas para confirmar el Registro Civil de sendos países), porque muchos ni siquiera disponen de documento nacional de identidad o DNI. “Son los excluidos de los excluidos, y Ecuador no es un país de paso para estas personas”, enfatiza Ruth Arregui, Superintendente de Bancos de Ecuador.

---

## Es necesario que se digitalice el lado Post-end de los comercios, de los proveedores de servicios y de las propias administraciones públicas, para prescindir de evidencias físicas para comprobaciones de pagos y cobros (envío de copias de Vouchers) y puedan identificar automáticamente quién realiza qué pago y quede registrado y debidamente actualizado, como es el caso de la plataforma Págalo.pe del Estado Peruano

**Milton Vega**, BCRP

## Regulación y supervisión

La regulación, supervisión y vigilancia de los pagos de bajo valor suele estar a cargo de las autoridades financieras (generalmente el Banco Central y las Superintendencias financieras, y en algunos casos los Ministerios de Finanzas), pero la operación de los sistemas de compensación y liquidación minorista y en general de los procesos de iniciación de los pagos, los suele realizar el sector privado bajo acuerdos o reglas privadas.

Los bancos centrales y otras autoridades públicas han puesto en marcha recientemente importantes iniciativas para mejorar los sistemas nacionales de pago, que complementan la evolución y el dinamismo del sector privado. La regulación se está volviendo muy activa en el caso del retail, especialmente cuando hay huecos legales para poder regular estos campos. Dos ejemplos son Chile y Colombia, por ser mercados grandes donde la dimensión retail estaba desatendida.

“Una regulación muy estática genera espacios, por lo que la flexibilidad regulatoria es importante: es mejor tener una ley de sistemas de pagos que una ley fintech, ya que en la primera se puede proveer de un marco habilitador amplio para el surgimiento de múltiples aplicaciones tecnológicas que resuelvan de forma concreta aspectos de innovación en el mundo de pagos”, opina Raúl Morales de CEMLA. “La ley es un habilitador”. Esta perspectiva tiene un matiz con el enfoque con el cual se ha presentado la propuesta de Ley Fintech en Ecuador, tal como explica Ruth Arregui, Superintendente de Bancos de Ecuador: “Se sintetiza en la reforma de cuerpos legales ya existentes en la cual la Superintendencia de Bancos ha sugerido incluir como objetivo de la regulación de Fintech, la creación de sistemas financieros inclusivos que promuevan el bienestar financiero”.

Son varias las soluciones institucionales en materia de regulación y supervisión de los sistemas de pago en la región. En este sentido, Raúl Morales de CEMLA observa en la región “dos grandes enfoques regulatorios: uno más funcional como el de Argentina (qué haces), que puede estar relacionado con el hecho de que la supervisión está dentro del BCRA como ocurre por ejemplo en España; otro más enfocado a tipología de entidades (qué eres)”. Añade que “uno esperaría que en jurisdicciones donde están separadas la autoridades prudenciales de los bancos centrales, pueda continuar habiendo una dualidad de poderes, de manera que la parte microprudencial de los pagos cayera bajo el perímetro de las superintendencias financieras, y la parte más macro, de diálogo y persuasión, debería caer en los Bancos Centrales, por su óptica más global de los sistemas de pago”, declara Raúl Morales de CEMLA. Esta, en particular, puede ser una tendencia observable en los próximos años.

Así lo demuestra el enfoque adoptado por el Banco Central de Reserva del Perú, que promueve una regulación centrada en los servicios y en la captura de información relevante de los participantes en ese servicio. “Hemos venido regulando sistemas, acuerdos de pago (como es el caso de dinero electrónico en el Perú), pero en algunos servicios de pago retail es difícil definir, por ejemplo, quién es el administrador que centraliza la operación, porque esa función, así como otras, está distribuida en varias entidades”, explica Milton Vega.

“La atomización es muy heterogénea en función del país, lo que hace que la regulación funcional sea compleja para los bancos centrales”, reconoce Raúl Morales de CEMLA, y lo ilustra con una figura muy concreta, la de los subadquirentes o agregadores. “Los hay muy grandes, tipo Paypal o Mercado Pago que en México, Perú y Colombia funcionan como agregadores, mientras que en Argentina y Brasil son PSP; que conviven con otros más pequeños, incluso algunos muy locales, con funciones muy claras y delimitadas”.

---

### La atomización es muy heterogénea en función del país, lo que hace que la regulación funcional sea compleja para los bancos centrales

**Raúl Morales**, CEMLA

“El nuevo Reglamento de sistemas de pago, en vigor desde enero de 2021, ha sido muy gratamente recibido por todos los jugadores”, afirma Ángel González Tejada del Banco Central de la República Dominicana. Ahora se encuentran elaborando y consultando los instructivos, normas de menor rango, con carácter previo al proceso de autorización.

---

### El nuevo Reglamento de sistemas de pago, en vigor desde enero de 2021, ha sido muy gratamente recibido por todos los jugadores

**Ángel González Tejada**, Banco Central de la República Dominicana

De todas las verticales fintech, el regulador se ha centrado en la de pagos para autorizar el funcionamiento de entidades de pago electrónico (EPE) y cuentas de pago electrónico, que son a todos los efectos billeteras digitales. Las EPE tendrán que ofrecer servicios de pago, gestionar cuentas de pago electrónico exclusivamente de forma digital y podrán llegar a acuerdos con establecimientos, como los que conforman la amplia red de agentes en el país, para enrolamiento, recargas y gestiones administrativas de servicios. “Para evitar barreras de entrada, las exigencias de capital son muy reducidas, de 50.000 dólares para EPE y agregadores”, confirma. Estas cuentas también podrán gestionarlas entidades bancarias; de hecho, ya algunos bancos ofrecen cuentas digitales con procesos sencillos de Onboarding, como es el caso del servicio RESET, que solicita una prueba de vida con biometría.

El Reglamento abarca otras figuras como adquirentes, agregadores de pago y administradores de redes de ATM. “Los adquirentes operaban sin ningún tipo de regulación y el Banco Central se limitaba a emitir una no objeción a los modelos de contratos con los afiliados”, explica Yilmery Rosario, Consultora técnica del Departamento de Sistemas Pagos del Banco Central. “Ahora, además de exigencias de capital mínimo (60 millones de pesos), deben pasar un proceso de autorización por la Junta Monetaria”. Los agregadores de pago que interconectan comercios con los adquirentes ya operaban antes de existir el Reglamento, si bien solo nacionales y con participación muy reducida. En cuanto a los administradores de redes de ATM, el proceso previsto es más sencillo porque no requieren de autorización, solo registro.

En Colombia, el Decreto 1692 de 2020 elaborado por la Unidad de Regulación Financiera (URF) del Ministerio de Hacienda comprende en términos generales la separación y definición de las distintas actividades que se realizan en los sistemas de pago de bajo valor y los deberes de los actores del sistema sujetos de dicha reglamentación, incluyendo el fortalecimiento a los estándares de gobierno corporativo y de la transparencia en los requisitos de acceso al sistema y las comisiones y tarifas cobradas a los usuarios y participantes. Las entidades administradoras de sistemas de pago de bajo valor (EASPBV) ahora están obligadas a dividir el negocio de la adquirencia del de la compensación y liquidación de operaciones y susceptibles de ser invertidas por (novedad) las SEDPE. El decreto también regula la adquirencia, actividad que ahora puede ser desarrollada tanto por establecimientos de crédito (únicos habilitados hasta entonces) como por las SEDPE y sociedades no vigiladas por la SFC, que sí habrán de inscribirse en el Registro de Adquirentes no Vigilados. También se crea la figura de PSP, definida como el agente del sistema de pago que por delegación del adquirente o la entidad emisora desarrolla una o varias de sus funciones, y pueden ser procesador adquirente, agregador o proveedor de tecnologías de acceso.

También se crea la figura de PSP, definida como el agente del sistema de pago que por delegación del adquirente o la entidad emisora desarrolla una o varias de sus funciones, y pueden ser procesador adquirente, agregador o proveedor de tecnologías de acceso.

Felipe Novales de Asobancaria, en alusión al Decreto, se declara estar “en fase de expectativa, porque la Superintendencia Financiera solo ha emitido la primera circular externa que regula uno de los aspectos, los requisitos de los adquirentes no vigilados, lo que aún genera algunas dudas”, afirma. “La finalidad del Decreto es democratizar el sistema de pagos que la gente ha asociado históricamente de forma exclusiva con la banca, y donde son muchos los actores intervinientes (emisores de tarjetas, adquirentes, pasarelas, gateways, agregadores, PSP, redes que pueden hacer a la vez compensación y liquidación), pero siempre ha sido cerrado, propiedad de los bancos”. En este ecosistema había muchos agentes que jugaban muchos roles, y la nueva norma exige elegir qué rol juega cada uno en el ecosistema de pagos, y a cuál renuncia. Pide cautela con la posibilidad de existencia de brechas regulatorias que faciliten el arbitraje regulatorio por los desequilibrios en exigencias de regulación prudencial como el onboarding digital, KYC, AML/CFT, administración de riesgos de crédito, capital, sistemas, manuales, etc., por ejemplo, de los nuevos adquirentes. “Ante el escenario probable de que muchas fintech y SEDPE que tienen el rol de PSP o pasarelas puedan convertirse en adquirentes, ¿quién los va a supervisar? Los bancos no quieren hacer la supervisión indirecta a estas entidades no vigiladas; no quieren asumir cargas de los no vigilados para que no haya malentendidos ni desequilibrios de mercado”, explica Felipe Novales. Pone como ejemplo de tema en discusión los requisitos de gobierno corporativo, que buscan impedir el conflicto de intereses entre los bancos y los nuevos administradores de sistemas de pago, discusiones que han impedido avanzar en la implementación. “Por ejemplo, define operación bancaria de forma tan excesivamente amplia y vaga, que genera confusión e inseguridad jurídica. Como en toda situación de cambio, es importante entender las reglas de juego”, concluye Felipe Novales de Asobancaria.

---

**La finalidad del Decreto es democratizar el sistema de pagos que la gente ha asociado históricamente de forma exclusiva con la banca, y donde son muchos los actores intervinientes, pero siempre ha sido cerrado, propiedad de los bancos**

**Felipe Novales**, Asobancaria

Andrés Velasco de BANREP explica que en 2021 han sucedido las cosas que esperaba que pasaran desde el año pasado con la aprobación del Decreto. “El mercado ha reaccionado. Hay nuevos adquirentes. Redeban, Credibanco, CENIT y ACH han tenido que replantearse su función, formular y confirmar sus objetivos. Ha permitido empezar a desmontar la situación con fallas de mercado identificada en el diagnóstico previo”. En abril de 2021 las redes tomaron la decisión de ejercer de compensadores y liquidadores, renunciando a mucha información que disponían como PSP. Finalmente, BANREP no será, como estaba previsto originalmente, regulador del sistema sino responsable operativo del Estado, y actuará, como lo ha venido haciendo en la compensación y liquidación del sistema de pagos.

En Chile se encuentra en fase de definición normativa por parte del Banco Central, el desarrollo de un nuevo marco de regulación flexible y adaptable a innovaciones en los sistemas de pagos de bajo valor, que busca garantizar la interoperabilidad de los pagos con tarjetas o transferencias, favorecer la inclusión y la innovación financieras, enmarcado en el Plan Estratégico del Banco Central 2018-2022 que definió como uno de los cinco pilares estratégicos el de aumentar su capacidad para comprender, manejar e incorporar nuevas tecnologías y sobre la que emitió una consulta entre marzo y junio de 2021. El resultado puede complementarse, en opinión de Ángel Sierra, Director Ejecutivo de la Asociación Fintech Chile, con una iniciativa alternativa: “futura Ley Fintech, sobre la cual un comunicado del Ministerio de Hacienda anticipaba que los grandes temas a abordar con dicha ley serán Open Finance e Iniciación de Pagos, muy de la mano del espíritu que persigue la normativa sobre cámaras de compensación de bajo valor”. Dicho esto, el eventual cambio de gobierno puede modificar la agenda regulatoria en este último aspecto, el de la Ley Fintech.

Son varias las regulaciones emitidas por el BCRA respecto a los PSP. En enero de 2020 la Comunicación “A” 6885 estableció un esquema regulatorio y un régimen informativo para su actividad, incluyendo las billeteras digitales. “Pero a diferencia de Brasil o Colombia donde sí se permitió canalizar fondos de emergencia a través de fintech y cuentas digitales, el gobierno argentino no permitió el pago del Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) y la Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) a través de billeteras digitales (CVU), solo a través de cuentas bancarias (CBU), lo que fue un revulsivo para la aceleración digital en los bancos”, matiza Ignacio E. Carballo.

La agencia tributaria (AFIP) anunció en julio de 2021 la Resolución General 5029 que intensifica el control sobre los pagos con cuentas virtuales (CVU) de todas las operaciones de cuentas que tengan ingresos por 10.000 pesos o más al mes, equiparando su fiscalización impositiva con las de las cuentas bancarias (CBU). Adicionalmente, las operaciones de compra y venta realizadas por personas jurídicas (excepto monotributistas) a través de los hasta el momento 55 PSP registrados, están sujetas desde agosto de 2021 al impuesto a los débitos y créditos bancarios (conocido como “impuesto al cheque”), de modo que los PSP deben actuar como agentes de liquidación y percepción del impuesto a los débitos (0,6%) y a los créditos (0,6%), como hacen los bancos y financieras. La más reciente, la Comunicación “A” 7328 del BCRA, obliga a todas las billeteras virtuales a verificar la identidad de las personas que abren una cuenta de pago y limitar que los usuarios solo puedan asociar a sus billeteras instrumentos de su titularidad.

## A diferencia de Brasil donde sí se permitió canalizar fondos de emergencia a través de fintech y cuentas de pago digitales, el gobierno argentino no permitió su pago a través de billeteras digitales, solo a través de cuentas bancarias, lo que fue un revulsivo para la aceleración digital en los bancos

**Ignacio E. Carballo**

En Ecuador prevalece de forma extrema el enfoque de supervisión por entidades vs actividades, tal como relata Ruth Arregui Superintendente de Bancos de Ecuador: “En Ecuador ha pasado lo que no ha pasado en otro sitio. La reforma de la Constitución en 2008 determinó que el sistema financiero nacional está integrado por los sectores público, privado y popular y solidario. En lugar de otorgarle más capacidad a la hasta entonces Superintendencia de Bancos y Seguros para poder ejercer el control y evaluar el riesgo de forma integral, segmentó las competencias en varios entes

supervisores, pasando las compañías de seguros y reaseguros a la nueva Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros y las cooperativas de ahorro y crédito a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria que carecían de estándares de control y ha tardado seis años en tenerlos”. La Superintendencia de Bancos ha sufrido desde ese año importantes recortes a sus responsabilidades y potestades supervisoras.

## Las fintech son calificadas por la Superintendencia de Bancos como entidades de servicios auxiliares por la falta de claridad en el marco legal

**Ruth Arregui, Superintendente**

“Las fintech son calificadas por la Superintendencia de Bancos como entidades de servicios auxiliares por la falta de claridad en el marco legal”, explica Ruth Arregui, Superintendente. Precisa que algunas figuras, como las plataformas de financiación colectiva, están contempladas en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación de 2020, “que pueden operar con la autorización de la Superintendencia de Compañías, que ofrece solo el control de carácter societario, no de las transacciones ni de riesgo”. “Propusimos reformas en 2019 al Código Monetario y Financiero de 2014 precisamente previendo la transformación digital, pero sin éxito”, añade la Superintendente Ruth Arregui. Como consecuencia, en el ámbito de sus competencias y capacidades, la autoridad supervisora emitió una norma que exige que aquellas que operan alrededor del mercado bancario lo hagan con una autorización de servicios auxiliares. “De acuerdo al Código, la Súper tiene la obligación de sancionar a las entidades que no están autorizadas, lo que implica que debe existir un proceso para la autorización y ese es precisamente el que hemos habilitado aprovechando la reciente certificación ISO 37001 de Gestión Anti soborno”. Rosa Matilde Guerrero, Asesora General de Supervisión Basada en Riesgos e Inclusión Financiera añade que “hemos pasado de una lista de espera de 250 autorizaciones y plazos de autorización de dos y hasta tres años, a los dos

meses en promedio en la actualidad. De este modo, los tenemos registrados y los conocemos, a la vez que aprendemos como autoridad de supervisión". Entre tanto, la autoridad prevé volver a proponer modificaciones al Código en 2022, dado que este año ya se realizaron otros cambios urgentes y las leyes solo pueden reformarse una vez al año.

---

## Hemos pasado de una lista de espera de 250 autorizaciones y plazos de autorización de dos y hasta tres años, a los dos meses en promedio en la actualidad

**Rosa Matilde Guerrero**, Bancos de Ecuador

"En Costa Rica no hay regulación específica para fintech y las que operan están muy cercanas a los bancos, son periféricas, de tal modo que los temas regulatorios los cubren las entidades financieras", explica Alejandro Rubinstein de BAC Credomatic. Alude a Carlos Melegatti del Banco Central en su posición reiterada de que "debería haber un único sistema de pagos en el que participen todos los operadores, para que todo el mundo pueda servirse y funcionar en él y evitar que existan sistemas de pagos paralelos".

Last but not least, "la protección al consumidor es una tarea pendiente en muchos casos", recuerda Raúl Morales de CEMLA. Constata que no en todos los casos hay claridad sobre los mecanismos de resolución de disputas y sobre quién los supervisa; este es un aspecto fundamental para la adopción y educación financiera. Se intuyen carencias en capacidad y claridad institucional, muy relevantes teniendo además en cuenta los nuevos instrumentos que son más proclives al fraude cibernético, cada vez más sofisticado. "El Phising sigue siendo el principal método de ataque. Las personas no hacemos aún en el ámbito digital los controles básicos que sí realizamos en el ámbito físico, a lo que se une que las comunicaciones digitales son confusas y sofisticadas, que facilitan caer en el engaño", confirma Raúl Morales de CEMLA.

## Acceso y uso de dinero en efectivo

"Los bancos centrales han tenido que tomar medidas de política monetaria expansivas para contrarrestar los efectos del COVID-19, por lo que ha aumentado la cantidad de efectivo en circulación, cuestión que sesga la interpretación del uso del cash", constata Ángel González del Banco Central de la República Dominicana. A ello se suma, tal como afirma Andrés Velasco de BANREP, que "a pesar de que los pagos digitales han aumentado, el efectivo sigue siendo rey, especialmente motivado por lo que parece una demanda precautoria y de atesoramiento de efectivo en reacción a la pandemia".

---

## A pesar de que los pagos digitales han aumentado, el efectivo sigue siendo rey, especialmente motivado por lo que parece una demanda precautoria y de atesoramiento de efectivo en reacción a la pandemia

**Andrés Velasco**, BANREP

El acceso al efectivo por medios alternativos a las sucursales y ATM está mutando en la región. ABECS prevé lanzar en 2022 dos nuevas modalidades de transacción que permite al consumidor realizar retiros de efectivo con su tarjeta directamente en las tiendas. Con "Comprar con cambio" (Compre com troco), el usuario puede solicitar agregar al importe de la compra el monto que desea retirar en efectivo, mientras que "Retirar en el terminal" (Saque no terminal) funciona como un retiro puro en los POS de los comercios. Para antes de esa fecha el Banco Central ha anunciado dos nuevas funcionalidades de Pix: Pix saque (para retirada de fondos en comercios adheridos, incluido Cash-back sin compras) y Pix troco, con un modelo de Cash-back puro.

Mercado Pago permite a sus clientes en Argentina extraer Cash en los comercios adheridos, para sumar más puntos de retirada de efectivo a los de la red de ATM, la de Rappipago y Pago Fácil. En Chile, la última Encuesta Nacional de Uso y Preferencias del Efectivo realizada a fines del año 2020 por el Banco Central de Chile desvela que el efectivo dejó de ser el medio de pago más utilizado y quedó en segundo lugar tras el pago con tarjeta de débito.

Hay veces que el uso de efectivo está motivado por falta de transparencia. En México la gente se inhibía de usar tarjetas de débito y crédito en el POS porque solo podían conocer el saldo acudiendo a los ATM o sucursales. "Este año los bancos de México han habilitado poder consultar el saldo desde la banca digital, cambio que puede incentivar el uso y la administración de los pagos con tarjeta y reducir el uso del efectivo", explica Mary Pily Loo de CNBV.

# Las fintech se expanden y las bigtech aspiran a la omnipresencia

“Los pagos digitales fueron un negocio cautivo del sector bancario, pero con la irrupción de un jugador fintech en particular que abrió una puerta de una industria enorme, hoy vemos cómo en solo tres años (en donde Argentina prácticamente no creció en términos económicos) el ecosistema crece y lo comparten muchos jugadores y firmas”, analiza Ignacio E. Carballo en alusión a Mercado Pago en Argentina. Desde la perspectiva de Ljubica Vodanovic, socia fundadora de Vodanovic Legal, la industria se ha transformado enormemente y/o las fintech han nacido como una alternativa para incrementar la inclusión financiera, dar servicios más ágiles, integrar tecnología y mejorar la UX. “Las fintech buscan en Perú integrarse con la banca, para ganar escala y acceder a capital. Los bancos veían a las fintech como competencia ajena a la carga regulatoria. Esta visión de competencia ha ido cambiando y la pandemia ha acelerado todo, mostrando la necesidad urgente de digitalizarlo todo y de cooperar. Y ha sido ahora cuando la banca se ha preguntado, ¿lo hago solo o me alío?”.

“Hay mucho que hacer en materia de inclusión financiera, partiendo de lo poco atendida que históricamente ha estado la población en materia de servicios financieros y la falta de visión de región que la industria tiene sobre LATAM”, explica Pablo Viguera, CEO de Belvo. “Estamos viendo soluciones que están en más de un país y el ecosistema a nivel LATAM comienza a generar sinergias, permite pensar en propuestas de valor que sean Cross-country”, reconoce Andrés Rodríguez de Ualá, ya presente en México y cerca de lanzar en Colombia.

No en vano, la región ha visto un fuerte aumento en el número de empresas fintech que ofrecen nuevas formas de pagar y cobrar y de grandes empresas de tecnología que integran los servicios de pago en sus plataformas de comercio electrónico o redes sociales. “En Latinoamérica se baten records de venture capital destinado a fintech, por su capacidad demostrada de innovar en un contexto que necesita de innovación”, confirma Pablo Viguera de Belvo. “La innovación financiera en la región es imparable y la lideran las fintech junto con compañías que necesitan crecer en el lado financiero, emitir medios de pago, financiar compras de clientes”, añade.

---

## En Latinoamérica se baten records de venture capital destinado a fintech, por su capacidad demostrada de innovar en un contexto que necesita de innovación

**Pablo Viguera**, Belvo

“Esta industria en Latinoamérica es cada vez más regional que local”, afirma Ljubica Vodanovic. “Es un mercado que tiene muchas similitudes, por ejemplo, los retos de la inclusión financiera y en regulación no hay grandes divergencias”. Explica que la Alianza del Pacífico ya ha avanzado en unos principios orientadores similares para el desarrollo de los servicios financieros digitales inclusivos que permitan aspirar a estándares regionales. “Otros países como Ecuador están comenzando a emularlos para avanzar en la regulación de la industria fintech”. Afirma Ljubica Vodanovic que después de estandarizar, es necesario buscar flexibilidad como hace en Europa el Pasaporte Único: “¿Por qué no aprovechar este conocimiento y bagaje que ya desarrolló una fintech con un regulador en un país y llevarlo a otros?”, concluye.

---

## Esta industria en Latinoamérica es cada vez más regional que local

**Ljubica Vodanovic**, Vodanovic Legal

En Latinoamérica los protagonistas son hoy Nubank, el mayor banco digital de Brasil valorado en 30.000 millones de dólares, con más de cuarenta millones de clientes y el quinto emisor de tarjetas de crédito en Brasil; el colombiano Rappi, originario del negocio del Delivery y hoy proveedor de una superapp que utilizan más de diez millones de usuarios en México, Costa Rica, Colombia, Perú, Ecuador, Chile, Argentina, Uruguay y Brasil; la ecuatoriana Kushki, plataforma de pagos digitales fundada en 2017 y operativa en Chile, México, Ecuador, Colombia y Perú; y la startup brasileña Ebanx que en 2021 recibe una inversión de Advent de 430 millones de dólares. Ualá forma parte de este plantel de éxito con fundadores visionarios y conocedores de los problemas de los mercados locales que no están adecuadamente atendidos por falta de inclusión financiera, de acceso al crédito y de infraestructuras físicas de entrega de servicios básicos, incluidos los financieros. Ualá llegó a un acuerdo estratégico para la adquisición de Wilobank, el primer banco digital de Argentina, en etapa de aprobación por el BCRA, para profundizar más las verticales de producto con una licencia bancaria, y lanza una plataforma de adquirencia (Ualá Bis) que incluye pagos por link y mPos. Mención especial merece Mercado Pago como modelo disruptivo de origen argentino que ha extendido su oferta de soluciones a lo largo y ancho de toda la región latinoamericana. “Veremos nuevos bancos digitales en el Perú el próximo año, que se están gestando en 2021”, vaticina Ljubica Vodanovic.

Los despliegues de soluciones dirigidos a las mipymes están protagonizados también por un nutrido número de start ups que ofrecen servicios fintech As a Service como marca blanca. Belvo ofrece, con aspiraciones pan-latinoamericanas (LatAm-First y LatAm only), una plataforma de API para que empresas y desarrolladores accedan e interpreten información de usuarios finales y diseñen productos financieros eficientes e inclusivos. Pionera en la aplicación a escala del Open Banking y Open Finance en la región, ha solicitado licencia IFPE en México para ofrecer servicios de iniciación de pagos. “Muchas decisiones tienen que ver con mover dinero o pagar. Hoy podemos acceder a información, pero no realizar transacciones”, explica Pablo Viguera de Belvo. Presente en Brasil desde noviembre de 2020, considera que la agenda innovadora del regulador contribuye a que el ecosistema avance más rápido.

En México, de las nuevas infraestructuras y participantes relevantes de los mercados financieros, además de las instituciones de fondos de pago electrónico (IFPE) que permiten realizar pagos entre usuarios y a comercios a través de fondos de pago electrónico, se encuentran los agregadores, empresas que tienen un contrato con un adquirente mediante el cual ofrecen servicios de aceptación de pagos con tarjeta a pequeños comercios. Entre estos últimos, el agregador Clip asciende a la categoría de unicornio mexicano tras recibir una inversión de 250 millones de dólares de Softbank y Viking, y ha habilitado el pago con ApplePay.

---

## Los bancos tradicionales, si bien en algunos casos se alían con las fintech, van a competir con ellas, evidenciado por las importantes inversiones en el ámbito digital

**Mary Pily Loo**, CNBV

“Los bancos tradicionales, si bien en algunos casos se alían con las fintech, van a competir con ellas, evidenciado por las importantes inversiones en el ámbito digital. Seguramente el próximo año veremos tres o cuatro nuevos bancos nuevos en México totalmente digitales que vienen con todo el impulso”, prevé Mary Pily Loo de CNBV.

En Chile, Evo Payments y BCI adquieren la plataforma de pagos online Pago Fácil para cubrir adquirencia digital. Por su parte, Khipu, considerado un ejemplo de iniciador de pagos, se ve afectado desde agosto por la decisión de Banco Estado de bloquear su acceso a sus cuentas aludiendo la ciberseguridad, coincidente con el lanzamiento de su propia solución de adquirencia. Tempo de Credicorp sale al mercado con una solución de prepago de las que ya ha emitido 600.000 tarjetas y se espera que pronto lo hagan Global 66 y Mercado Pago.

Para Carlos Moreira de Elo, tras años frenéticos, 2021 en Brasil ha sido de consolidación de aquellos nuevos jugadores que entraron en años anteriores desafiando a los bancos tradicionales, más que de entrada de más jugadores, si bien en enero obtuvieron licencia de operación Rappibank y N26 y el 40% del neobanco C6Bank fue adquirido por JP Morgan por 2.000 millones de dólares.

En Colombia la Superintendencia Financiera autorizó el inicio de operaciones de Lulo Bank, banco 100% digital que comienza operaciones con un producto de crédito de libre destino, una cuenta de ahorros, una tarjeta y acceso a la red de cajeros de Servibanca. A este anuncio se suma la consolidación de Nequi de Bancolombia; la etapa pre-operativa de Nubank que superó los 200.000 clientes al cierre de 2020, la solicitud de Rappi y Davivienda para crear un banco digital y la autorización SEDPE a la fintech chilena de remesas internacionales Global 66.



Una demanda específica del sector fintech en Colombia es el despliegue del Decreto 1234 de 2020, que abrió la posibilidad del desarrollo de licencias por fases y que aún se encuentra en etapa de reglamentación. Desde que se estableció la Ley 1735 de 2014, con la que se formaron las SEDPE, se han creado compañías como Movii (solución P2P líder en el mercado con más del 85% del valor de los depósitos electrónicos y un millón de clientes), Pagos GDE, Powwi y Coink. Y pronto Dale, la SEDPE del Grupo Aval. Para el segmento de empresas CredibanCo lanza Ding (Tecnipagos), SEDPE enfocada a que los pequeños comercios reciban pagos con tarjetas débito y crédito, códigos QR, claves dinámicas y notificaciones.

La aspiración pan-latinoamericana está cada día más presente en los discursos de los fundadores de estos gigantes de la industria y son muchos los matices locales en el mercado de pagos que ineludiblemente perpetuarán su fragmentación por algunos años. Pero hay ejemplos que merecen mención especial.

MercadoLibre y PayPal anunciaron en junio de 2020 la integración de sus sistemas de pagos en México y Brasil, avanzando de este modo la alianza firmada en diciembre de 2019. Mercado Pago logró el permiso para operar como institución financiera en Brasil y ya desde marzo de 2021 Pix está integrado en el checkout de Mercado Pago. En Colombia recibió la autorización para convertirse en compañía de financiamiento.

Rappibank obtiene licencia del Banco Central para operar en Brasil. En Chile, Rappi se alía con Banco Itaú para distribuir productos financieros; en Colombia solicita junto con Davivienda autorización para crear un banco digital. En México, Rappi Card y PayPal fortalecen su alianza permitiendo aplazamiento de pagos con tarjeta sin intereses. Y con Banorte y Visa lanza RappiCard. En Perú, RappiBank es la alianza estratégica entre Interbank y Rappi.

## Competencia en el mercado de tarjetas

El año 2021 no ha estado exento de noticias sobre posibles prácticas anticompetitivas por parte de los esquemas internacionales de tarjetas: en EEUU por la posición de Visa en el mercado de las tarjetas de débito y en Reino Unido por las tasas multilaterales de intercambio por Visa Europe y Mastercard.

En Latinoamérica, la estela de Argentina y la decisión de las autoridades de competencia del país en relación a la concentración y poder de mercado de los esquemas de pago con tarjeta ha seguido su curso en otros países de la región. En México, la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) determinó en un dictamen preliminar que no existen condiciones de competencia en la red de pagos con tarjeta en el país, debido a la probable existencia de barreras que generan costos y requisitos contrarios a la entrada de nuevos participantes por la existencia de una sola red de pagos con tarjeta que aplica reglas que imposibilitan la coexistencia de otras con menores cuotas, mejores servicios y mayor seguridad en las transacciones. Allí, ocho bancos son copropietarios de las dos cámaras de compensación (E-Global, de BBVA y Banamex; y Prosa, de Grupo Financiero Banorte y las filiales locales de HSBC y Banco Santander) que se encargan de procesar las operaciones en la red de pagos; esto es, permiten el ruteo de las autorizaciones entre el banco adquirente y el banco emisor. Ello les habría permitido contar con información que otros bancos no tienen, así como instrumentar esquemas comerciales que les dan ventajas respecto a sus competidores. Esta situación se estaría traduciendo en varios efectos anticompetitivos como la falta de inversión que provoca que algunos de los estándares tecnológicos de prevención del fraude no puedan implementarse totalmente en México.

En este contexto, COFECE propone algo similar a lo ocurrido en Argentina en 2016 con PRISMA: que los bancos accionistas desinvieran y vendan sus participaciones de las cámaras de compensación, además de recomendar a Banxico y CNBV que eliminen los obstáculos regulatorios detectados y emitan regulación que asegure la competencia, como las emitidas en 2020 relativas a Redes de Medios de Disposición en las que se reconoce formalmente la figura de emisores y adquirentes sin ser necesariamente instituciones bancarias. En este contexto, Prosa ya busca comprador, que podría ser Visa, autorizada (como también lo ha sido Mastercard, que estaría creando una cámara desde cero) como administrador de una cámara de compensación en México. "A partir de octubre se inicia un piloto de integración PROSA-EGlobal y Mastercard, cuya segunda fase se prevé a inicios de 2022", anuncia Érika Lavara de la dirección de medios de pago de la ABM. "Mastercard va a trabajar con las reglas locales, adaptada al lenguaje y mensajería domésticas", añade.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) del Perú publicó en febrero de 2021 el informe preliminar sobre el mercado de tarjetas de pago para mejorar la competencia. En él destaca que hasta finales de 2019 el mercado peruano de tarjetas se caracterizaba por las relaciones de exclusividad entre adquirentes y marcas; por las relaciones verticales de propiedad entre las marcas, emisores, adquirentes, procesadores y facilitadores de pago y por la determinación de la tasa de intercambio como un porcentaje de la tasa de descuento, en un acuerdo entre emisores. Las implicaciones identificadas son la duplicidad de costos para los comercios, la tendencia hacia una monopolización de la red más dominante del mercado (Visanet, hoy Niubiz), los escasos incentivos a brindar acceso a competidores; y los posibles incentivos a ofrecer servicios diferenciados a favor de facilitadores o agregadores vinculados, además de las derivadas del mecanismo de fijación de las tasas de intercambio. Por todo ello, INDECOPI recomienda a los adquirentes y las marcas que eliminen dichas prácticas, y al BCRP que establezca procedimientos que permitan (i) mejorar la difusión de las tasas de intercambio fijadas por las marcas, (ii) recopilar información sobre las tasas de intercambio y los principales factores que determinan sus niveles y evolución, y (iii) contar con la información de adquirentes, facilitadores de pago, procesadores de pago y marcas de tarjetas para monitorear la dinámica del mercado. Por su parte, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) publicó la Resolución N° 1049-2021 que realiza cambios al reglamento para la ampliación de operaciones de las cajas municipales de ahorro y crédito, caja municipal de crédito popular y cajas rurales de ahorro y crédito, e incluye un procedimiento simplificado para expedir y administrar tarjetas de crédito.

En septiembre de 2020 el Banco Central de Costa Rica promulgó la primera fijación de las comisiones máximas para el sistema de cobro mediante tarjetas, fijando la tasa de descuento en 2,5% y la de intercambio en un 2%. En el caso de las gasolineras, organizaciones de beneficencia, peajes y servicios de transporte regulados, la tasa de adquirencia se estableció en 1,5% y la de intercambio en 1%. Otro de los precios fijados por el Banco Central fue el costo de los terminales POS, por los que las entidades financieras podrán cobrar un máximo de 30 dólares. “El Congreso adoptó en noviembre de 2020 una ley que confiere al banco central la potestad de regular las tasas de intercambio y también las de adquirencia, que en Costa Rica de forma consuetudinaria tenían estas últimas un suelo del 4%, y se aprovechó para regular la interoperabilidad del mundo de tarjetas a través de un Reglamento a la Ley de Tarjetas”, informa Carlos Melegatti del Banco Central. “El primer impacto de la Ley de Usura y el tope de las tasas de interés fue la cancelación de cientos de miles de tarjetas de crédito porque ya no es un producto rentable, y veremos una caída o congelación de la emisión de este tipo de tarjetas, sobre todo a población vulnerable”, destaca Alejandro Rubinstein BAC Credomatic, el banco más grande de Centroamérica con presencia en todos los países y en Costa Rica el banco privado más grande y líder en emisión de tarjetas, medios de pago y

adquirencia. “El 45% de los pagos en Costa Rica pasan por nuestros sistemas, ya sea desde la perspectiva de emisor y/o de adquirencia”.

---

## El primer impacto de la Ley de Usura y el tope de las tasas de interés fue la cancelación de cientos de miles de tarjetas de crédito

**Alejandro Rubinstein**, BAC Credomatic

“En Ecuador las tasas de intercambio y descuento están reguladas (2,0% en tarjeta de débito y 4,5% en tarjeta de crédito), lo que limita la posibilidad de dinamizar ofertas de valor y dificulta el diseño de productos”, señala Sebastián Quevedo de Produbanco. “En tarjetas de débito solo se permite cobrar la renovación del plástico y un Fee anual de mantenimiento que no puede superar los tres dólares”.

“En Colombia las redes de tarjetas operan la compensación, el procesamiento y por delegación, la adquirencia. Probablemente decidirán separar sus negocios y crear filiales adquirentes que competirán con adquirentes fintech que ya han surgido en 2021”, prevé Andrés Velasco de BANREP tras la aprobación del nuevo Reglamento del SPBV “Ya contamos con reglas de juego, ahora el reto es hacerlas cumplir, supervisarlas, tarea que es competencia de la Superintendencia Financiera de Colombia”. Vaticina, no obstante, que podría haber cierta litigiosidad en la reorganización que se aproxima.

La litigiosidad se observa ya en Chile, considerado el protagonista en este asunto este año con la prevista promulgación de la ley de tasas de intercambio, que tiene por objetivo, siguiendo las recomendaciones realizadas por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, fomentar la competencia en la industria de medios de pago con tarjetas. El proyecto de ley establece la constitución de un comité de fijación de tasas de intercambio en el que se prevé participen varias autoridades y que definirán tasas transitorias a los seis meses de aprobada la ley y tasas definitivas un año después. Antes las tasas eran fijadas por las marcas internacionales de tarjetas sobre la tasa de descuento que determinaba Transbank y que suponía en torno al 80% de la de intercambio.

Transbank ha sido históricamente el actor dominante en un modelo de tres partes o lados, al que la Corte Suprema reprendió por la política de tarifas. Algunos PSP han sido autorizados recientemente a conectarse a su red, como es el caso de Mercado Pago y Redelcom. A Multicaja, pionero en el segmento de adquirencia física con POS al margen de Transbank, se une en marzo de 2021 Santander, que oficializa el lanzamiento de su red de adquirencia Getnet. Pronto le emula BCI, que se alía con Evo Payments para desplegar su negocio de adquirencia. BancoEstado comienza a operar su propia red de adquirencia en junio tras finalizar su relación con SumUp con la que compartía la marca Compraquí, conectada también a Transbank para poder operar. Entre los participantes online, junto a Mercado Pago, se consolidan las fintech Pago Fácil (adquirida este año por Evo Payments), Khipu y Flow, o las plataformas BCI Pagos, Fpay y Chek de BCI, Banco Falabella y Banco Ripley, respectivamente. Entre tanto, Visa anuncia la implementación del procesamiento de sus transacciones domésticas (realizadas por tarjetas emitidas en Chile en comercios del país) mediante su propia red, VisaNet y Worldpay anuncia una nueva sede de procesamiento de tarjetas en el país.

La situación ha afectado al desarrollo de la aceptación del dinero electrónico o prepago, que a pesar de contar con una ley desde 2016, los primeros emisores solo aparecieron en 2019. “En estos momentos los EDE enfrentan un problema sobrevenido porque los grandes supermercados y retail no aceptan las tarjetas prepago, a pesar de regir las mismas tarifas que en tarjeta de débito, lo que hace sospechar que estén queriendo impulsar sus propios medios de pago”, explica Ángel Sierra de FinteChile. La dimensión del problema es grande: ya hay cuatro millones de tarjetas prepago en el país que hoy no están siendo aceptadas en muchos puntos de venta físicos y tal como ilustra Ángel Sierra, “no solo de Netflix y Spotify se puede sustentar una emisión de prepago”. A pesar de ello, los EDE siguen explorando su desarrollo en el país: “Las Cajas de Compensación podrían estar preparando su emisión como EDE”, concluye.

---

**En estos momentos los EDE enfrentan un problema sobrevenido porque los grandes supermercados y retail no aceptan las tarjetas prepago, a pesar de regir las mismas tarifas que en tarjeta de débito, lo que hace sospechar que estén queriendo impulsar sus propios medios de pago**

**Ángel Sierra**, FinteChile

## Pago y cobro contactless, móvil y remoto

Apple Pay anuncia su llegada a México para operar con las tarjetas emitidas por American Express y Mastercard y los primeros bancos en ofrecerlo son Citibanamex y Banorte. Samsung, sin embargo, abandona el país en julio de 2021.

Desde la ABM comparten los tres ejes en los que la industria de las tarjetas ha trabajado en México en los últimos meses. En primer lugar, habilitar la transaccionalidad digital (comercio electrónico), para lo cual la clave fue la mensajería, 3D Secure (versión 2.0. en México), la visualización de las operaciones para el titular de la tarjeta y de los datos de seguridad (dispositivo utilizado, factor de autenticación), para poder responder ante eventuales reclamos. “Una vez preparados los rieles, los adquirentes desplegaron la red adquirente contactless que no estaba preparada, los emisores desarrollaron soluciones de pagos digitales en sus productos (billeteras, soluciones de ecommerce, tarjeta no presente)”, explica Rodolfo Reyes de ABM.

---

**Una vez preparados los rieles, los adquirentes desplegaron la red adquirente contactless que no estaba preparada, los emisores desarrollaron soluciones de pagos digitales en sus productos (billeteras, soluciones de ecommerce, tarjeta no presente)**

**Rodolfo Reyes**, ABM

En tercer lugar, la seguridad: “México cuenta con regulaciones que exigen 2FA para tener una responsabilidad hacia el titular de la tarjeta, y los bancos introdujeron 3D Secure, indicadores de 2FA en la transacción, y tokenización de acuerdo a los estándares de las marcas, incluyendo autenticación biométrica con tarjeta no presente”, añade Rodolfo Reyes.

---

## El objetivo es que los comercios acepten pagos digitales no solo por un comercio electrónico o un POS, sino a través de un canal digital como es el QR code

**Christian Díaz**, ABM

Christian Díaz de la ABM anuncia que la banca está trabajando en un proyecto piloto para pagar con código QR a nivel nacional: “El objetivo es que los comercios acepten pagos digitales no solo por un comercio electrónico o un POS, sino a través de un canal digital como es el QR code”. Desde Oplay, Heye Guo considera que en cinco años en México habrá nuevas formas de pago: “Incluso la tarjeta de crédito, que tiene ya cincuenta años, quizá tenga otro nombre y opere por QR como ocurre hoy en China donde el 95% de los pagos son con QR, una forma sencilla y ágil de transaccionar”.

“En Brasil, el pago contactless NFC está por fin entrando en la vida de las personas porque todo el mundo usa transporte público”, ilustra Carlos Moreira de Elo en referencia al nivel de preparación que ya tenía el mercado y el despliegue masivo del NFC en el transporte público de las grandes ciudades del país. “En las grandes ciudades la movilidad está conectada (bicicletas, scooters, patinetes, transporte público) y es un ecosistema al que prestar mucha atención para que el gesto del pago sea algo de lo que no preocuparse porque genera costumbre, hábitos y contiene además un elevado componente de inclusión”, declara Roberta Isfer de Visa.

Ricardo de Barros de ABECS confirma que “la pandemia ha multiplicado por cuatro el uso del pago contactless P2B, tanto desde tarjeta como desde teléfono celular, a lo que contribuyó el aumento de los límites de 50 a 200 reales para pagos sin PIN”.

En abril de 2021 el BACEN despejó el camino para que WhatsApp permitiera a sus usuarios enviar dinero con Visa y Mastercard. En julio, Santander Brasil anuncia que ya cuenta con dicha funcionalidad para sus clientes, que pueden enviar hasta 1.000 reales por transacción y recibir 20 transacciones por día, con un límite de 5.000 reales por mes. “WhatsApp en Brasil es un gran acontecimiento. Los retailers ya usaban WhatsApp para hacer ventas directas, pero el pago no pasaba por ahí. Ahora sí”, explica Roberta Isfer de Visa. En opinión de Carlos Moreira de Elo, WhatsApp Pay necesita para crecer estar presente –como lo está en nuestra vida cotidiana, incluso profesional- en todo el sistema de pagos, en todas las banderas, emisores y adquirentes, y será importante su integración en los pagos especialmente para los pequeños comercios: “ahora mismo es sobre todo un proveedor de adquirencia, está con un solo adquirente y algunas banderas, entre las que no está Elo que cuenta con un tercio de las tarjetas de débito del país; tampoco está en Caixa Econômica Federal”.

---

## Brasil es un gran acontecimiento. Los retailers ya usaban WhatsApp para hacer ventas directas, pero el pago no pasaba por ahí. Ahora sí

**Roberta Isfer**, Visa

En Colombia no operan los Pays. Sí lo hacen grandes como PayU y Mercado Pago, iniciadores de pago digital a partir de tarjetas de débito y crédito, que junto con el botón PSE de ACH Colombia concentran casi la totalidad de las transacciones de pago remoto. Bancolombia es el banco adquirente más grande del país y cuenta con Redeban como vehículo de adquirencia. Su solución Nequi está adquiriendo pequeños comercios informales, donde han crecido más con QR que con NFC. “En Colombia el QR nació de forma descoordinada, cada quien puso el suyo sin atender a la interoperabilidad. Los comercios no deberían tener que adaptarse a diferentes QR. La Superintendencia Financiera corrigió la situación mediante regulación para que fueran interoperables, e impuso un estándar para pagos”, explica Andrés Velasco de BANREP y añade que “el Contactless está más asociado en Colombia a las billeteras que a las tarjetas, pareciera que hay una percepción de mayor seguridad en los celulares que en los plásticos”.

Desde Asobancaria, Felipe Novales precisa que en Colombia el uso mayoritario del dinero en efectivo es en los micropagos, en los pequeños comercios de barrio que no cuentan con medios de aceptación de pagos alternativos al efectivo. Y aunque las redes y la banca están trabajando en nuevas tecnologías y las billeteras electrónicas (Nequi, Daviplata, Movii) se han utilizado por profesionales independientes y micro comercios, sin coste asociado, no son interoperables. “Si el QR es de Nequi (Bancolombia) y yo quiero pagar con mi billetera de Davivienda, no puedo hacerlo, lo que obliga al comercio a tener varias billeteras, por lo que han sido una solución muy parcial”, concluye Felipe Novales de Asobancaria. El crecimiento no puede sustentarse en billeteras cerradas; es necesaria una estructura de pagos más robusta, interoperable y anuncia que para Asobancaria el reto para los próximos meses es romper la brecha de la interoperabilidad de los códigos QR (como ya se hiciera con las transferencias con TransfiYA de ACH Colombia), cuestión en la que están trabajando las redes (Credibanco, Redeban) “asociando un nickname o número de celular sin necesidad de conocer en qué banco estás”. Concluye que la aceptación “no es solo un tema de educación financiera sino también de costos asociados, que en Colombia suponen alrededor del 8% porque el comercio considera el coste fiscal por la retención de impuestos en la fuente”. Dicha apreciación coincide con un reciente estudio de Banxico que concluye que reducir los costos de aceptar pagos con tarjetas, junto con informar de manera clara y detallada los beneficios que obtienen los comercios al aceptar dicho medio de pago, aumenta el monto facturado de los comercios. Por el contrario, explicar solamente los beneficios no necesariamente tiene impacto en la facturación.

En el último trimestre de 2020 hubo una revolución en Argentina de las propuestas de adquirencia que se unen a la ya desplegada hace años por Mercado Pago: Getnet de Santander, Worldpay by Fis, Ualá con Ualá bis, Iudu Pagos de Supervielle ViüMi de Banco Macro, Toque de Naranja X, Ank de Itáu, incluso Prisma con Todopago y su intención de transformarse en agregador. La innovación ha permitido que en apenas tres años se multiplique por cinco el número de puntos de venta (comercios, profesionales, autónomos) que hoy aceptan pagos con tarjetas de débito, crédito o código QR.

“La crisis hizo que las personas se fueran a su casa a producir, y nos dimos cuenta de que teníamos en Costa Rica un ecosistema de pagos muy robusto en los comercios, pero inexistente en los domicilios. De ahí que se disparara el uso del monedero electrónico Sinpe móvil”, afirma Carlos Melegatti, y comparte cifras extraordinarias de transaccionalidad: con el inicio de la pandemia en marzo de 2020 se registraban un millón de transacciones de pago al mes, que veinte meses más tarde se transformaron en un millón de transacciones de pago al día. “En Costa Rica el QR tendrá que esperar a que haya más movilidad”, augura Alejandro Rubinstein. Aunque hay funcionalidad de pago con QR en comercios, es más común el uso de

Sinpe Móvil, el sistema país 24/7. “Lo habitual es enviar el enlace por WhatsApp, que coincide con el número de teléfono de Sinpe Móvil, muy utilizado, por ejemplo, en restaurantes”. BAC Credomatic lanzó CompraClic, una funcionalidad que permite vender online sin necesidad de tener una página web y todo el desarrollo para vender en línea. “El comercio genera una factura y la transforma en un enlace que transfiere por WhatsApp, SMS o correo electrónico, que el cliente paga con tarjeta y con el aviso del pago se entrega el bien o servicio y se concilia a nivel contable para el comercio”.

---

## La crisis hizo que las personas se fueran a su casa a producir, y nos dimos cuenta de que teníamos en Costa Rica un ecosistema de pagos muy robusto en los comercios, pero inexistente en los domicilios. De ahí que se disparara el uso del monedero electrónico Sinpe móvil

**Carlos Melegatti**, Scalapay

La escueta aceptación en Ecuador puede verse acelerada por una reciente incorporación normativa emitida por el Servicio de Rentas Internas (SRI) para las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta y el IVA, aplicables a los agregadores de pago y a los mercados en línea. “A finales de 2021 habrá agentes que incursionarán, especialmente los que tienen desarrollada una red de corresponsales no bancarios en la que apalancarse, generando una red de aceptación en el segmento Low-end”, anticipa Sebastián Quevedo de Produbanco.

## Arranca el Open Banking

“Open Finance será el gran catalizador de la inclusión financiera en los próximos diez años”, augura Pablo Viguera, CEO de Belvo, que forma parte de los Grupos de Trabajo de Open Banking con el BACEN. “En lugares donde la bancarización es baja, las fuentes de datos alternativos que pueden informar sobre las finanzas de una persona tienen muchísimo valor”. Belvo trabaja con compañías que operan con trabajadores independientes (Delivery, conductores de Uber, Didi, etc.) que no tienen acceso a productos bancarios y ofrece información cuasi-bancaria sobre comportamientos en las apps, ratings, etc. “Identificar fuentes de datos financieros y tener capacidad de analizarlos es clave para la inclusión financiera”, afirma.

---

### Open Finance será el gran catalizador de la inclusión financiera en los próximos diez años

**Pablo Viguera**, Belvo

La Ley fintech de México, primera del continente, requiere que los bancos y las fintech desarrollen API con estándares comunes para permitir el acceso de terceros registrados a la información sobre ofertas de productos, datos agregados sobre sus operaciones y, con el permiso de los clientes, datos de transacciones individuales. La CNBV publicó en enero de 2021 las disposiciones secundarias para las IFPE (e-wallets), pendientes desde 2020, basadas en los principios de inclusión, innovación, protección al usuario y neutralidad tecnológica de la Ley. “Con las nuevas IFPE autorizadas tendremos como supervisores más trabajo, y ya contamos con la plataforma SUPTECH a través de la cual las entidades entregarán toda la información para cumplir con el Reporting, lo que facilitará mucho la relación con ellas”, anuncia Mary Pily Loo de la CNBV, quien recuerda que las IFPE son solo una de las nuevas entidades autorizadas por la ley Fintech, también cuentan con ITF de crowdfunding y modelos novedosos. Aclara que, de las 96 solicitudes recibidas, se autorizaron 52 en julio de 2021, algunas de ellas con condiciones, y que 69 ya estaban operando antes de la Ley (como Mercado Pago) y seguirán haciéndolo hasta conseguir el título de IFPE al amparo de artículo 8º transitorio de la Ley.

“Open Finance es una realidad desde junio 2021. El año pasado se abrieron los datos para localización de ATM y es una implementación por etapas porque no todas las entidades tenían capacidad, proveedores o personal capacitado para el desarrollo de API y la seguridad es importantísima”, explica Mary Pily Loo. “El siguiente paso es ampliar esta obligación a los datos agregados y transaccionales, para lo que estamos preparando nuevas disposiciones relacionadas con la información transaccional de las cuentas y el crédito de los clientes, pero no será hasta 2022 cuando la obligación se extienda a los datos de crédito”, añade. “El Open Finance en México contempla que el solicitante de datos (abiertos, agregados y transaccionales) sea cualquier empresa de tecnología, no necesariamente financiera, como los agregadores, que no son entidades financieras y no requieren autorización para serlo, solo el consentimiento del cliente”, explica Mary Pily Loo, y aclara que “la iniciación de pagos no está prevista en la ley; los datos transaccionales tal como los define la ley son datos del comportamiento financiero del cliente, hacia atrás, histórico, de utilidad sobre todo a agregadores de información y oferentes de crédito”. No obstante, declara que CNBV y Banxico están trabajando en la iniciación de pagos, si bien anticipa que no necesariamente se asemejará a las figuras contempladas en Brasil y Europa.

Especial cuidado está teniendo la autoridad en relación a la transparencia de cara al cliente sobre los terceros habilitados que participan en las transacciones. “Que una ITF autorizada tenga su aplicación y sea transparente sobre si un tercero está habilitado en su nombre u ofrezca servicios por su intermedio”. Se han dado casos y han emitido apercibimientos a terceros distintos a entidades financieras que directa o indirectamente están ofreciendo productos financieros a pesar de no ser autorizadas. “Estamos dibujando el perímetro de hasta donde se puede y debe informar en este sentido”, concluye Mary Pily Loo.

---

### Con las nuevas IFPE autorizadas tendremos como supervisores más trabajo, y ya contamos con la plataforma SUPTECH a través de la cual las entidades entregarán toda la información para cumplir con el Reporting, lo que facilitará mucho la relación con ellas

**Mary Pily Loo**, CNBV

---

## Se exige una transparencia a nuestro juicio excesiva

**Jacobo Miralles**, Bnext

Jacobo Miralles de Bnext relata la situación desde el otro lado: “Se exige una transparencia a nuestro juicio excesiva. Por ejemplo, en España, con Bnext, la gente abría una cuenta con una EDE, si bien no aparecía su logo en nuestra app. En México nuestro proveedor es otra entidad con licencia, algo que al usuario no le aporta, y sí debe aparecer visibilizado para el cliente”.

Banxico por su parte ha resaltado la importancia de estandarizar el uso de las API para servicios financieros, más aún de aquellas relacionadas con los servicios del SPEI para la identificación y validación de identidad de los usuarios y para la iniciación de operaciones financieras. También destaca la necesidad de fomentar el desarrollo de Proveedores de Servicios de Transferencias (PST) en el ecosistema de pagos, que realizan procesos esenciales para la provisión de servicios de pago tales como la iniciación de transferencias, emisión de credenciales de pago y generación de expedientes, para lo cual las dos infraestructuras en desarrollo -el Sistema de Autenticación y Verificación de Identidad (SAVI) y la interfaz de programación de API- serán la base para que los PST impulsen el Open Finance en el país.

En Brasil, y como parte de su “iniciativa de competitividad” y en conjunto con el proyecto Pix, el BACEN lanzó en 2019 su modelo de banca abierta, emitiendo regulación para permitir el intercambio de datos de registro y transacciones y estableciendo un plan de implementación gradual para el que pidió a los

---

## Esta agenda regulatoria es extremadamente intensa y desafiante, y absorbe muchos recursos de tecnología

**Ricardo de Barros**, ABECS

participantes de la industria que desarrollaran propuestas concretas de estandarización de API. El 15 de julio terminó la segunda de las cuatro etapas que arrancó con la publicación en abril de la Resolución BCB N° 86 para el acceso al público a datos de las instituciones financieras tales como las características y los precios de los productos y servicios de banca minorista relacionados con las cuentas, las tarjetas de crédito y las operaciones de crédito para particulares y empresas y que incluye un manual de experiencia de usuario. La fase tres comienza el 30 de agosto con el inicio de los servicios de pago y el envío de propuestas de crédito y el 15 de diciembre arranca la cuarta y última fase con la expansión de productos y servicios financieros tales como operaciones cambiarias, inversiones y seguros, entre otros. “Esta agenda regulatoria es extremadamente intensa y desafiante, y absorbe muchos recursos de tecnología”, confiesa Ricardo de Barros de ABECS. En opinión de Carlos Moreira de Elo, “va a hacer crecer la competencia, no solo en tasas de interés sino en modelos de negocio que favorezcan al consumidor, con mucha capacidad de mejorar el mercado, como los retailers que disponen de mucho conocimiento de los patrones de consumo de sus clientes y están entrando a ofrecer servicios financieros. Open Banking les ofrece enormes oportunidades de crecer y de personalizar su oferta de productos con el acceso a datos financieros”. No en vano, en el último año se han registrado compras de plataformas de pago por parte de retailers, como la adquisición del procesador de pagos de tarjetas de crédito y débito en la nube Bit55 por el retailer Magazine Luiza, que busca convertirse en una superapp de servicios, incluidos financieros, más allá de las tarjetas prepago y cuentas digitales que ya ofrece.

La agenda regulatoria del BACEN incluye dotar de seguridad a las operaciones no presentes, más aún con la habilitación del Open Banking. “La autenticación por doble factor ha crecido en Brasil impulsada por los grandes Players, aunque no es obligatorio aún para el comercio electrónico, y pronto permeará a los pequeños comercios online”, confirma Ricardo de Barros ABECS. No es casual que Brasil ya cuente con una Ley General de Protección de Datos en vigor, fuertemente inspirada en el Reglamento de Protección de Datos de la Unión Europea. “Es importante que se acelere su implementación porque los datos son muy valiosos y hay que protegerlos”, afirma Carlos Moreira de Elo.

“Open Banking es el tema sexy del momento. Bien llevado puede generar nuevos servicios, ganancias de eficiencia y beneficios al consumidor”, describe Felipe Novales de Asobancaria, y confirma que la asociación ha participado en las mesas técnicas de revisión de buenas prácticas y se encuentra a la espera de conocer el primer borrador. “Hay algunos retos a superar, como el manejo de información sensible, la verificación de la identidad de las start ups y la reserva bancaria”, añade. Considera que BaaS es la manera de monetizar el Open Banking, una oportunidad de negocio de comercializar en interfaces de terceros, en aquellas que más utiliza el cliente. “¿Cuántas veces al día accede una persona a la app de su banco y cuántas lo hace en Amazon, WhatsApp u otras interfaces?”, se pregunta. La visión de Open Data de Australia, más allá del Open Finance de México o Brasil o el Open Banking de Europa es la que considera que tiene más sentido, porque “el sector retail tiene mucha información de hábitos de compra de los clientes; los operadores saben cuántas apps tenemos instaladas, cuáles son nuestras rutas; los proveedores de servicios básicos saben cuánta energía consumimos, por lo que tener información de una persona para llegar con una oferta de productos y servicios más amplia y de mejor calidad seguro genera casos de uso interesantes y generadores de valor”. Concluye con cuatro deseos al respecto de su concepción para Colombia: Open Data y no solo Open Banking; reciprocidad, porque los bancos también quieren ser TPP y tener acceso a información de otros proveedores de diferentes sectores; flexibilidad de estándares basados en buenas prácticas; y voluntariedad o implementación mixta o gradual -comenzando por casos de uso más sencillos. Reconoce, no obstante, que “aunque las exigencias de innovación contra reloj no funcionan, el regulador no quiere dejarlo voluntario porque no se implementaría nunca”.

---

## ¿Cuántas veces al día accede una persona a la app de su banco y cuántas lo hace en Amazon, WhatsApp u otras interfaces?

**Felipe Novales**, Asobancaria

Andrés Mauricio Velasco de BANREP confirma que la URF se ha concentrado este año en investigar todas las implicaciones del Open Banking (iniciación de pagos, reglas jurídicas, portabilidad, seguridad de la información). “A pesar de que la propuesta no requiere ninguna modificación legal, el gobierno querrá plasmarlo en una ley porque en Colombia la protección de datos es especialmente sensible”. Considera que Open Banking es un paso más hacia un ecosistema de pagos inclusivo y eficiente. Y así parecen entenderlo también algunas entidades financieras que se están posicionando en este nuevo escenario que abre Open Banking. La compañía de financiación Tuya contará con el apoyo de la Corporación Financiera Internacional (IFC) del Banco Mundial para el desarrollo de su estrategia de Open Banking para ser pionero y referente en BaaS en el país.

El Ministerio de Hacienda de Chile junto con la Comisión del Mercado Financiero y el Banco Central, tras habilitarse la portabilidad de cuentas bancarias en junio de 2020, trabaja desde noviembre en una propuesta legal hacia un estándar de Open Banking. Cualquier avance en ese sentido precisa de otras dos iniciativas legales con carácter previo: protección de datos personales y ciberseguridad.

“Desarrollar Open Banking en Costa Rica no es hoy posible porque los bancos no están preparados y el Banco Central carece de competencias legales para impulsarlo”, explica Carlos Melegatti. “Aquí optamos por permitir el acceso de las fintech a los servicios de pago del SINPE, de las que ya más de diez tienen acceso, una opción con el único objetivo de construir un sistema de pago interoperable e inclusivo”. De hecho, con la entrada de Costa Rica a la OCDE en 2020, recibió el beneplácito de la organización por su enfoque de apertura e incluso animó a ampliar el número de entidades conectadas al sistema nacional de pagos.

---

## Desarrollar Open Banking en Costa Rica no es hoy posible porque los bancos no están preparados y el Banco Central carece de competencias legales para impulsarlo

**Carlos Melegatti**, Banco Central Costa Rica

## Sandbox

Los seis primeros ganadores del Sandbox Challenge del Modelo Novedoso en México celebrado en 2020 fueron las mexicanas Clinch, Oikonomos, Arca Financiera, Yvi Wealth Management, la británica Tokenise y la chilena Quantum.

En enero de 2021 el Comité Evaluador y de Seguimiento del piloto gubernamental que permitirá realizar operaciones de Cash-in (depósito de recursos) y Cash-out (retiro de recursos) en productos financieros de depósito a nombre de plataformas de intercambio de criptoactivos seleccionó nueve iniciativas para hacer pruebas en la Arenera SFC: Banco de Bogotá - Bitso, Banco de Bogotá - Buda, Bancolombia - Gemini, Coltefinanciera - Obsidiam, Davivienda - Binance, Powwi - Binance, Coink - Banexcoin, Movii - Panda y Movii - Bitpoint. Desde febrero de 2019, un total de 10 proyectos han sido presentados al Sandbox de la Superintendencia Financiera de Colombia.

El Sandbox Regulatorio del BACEN arrancó su primer ciclo de duración anual en junio 2021 con un total de 52 proyectos seleccionados por el Comité Estratégico de Gestión del Sandbox Regulatorio (CESB) para el desarrollo de soluciones en los siguientes ámbitos priorizados: mercado de cambio, fomento del mercado de capitales por intermedio de sinergias con el mercado de crédito, microfinanciación, Open Banking, Pix, crédito rural, competencia en el sistema financiero o en el sistema de pagos, pagos e inclusión financiera y finanzas sostenibles.

“En Chile, el Sandbox no está en el radar de nadie, ni del gobierno ni del sector fintech. Requiere recursos y estructura, que no tenemos aún, por no dejar de decir que todavía se duda bastante de los efectos positivos que pueda generar en materia de innovación financiera”, reconoce Ángel Sierra de FinteChile. El sector apuesta por la mesa de innovación financiera público-privada con los gremios y que se respete la libertad económica al estilo de las jurisdicciones de Derecho Común. “El Sandbox de Reino Unido, pionero, tiene un pipeline enorme, y muchas innovaciones se quedan por el camino”, afirma Ángel Sierra.

---

## El Sandbox de Reino Unido, pionero, tiene un pipeline enorme, y muchas innovaciones se quedan por el camino

**Ángel Sierra**, FinteChile

Con la asistencia técnica del BID y bajo el liderazgo del Banco Central de la República Dominicana y en el que participan las Superintendencias de Bancos, del Mercado de Valores, Seguros y Pensiones, se encuentra en fase de diseño un Hub de innovación financiera que estará operativo a principios de 2022. “Todo aquel que tenga innovaciones del sector financiero podrá acceder a un portal web, aportar información de objetivos y tener un acercamiento y diálogo con los reguladores y supervisores, pero no contemplamos la figura del Sandbox porque los desarrollos tecnológicos no están preparados aún”.

“No hay Sandbox regulatorio en Costa Rica”, confirma Alejandro Rubinstein de BAC Credomatic. “El Banco Central ha sido un gran promotor de la innovación tecnológica, empezando con SINPE, que es una ACH al cuadrado. De hecho, Costa Rica fue uno de los primeros países del mundo con su sistema financiero interconectado e interoperable”.



# Panorama de los medios de pago en Europa

Visto el dinamismo en Latinoamérica, en Europa las cosas están aparentemente más quietas. Y es aparente porque están sucediendo fuera de cámara, más que de cara al público. El propósito es firme: construir el sistema (europeo) de pagos del siglo XXI, que ha de ser inmediato y prácticamente invisible, donde Open Banking y estructuras abiertas, QR, financiación en el POS, criptos, apps y billeteras, biometría, IA y otras innovaciones habilitan ese camino hacia la interoperabilidad, la apificación, la seguridad y el acceso información que requiere ese sistema de pagos. Para Maria Antónia Saldanha de Mastercard Portugal, “es el mejor momento para las soluciones de pago, aunque haya sido motivado por algo tan dramático como la pandemia. Para todos aquellos que trabajamos en pagos, vienen años muy desafiantes y emocionantes”. Jorge Martínez de Abanca reconoce que “los medios de pago no tienen el mismo peso en todas las entidades; algunas los perciben como una amenaza por el lado de los ingresos, cuando nosotros hemos comprobado lo contrario, que hay muchas oportunidades”.

Pilar Clavería de AEB confirma que “no es momento aún de hablar de novedades porque nos encontramos en una fase de transición después de que en España se lanzaran con anticipación los pagos inmediatos (que representan ya un tercio de las transferencias interbancarias, muchas de ellas con origen en Bizum), mientras que en otros países europeos aún se lo están planteando”.

---

**No es momento aún de hablar de novedades porque nos encontramos en una fase de transición después de que en España se lanzaran con anticipación los pagos inmediatos**

**Pilar Clavería, AEB**

Juan Luis Encinas de Iberpay, confirma el liderazgo de España en materia de transferencias inmediatas, “el 5G de los pagos”, bajo el estándar del área euro. “Mientras que el Reino Unido dispone de transferencias inmediatas desde 2008 y los países nórdicos desde 2012, ni son en euros ni siguen el estándar SEPA. Sin embargo, las transferencias inmediatas en el área euro bajo el esquema SEPA Instant Credit Transfer (SCT Inst) fueron lanzadas en 2017 y están basadas en la mensajería ISO 20022, el nuevo estándar normativo de mensajería de pagos utilizado en todo el mundo”, explica. El uso de estos estándares para los pagos instantáneos en euros ha facilitado que aproximadamente el 75% de los 800 millones de cuentas existentes en Europa están ya emitiendo o recibiendo transferencias inmediatas”, añade. “En España, el despliegue de las transferencias inmediatas ha sido mucho mayor. Gracias a la avanzada e innovadora infraestructura interbancaria puesta en marcha por Iberpay, la adhesión masiva de las entidades españolas (el 98% de los 75 millones de cuentas españolas están preparadas para procesar transferencias inmediatas) y servicios tan innovadores como Bizum, nuestro país se ha convertido en el primer emisor del área euro en cuanto a volúmenes de transferencias inmediatas procesadas”.

“La pandemia ha roto barreras mentales a gente que antes solo utilizaba el efectivo en sus compras físicas cotidianas, en un país donde todo el mundo disponía de una tarjeta de débito”. Por el lado del comercio, Jorge Martínez de Abanca destaca “el cambio que ha supuesto pasar de vender del mundo físico al mundo online, una revolución que se ha hecho en tiempo récord”. Maria Antónia Saldanha de Mastercard apunta que “la pandemia ha traído consigo la colaboración y la dedicación para desplegar soluciones que encajaran con la nueva realidad causante de nuevas necesidades y urgencias. Nunca pensamos que pudieran surgir tan rápido, ni que hubieran merecido quizá tanto esfuerzo de no haber sido por la pandemia”.

Anna Puigoriol ha observado dos patrones tras el confinamiento: “el público que adoptó de forma novedosa los medios de pago digitales en la pandemia no es el que hoy los usa de forma más intensa y el uso del efectivo se ha recuperado algo, aunque no a los niveles anteriores”.

En Italia, Rita Camporeale de ABI explica que la razón del aumento récord de los pagos electrónicos, que han contribuido a compensar la caída del consumo, es doble: por un lado, la pandemia; por otro, los incentivos del gobierno a los pagos digitales. “Aunque es pronto para evaluar en su totalidad su impacto, el análisis costo-beneficio se presume positivo porque un año después de habilitar el crédito fiscal del 30% del coste de adquisición a los pequeños comercios, la medida se elevó recientemente al 100%”. A ello se une la inauguración de la plataforma Cashless que premia con reembolsos a quienes paguen sus compras de forma digital y las registren en la app IO que agrupa los servicios de la administración pública italiana.

---

## El público que adoptó de forma novedosa los medios de pago digitales en la pandemia no es el que hoy los usa de forma más intensa y el uso del efectivo se ha recuperado algo, aunque no a los niveles anteriores

**Anna Puigoriol**, Banc Sabadell

En Portugal, el gobierno inaugura el programa IVAucher, o IVA que Vai e volta, dotado con 200 millones de euros, que permite acumular, entre el 1 de junio y el 31 de agosto, el importe del IVA pagado en servicios de alojamiento, cultura y restauración y utilizarlo posteriormente en dichos sectores antes de finales de 2021. “Además de ser una iniciativa de apoyo a los negocios que más sufrieron durante el periodo de confinamiento y a pesar de no promover específicamente el pago digital dado que no está vinculada la participación al medio de pago utilizado, ha permitido al sector fintech demostrar sus capacidades de aportar soluciones precisas a necesidades concretas, como la plataforma IVAucher de SaltPay que gestiona la afiliación y gestión del programa” precisa Maria Antónia Saldanha de Mastercard.

Sobre el pago móvil, Jorge Martínez de Abanca afirma que ya está consolidado en España, y Paloma Real de Mastercard añade cifras: “El 12% de los pagos en POS ya son pagos móviles”. Pero hablar de una solución de pago digital en España es hablar de Bizum, que cerrará 2021 con 20 millones de usuarios. Con él, o gracias a él, ha crecido el pago digital entre personas, que sí ha desplazado al efectivo. “En comercio electrónico –ya presente por ejemplo en Renfe- Bizum sí facilita mucho las cosas porque no tienes que introducir los datos de las tarjetas”, explica Anna Puigoriol de Banc Sabadell, si bien considera que en comercio físico otras soluciones de pago que no son tarjetas tienen una oferta limitada, por lo que la gente no las adopta. “En comercio físico el pago contra cuenta es difícil que bata la experiencia de tarjetas, incluso con Bizum, salvo casos específicos como el de Loterías, un caso de uso muy particular y específico que demuestra que los hay, pero hay que encontrarlos”, añade. “Lo que debe hacer la oferta es ofrecer algo nuevo, no tanto desplazar otros medios de pago, salvo en el caso del dinero en efectivo”.

Ángel Nigorra, Director General de BIZUM, explica que el pago Bizum en Loterías y Apuestas del Estado presenta varias novedades: “Es pago presencial en sus 11.000 puntos de venta, utiliza QR y está habilitado no solo para comprar, sino también para cobrar de forma inmediata y de cuenta a cuenta premios de hasta 2.000 euros”. Para generalizar el pago Bizum en comercio presencial habrá que esperar a 2022. “Contamos con procedimientos propios regulados por Bizum basados en los habitualmente aplicados por las entidades financieras en otros medios de pago, para resolver las potenciales disputas en las transacciones entre ellas. Por tanto, estos procedimientos están ya plenamente rodados en los 2 años que lleva Bizum aceptándose en comercio electrónico y serían directamente extensibles al comercio presencial. Nuestro foco, como siempre, estará en aportar una buena experiencia de usuario (UX), como hicimos en el pago entre particulares y en comercio electrónico, teniendo en cuenta la amplia extensión del pago con tarjeta en el mundo físico, que, sin duda, se va a mantener”, explica Ángel Nigorra. “Desde nuestro punto de vista, Bizum debería estar incluido en el paquete estándar de productos para cualquier cliente, y, por tanto, sería un buen complemento en las cuentas de pago básicas”, añade.

---

## El 12% de los pagos en POS ya son pagos móviles

**Paloma Real**, Mastercard

Bizum es sin duda un referente a nivel europeo. “No está así de avanzado en toda Europa”, confirma Jorge Martínez de Abanca. “La amenaza es que vendrán otras formas de pago que pueden poner en riesgo los ingresos, como WhatsApp, WeChat o soluciones similares, con las que tenemos que estar preparados para competir”, añade.

BANCOMAT Pay®, la solución de pago móvil de Bancomat, la red de disposición y adquisición interbancaria doméstica, permite pagar desde 2019 tras la integración de la solución de pago móvil Jiffy (de SIA) en comercios físicos escaneando el código QR o aceptando la solicitud recibida por notificación; mientras que en ecommerce se habilita el pago insertando el número de teléfono asociado. Uno de sus grandes competidores en el segmento de pago de cuenta a cuenta, Satispay, recibe una inversión de 18 millones de dólares de la china Tencent tras el visto bueno del gobierno italiano, para facilitar la expansión de los servicios de Satispay en Italia, Luxemburgo y Alemania. El equivalente de Bancomat en Portugal es Multibanco, propiedad de SIBS (Sociedade Interbancária de Serviços) que lanzó MBWay para pagos P2P y P2B con QR o NFC con la asociación del número de teléfono a una tarjeta bancaria.

“Es claro el interés del mercado en otros raíles de pagos más allá de la tarjeta”, reconoce Paloma Real de Mastercard. “También lo es el interés por servicios de información y datos para los procesos de negocio, el conocimiento del cliente y del consumidor”. En 2019 dimos la bienvenida a Reino Unido a este informe por ser el país occidental con la agenda más vanguardista en materia de pagos minoristas, de modo que pudiera servir de orientación e inspiración al resto de países. Una agenda respaldada por el patrón de la transaccionalidad que se registra en el país. En 2020<sup>2</sup> más el 52% de todos los pagos se realizaron con tarjetas con las de débito responsables del 44% de la totalidad, que ascendieron a 35.600 millones de transacciones. Nueve de cada diez los realizaron particulares y de los 4.800 millones que realizaron las empresas, 2.300 fueron a particulares. Las compras espontáneas representaron el 81% de los pagos realizados por particulares y el 19% fueron pago de facturas y compromisos regulares. El efectivo representa el 17% del total de pagos, frente al 45% en 2019.

---

## Es claro el interés del mercado en otros raíles de pagos más allá de la tarjeta

**Paloma Real**, Mastercard

## Open Banking y alianzas

La Open Banking Implementation Entity (OBIE) en Reino Unido, encargada de proveer software y estándares para la industria, registra a inicios de 2021 más de tres millones de particulares y empresas usuarias de Open Banking. Aplauda el crecimiento del ecosistema durante los años 2020 y 2021, que cuenta con más de 300 empresas registradas en su directorio, y más de 100 propuestas en su app Store. Jim Tomaney, COO de Renovite percibe que “las plataformas en la nube tienen ahora mucha más aceptación, confirmándose problemas en entornos Legacy, más allá de la usabilidad”. Manuel Peleteiro, CEO de Inbest comparte que además de los 9 bancos obligados a operar en un entorno de Open Banking en el país, ya se han unido de forma voluntaria Monzo y Starling. “El Hype del Open Banking hoy está en pagos, mientras que la agregación de datos podría considerarse el hermano pobre. Ya puedes pagar tus impuestos, el gobierno es usuario activo y ya se ven pasarelas de pago, plataformas de Trading y de transferencias como Wise, operando a través de OB”.

---

## Las plataformas en la nube tienen ahora mucha más aceptación, confirmándose problemas en entornos Legacy, más allá de la usabilidad

**Jim Tomaney**, Renovite

Inbest es la plataforma de análisis de datos para inclusión financiera que opera en asociación con gobiernos (responsables de servicios sociales) y entidades financieras para mejorar la salud financiera, las habilidades y resiliencia de los hogares más vulnerables del país. Utiliza la agregación que permite Open Banking para realizar el cálculo de los beneficios sociales a los que los hogares vulnerables tienen derecho, además de ofrecer asesoramiento sobre deudas impagadas acompañado de soluciones regulatorias. “El 70% de los usuarios identifican beneficios sociales adicionales a los que tenían conocimiento, por un importe medio mensual de 450 libras”, afirma Manuel Peleteiro.

<sup>2</sup> <https://www.ukfinance.org.uk/sites/default/files/uploads/SUMMARY-UK-Payment-Markets-2021-FINAL.pdf>

“En España la apertura de las API está retrasada. A pesar de estar bien asentadas las bases, las entidades deben mejorar la disponibilidad de soluciones para que los usuarios operen con quien quieran cumpliendo con el espíritu del regulador. Si la API es tan compleja que no se puede programar el caso de uso, no cumple con el espíritu de que cualquiera pueda diseñar un aplicativo y acceder a los datos bancarios desde cualquier lugar”, denuncia Jacobo Miralles de Bnext. Sospecha Anna Puigoriol de Banc Sabadell que PSD2 nació incompleta y compleja y que no está consiguiendo lo que buscaba. “La complejidad ha evitado que lo que se perseguía (acceso de terceros, iniciación de pagos) se pudiera conseguir. ¿Qué parte del acceso se hace a través de API? ¿Qué excepciones se aplican?”.

## En España la apertura de las API está retrasada

**Jacobo Miralles**, Bnext

Sobre las alianzas con terceros, Anna Puigoriol comparte que “se está maximizando el valor de las compras que se hicieron en su momento para sacarles el máximo valor y simplificar mucho las UX en ambos lados, comercio / empresas y titulares”. Afirmar que “las alianzas aportan en sitios donde yo no llego con lo que tengo; antes era cuanto más mejor y ahora buscamos ocupar los espacios necesarios, como financiar los pagos contra cuenta”. España cuenta desde noviembre de 2020 con la Ley de transformación digital del sector financiero que contempla el Sandbox, herramienta que permite probar productos y servicios financieros basados en la tecnología digital, hacer pilotos sin estar sujeto a todos los temas regulatorios. “Los bancos debemos aprovechar ese espacio para trabajar con las fintech como socios a lo largo de la cadena de valor. Los recursos limitados de que disponemos no nos permiten hacer In-house todo que querríamos hacer”, reconoce Jorge Martínez de Abanca. Se prevén dos convocatorias anuales; en la primera se presentaron 67 proyectos.

“Estresar la regulación apalancándose en tecnología”. Román Benito, Manager de Open Banking e Innovación de Liberbank, explica la participación en el sandbox con un caso de uso que descansa en el proyecto de identidad digital en el marco de Alastria. “DALION es un proyecto multisectorial cuyo objetivo es facilitar a los ciudadanos una identidad digital soberana de sus datos, con la que puedan recuperar el control de su información personal. Permitirá operar con todo tipo de AA.PP. y empresas y abierto a integrarse con otros sistemas de identidad soberana para todos los ciudadanos europeos. Desde el primer momento tuvimos claro que el sandbox era una gran oportunidad para madurar esta solución.”.

## Estresar la regulación apalancándose en tecnología

**Román Benito**, Liberbank

“Los bancos son las principales fintech del país, que no han dejado de innovar e invertir con propuestas tecnológicas para el sector financiero y seguirán haciéndolo con o sin Sandbox, si bien este ayuda a que la regulación se vaya ajustando a la innovación”, constata Pilar Clavería de AEB y añade que “la competencia nunca le ha asustado al sector, es un revulsivo y, en definitiva, la mayor competencia de los bancos hoy por hoy son otros bancos, no las fintech y menos en el mundo de los pagos donde estamos muy avanzados”. Solarisbank, plataforma tecnológica alemana de Banking-as-a-Service (BaaS) con licencia bancaria en la que participa BBVA, llega a España tras hacerlo en Francia e Italia, con capacidad de ofrecer IBAN español a sus clientes.

“Open Banking liberaliza aún más a los actores que pueden proveer soluciones de pago o soluciones de pago integradas en otros servicios” recuerda Paloma Real de Mastercard. “En Europa somos líderes absolutos en alianzas con fintech, el partner elegido por la mayoría de los nuevos entrantes digitales a quienes facilitamos plataforma, conocimiento, contactos, asesoramiento y procesos rápidos para entrar en el mundo de los pagos”, añade. “Nuestro objetivo es que entre 2025 y 2030 se produzca una transición y cerca del 90% de las transacciones de pago sean online, todas tokenizadas y todas securizadas”.

El Sandbox italiano comienza a operar en julio tras la publicación del Decreto No. 100 del Ministerio de Economía y Finanzas que reglamenta la Ley N° 58/2019 y establece los criterios para las pruebas, así como un Comité fintech. “El sandbox regulatorio se integra y se suma a Banca d’Italia Milan Hub que ya está operativo, y desde ABI sugerimos que un trabajo integral sobre KYC e identificación digital de los clientes bancarios podría beneficiarse de un enfoque experimental basado en principios de innovación abierta. De hecho, la identificación digital podría convertirse en la piedra angular de una mayor digitalización de los pagos”, comparte Rita Camporeale. Confirma que ABI está trabajando activamente con la European Banking Federation tras el anuncio de la Comisión Europea de su intención de revisar la Regulación eIDAS.

El gobierno portugués emitió en marzo de 2020 una resolución para establecer los principios generales para la creación y regulación de Zonas Francas Tecnológicas

(ZLT en portugués) para experimentar con tecnologías emergentes como inteligencia artificial (IA), Blockchain, big data y 5G. Desde 2019 ya existía Portugal Finlab, un canal de comunicación entre proyectos fintech y las autoridades portuguesas (Banco de Portugal, Comissão do Mercado de Valores Mobiliários y la Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões) para proporcionar directrices reglamentarias a los participantes. En la tercera edición de 2021 se ha celebrado dos Pitch days, en febrero y en julio.

El pionero Sandbox británico ha modificado su operativa tras la evaluación realizada por UK Fintech: el espacio estará disponible de forma continuada en lugar de a través de convocatorias de tiempo limitado; las propuestas deben estar destinadas al mercado del Reino Unido con pocas o ninguna oferta comparable en el mercado. Deben constituir una tecnología, un enfoque, un producto, un servicio o un modelo verdaderamente innovadores y relacionados con un tema de especial interés para la FCA, debiendo producir además un mejor resultado para los consumidores. Con estas nuevas reglas la FCA enfatiza los requisitos de diversidad e inclusión.

## Request to Pay, iniciación de pagos y pagos inmediatos

PSD2 y SCT Inst (transferencias inmediatas) son dos innovaciones que, juntas, permitirán el despliegue de nuevos productos y servicios financieros para el siglo XXI. El nuevo esquema SEPA Request to Pay (SRTP) o Solicitud de pago (pago inmediato “pull”) complementa al esquema SCT Inst (pago inmediato “push”) facilitando los procesos de inicio y conciliación de los pagos, permitiendo que un beneficiario de un pago (emisor del SRTP) solicite a un pagador (receptor del SRTP) el pago de un importe por una transacción, siendo este el modelo habitual en los pagos en comercio físico o electrónico, donde es el vendedor el que solicita al comprador aceptar y completar el pago por el producto comprado o el servicio prestado. El Request to Pay es un esquema clave para impulsar los pagos inmediatos basados en la cuenta corriente.

El 15 de junio de 2021 entró en vigor la primera versión del reglamento del esquema SEPA Request to Pay (SRTP). “Ante la entrada en vigor del esquema SRTP los sistemas de pago Iberpay y EBA Clearing pusieron en funcionamiento sus respectivos servicios interoperables y conectados entre sí.”, detalla Juan Luis Encinas de Iberpay.

SRTP es una funcionalidad de mensajería, no un medio o instrumento de pago sino una forma de solicitar un inicio de pago, un activador de los pagos inmediatos. “La importancia de la puesta en marcha de la solicitud de pago está estrechamente relacionada con varios casos de uso que ya han sido identificados por la industria, tales como: los adeudos no pagados o devueltos, los pagos en comercio electrónico, la sustitución de otros instrumentos de pago, los pagos a las administraciones públicas, el pago de facturas electrónicas o incluso los pagos en el punto de venta”, ilustra Juan Luis Encinas de Iberpay. En 2021 el esquema de transferencias inmediatas cuenta con 2326 PSP afiliados que representan el 60% del total de PSP europeos, de los que 272 son italianos, 89 españoles, 16 portugueses y 22 británicos. El récord lo ostenta Alemania con 1232 PSP conectados. Designado para gestionar cuatro esquemas de pago SEPA y encargado de informar de los datos anteriores, lanzó una encuesta a los PSP afiliados para conocer la utilidad percibida del nuevo esquema RtP. El 56% considera que es en el segmento P2B o P2P donde tiene mayor sentido (especialmente en comercios), seguido de un 18% del segmento B2B y un 17% del segmento P2P, quedando el ámbito P2G y G2P reducido a un 7%. “A quien le devuelven muchos recibos le convendría el RtP. La gente devuelve muchos recibos que no le interesan o no interesa pagar en ese momento”, explica David Lozano, fundador de Afterbanks.

---

### A quien le devuelven muchos recibos le convendría el RtP. La gente devuelve muchos recibos que no le interesan o no interesa pagar en ese momento

**David Lozano**, Afterbanks

Jim Tomaney de Renovite explica que RtP está también en el centro de los debates de la industria de pagos británica, si bien aún no ha llegado a los consumidores. “Tampoco se observan grandes soluciones de iniciación de pagos desplegadas en el mercado”, explica.

---

### Tampoco se observan grandes soluciones de iniciación de pagos desplegadas en el mercado

**Jim Tomaney**, Renovite

Está claro que, de momento, los servicios de iniciación de pagos no han demostrado ser capaces de aportar propuestas de valor, al menos de forma visible. Jorge Martínez de Abanca reconoce estar trabajando sobre todo en el mundo de la agregación de información para el negocio de financiación. “La iniciación de pagos no aporta mucho más de lo que ya teníamos, mientras que la agregación sí es muy relevante”. Anna Puigoriol de Banc Sabadell considera que los cambios son más lentos de lo que se esperaba o intuía. “Llegarán, pero de momento ni agregación ni iniciación son una revolución, en parte porque todavía no se han encontrado los casos de uso”. Desde la AEB Pilar Clavería tampoco observa muchas innovaciones en el ámbito de la iniciación de pagos. “Se pensaba que el hecho de poder hacer iniciación de pagos generaría nuevos modelos de negocio y de prestación de servicios, algo que no se está viendo. La Comisión Europea dará cuenta de ello cuando presente el informe de impacto de PSD2”. La realidad es que PSD2 ofrece un amparo legal a actividades que ya se estaban realizando y dicha cobertura legal no parece ser suficiente para cambiar la forma de hacer las cosas. “Se cambian más con la predisposición al cambio de los clientes y los bancos conocen muy bien a sus clientes”, concluye Pilar Clavería. Por su parte, David Lozano de Afterbanks considera la iniciación de pagos idónea para importes grandes como alquileres, aseguradoras, aportaciones a gestoras de fondos de pensiones o devolución de cuotas de importe fijo.

Liberbank es junto con BBVA, los primeros que ya han lanzado soluciones de iniciación de pagos. “Primero hicimos el agregador de cuentas apalancados ya en las API PSD2 de otros bancos. Tras el agregador de cuentas el primer MVP de pagos fue ofrecer a los clientes con cuentas agregadas realizar pagos con cargo en otras cuentas. Hoy ya está abierto a clientes empresa, que son más multi-entidad que los particulares sobre una capa estable de apificación”, explica Román Benito de Liberbank. “El siguiente paso es abrirlo a todos los usuarios de banca digital, aunque no dispongan de cuentas agregadas y la UX no sea tan inmediata. Un paso más en nuestra apuesta por el Open Banking”, concluye.

Ferdinando Visone de Italia afirma que “de momento no existe el paradigma de la iniciación de pagos en tiempo real”. El diseño de la aplicación de SCA es una fricción de calado. “Hasta hace poco, para realizar una iniciación de pagos el usuario ha de facilitar nombre de usuario + contraseña + OTP + confirmación del pago. La UX es injusta e incómoda”. Confía en que la adopción de la autenticación biométrica app a app para iniciación de pagos y agregación de cuentas supondrá un impulso a estos servicios.

---

## De momento no existe el paradigma de la iniciación de pagos en tiempo real

### Ferdinando Visone

Aunque ajeno a los pagos inmediatos de cuenta a cuenta, la petición de la Comisión Europea a Visa, MasterCard y American Express de garantizar información clara a los titulares cuando las compras online puedan acarrear suscripciones y pagos recurrentes posteriores primer pago, a pesar de no reconocer que no son las responsables de este tipo de estrategias de los vendedores, recuerda bastante al propósito de Request to Pay.

“A nivel europeo quizá tenga sentido Request to Pay sobre pagos inmediatos, pero para pagos domésticos entre personas ya está resuelto con Bizum”, explica Anna Puigoriol de Banc Sabadell. “Y para la gestión de cobros de las empresas, en España hemos llegado a una forma de operar que funciona muy bien, los recibos o adeudos, que tienen una ventaja sobre el RtP porque el recibo girado por la empresa no tiene que aceptarlo el titular y desde la perspectiva del consumidor, si este acepta, no está contemplada la devolución.” Una vez más, faltan casos de uso de estas soluciones. “Quizá RtP tendrá sentido entre empresas cuando el recibo incluya datos adicionales, por ejemplo, de la factura”, añade. Y en el ámbito de las administraciones públicas, de incluirse esa información adicional, también considera que podría haber espacio para desarrollar casos interesantes y apoyar el fortalecimiento de la adquirencia en ese punto de venta, donde Anna Puigoriol señala una importante falta de homogeneización: “no hay estándares comunes: cada comunidad autónoma lo hace de una manera y de forma independiente, lo que obliga a realizar adaptaciones específicas en cada caso”.

Pilar Clavería de AEB confirma que “la banca española está valorando esta opción, que requiere que haya otros actores implicados porque la iniciación no la va a hacer el banco, sino un comercio o proveedor de servicios”. Y prevé que habrá en 2022 casos de uso concretos que permitan tener una base amplia de entidades que sepan reaccionar a estas solicitudes de pago. RtP está disponible en Iberpay con la implantación de un nuevo subsistema de Solicitudes de pago SEPA conforme al nuevo esquema SRTP.

En Portugal, pese a que el servicio doméstico para procesar transferencias inmediatas puesto en marcha por SIBS lleva funcionando desde comienzos del año 2018, cuenta con la adhesión de la práctica totalidad de los bancos y ofrece conexión con TIPS desde 2020 (no así a RT1), el volumen de operaciones procesadas es aún reducido. Una de las razones que puede explicar esta situación es que la solución portuguesa para pagos móviles P2P (MB Way) no utiliza las transferencias SEPA inmediatas como instrumento de pago subyacente, sino el esquema Multibanco.

En Italia, Nexi ha puesto en marcha su servicio de transferencias inmediatas que facilita también la conexión de sus entidades con TIPS. Tras su fusión con SIA, se espera que también ofrezca acceso al servicio RT1. Pese a ello, el volumen de transferencias inmediatas es aún reducido por las comisiones aplicadas y la falta de adopción de la solución SIA de pagos móviles (Jiffy).

Rita Camporeale comparte el interés de los bancos y las compañías por este nuevo esquema SRTP, sobre todo por la parte de mensajería, si bien el proceso de adhesión no ha comenzado aún en el país. “Es pronto, esperamos iniciar en 2022 y desde la ABI estamos explorando vías para acelerar el proceso, dado que existe un número interesante de casos de uso en los segmentos B2B y B2C que podrían trasladarse a RtP: pagos recurrentes más allá de las Utilities o servicios de Streaming”. Explica que en Italia la cuota de domiciliación bancaria ha aumentado, pero todavía hay clientes que quieren mantener el control del pago. “Esa es la cuestión clave, y para el segmento B2B, Italia ya contaba con un instrumento específico a nivel doméstico similar a RtP (C-Bill)”.

---

## Existe un número interesante de casos de uso en los segmentos B2B y B2C que podrían trasladarse a RtP: pagos recurrentes más allá de las Utilities o servicios de Streaming

**Rita Camporeale**, ABI

En Italia el acceso directo de EP y EDE a la ACH y a Target no es una realidad aún y se encuentra en discusión a nivel europeo, tal como confirma Rita Camporeale de ABI. En España se publica a finales de 2020 el cuarto Reglamento del sistema nacional de pagos (SNCE) que otorga mayor acceso a las Entidades de Pago (EP) y a las EDE, de forma análoga a la admitida por otros sistemas de pagos europeos sin atribuirles por ello la condición de entidades miembros hasta que se modifique en ese sentido Directiva de Firmeza. El acceso permite que los participantes directos puedan designar a las EP y a las EDE europeas como Entidades Accesibles en el sistema para facilitarles la identificación de las operaciones de pago de sus clientes, y permitirles presentar y recibir directamente operaciones en nombre y representación del participante directo que las haya designado. Jacobo Miralles de Bnext reconoce que “en el corto plazo, la aspiración más grande es el acceso a la ACH”, al tiempo que muestra sus dudas sobre si las EDE necesitarán una entidad puente para acceder y poder emitir IBANES.

---

## En el corto plazo, la aspiración más grande es el acceso a la ACH

**Jacobo Miralles**, Bnext

Juan Luis Encinas de Iberpay explica que “algunos sistemas de pago europeos, como es el caso de Iberpay, ya han abierto un acceso que permite a las Entidades de Pago o Entidades de Dinero Electrónico presentar operaciones directamente al sistema, aunque sigan necesitando una Entidad de Crédito para la liquidación de las operaciones, porque esta se realiza en una cuenta en el Banco Central Europeo”. No obstante, considera que se prevé que la Directiva de Firmeza se revise próximamente y en unos años se pueda facilitar que cualquier EP o EDE pueda ser miembro de un sistema de pago para presentar, recibir y liquidar sus operaciones por cuenta propia.

Añade Juan Luis Encinas que entre los retos actuales en los Sistemas de Pago destacan: “la adopción completa de los pagos inmediatos cuenta a cuenta, incluido el SEPA Request to Pay, los pagos instantáneos internacionales con cambio de divisa, el pleno acceso de Entidades de Pago y Entidades de Dinero Electrónico, así como la preparación del sector para el euro digital y la posible emisión de un dinero digital bancario tokenizado, una especie de Stablecoin bancaria”.

# Llega la hora de rendir cuentas

## SCA

La Comisión Europea ha solicitado a los países una evaluación sobre la implantación por parte de los comercios y resto de operadores involucrados en operaciones de pagos de los sistemas informáticos que permiten la autenticación reforzada (SCA) exigida por normativa europea para todas las transacciones a partir de marzo de 2021. Formuló esta demanda a los ministros del Consejo de Asuntos Económicos y Financieros (Ecofin) en noviembre 2020. Su entrada en vigor estaba prevista en PSD2 para el 14 de septiembre de 2019, pero la Autoridad Bancaria Europea (EBA) permitió a los países disponer de más tiempo por el desafío para la adopción de SCA hasta por el último operador o tienda que necesite que sus clientes paguen por medios digitales sus compras en Internet.

En España, como en la mayoría de los países, se adoptó el calendario extendido y la doble validación entró en vigor en enero de 2021 para operaciones de importe superior a 250 euros y a todas en marzo. “La adaptación de los bancos a la autenticación segura de PSD2 ha concentrado muchos recursos y tiempo de la industria financiera y los comercios, que han estado muy enfocados en eso y menos en comunicar al cliente”, presume Paloma Real de Mastercard. “Es un reto para el sector bancario comunicarse con el cliente en un mundo más digital pero donde no todos los clientes tienen la suficiente cultura digital”.

La adopción no ha estado exenta de retrasos que han ocasionado problemas para el cierre de algunas operaciones, puesto que los emisores no pueden validar aquellas que carecen de un doble factor. “En la parte de comercios se han registrado problemas, no tanto en los pequeños que dependen de las entidades financieras, sino en las grandes superficies que les ha costado más”, constata Jorge Martínez de Abanca. Reconoce que las entidades financieras han sido clave porque tienen establecidas zonas de influencia con pequeños comercios y, aunque no ha sido un tránsito fácil, no se han producido conflictos. Vaticina como tendencia de mercado que las UX de pagos invisibles y fáciles serán las más aceptadas. Maria Antónia Saldanha de Mastercard Portugal describe la nueva solución biométrica New Detect embebida en el dispositivo con cuatro capas de seguridad que permiten simplificar los procesos y descontextualizar los procesos de relación con el cliente sin afectar la regulación. “New Detect reconoce si eres tú quien está utilizando el dispositivo y cumple con el factor de inherencia que dicta PSD2, el más difícil de resolver

para los emisores. También cumple con el de posesión”. Añade, que “incrustar la tecnología en el dispositivo ofrece comodidad y seguridad al titular en sus rutinas y permite a los emisores cumplir con los requerimientos SCA”. Anna Puigoriol matiza que también se han producido retrasos en las billeteras marca blanca de Visa y Mastercard para los emisores, con la que las transacciones son tokenizadas. Ya han lanzado en EE.UU. y se espera que en España lo hagan a principios de 2022. “Para el titular la que tiene es la UX, ya que no necesita introducir los datos de la tarjeta (CVV, CVV2), junto con la seguridad, ya que están tokenizados, no se almacenan los datos de las tarjetas”.

Como usuaria, Pilar Clavería de la AEB reconoce que determinadas operaciones requieren paciencia y empeño. “El problema ha sido más de aunar el ritmo de cambio de todos”. Alude a los datos de la AEB, que muestran que los niveles de rechazo de operaciones se encuentran al mismo nivel que en la fase previa, pre-SCA. “Esto significaría que ya está normalizado, es un tema ya cerrado. Siempre ha habido tasas de abandono, y durante los primeros meses ha habido un efecto que podría parecer elevado, pero son generalmente operaciones que se reintentan”.

---

## El problema ha sido más de aunar el ritmo de cambio de todos

**Pilar Clavería, AEB**

“Italia se benefició de la flexibilidad regulatoria que permitió el BCE”, afirma Rita Camporeale de ABI. “El proceso fue más sensible de lo esperado debido a la pandemia. El Comité de Pagos Italiano dio seguimiento entre diciembre de 2020 y abril de 2021 a la migración a SCA en materia de cumplimiento y de facilidad de uso para los ciudadanos y priorizó la comunicación con el público para explicar SCA”.



## Acceso al dinero en efectivo: Cash-back

La Estrategia de Pagos Minoristas del Eurosistema reconoce que la actual reducción de las redes de sucursales bancarias y ATM, así como la disminución de la aceptación de efectivo por parte de algunos comercios y administraciones públicas en ciertos países, ha provocado preocupación sobre la capacidad de las personas más vulnerables para realizar pagos. También reconoce que mientras que la inclusión financiera se asocia conceptualmente con población no bancarizada o sub bancarizada, la usabilidad es un elemento clave para garantizar la inclusión efectiva, considerando la desigualdad en las habilidades digitales de la población, que incluye a las personas de mayor edad. En este contexto, el Eurosistema prevé investigar la promoción de la usabilidad de los pagos digitales y como primer paso diseñará un mapa de los retos a los que se enfrentan las personas en la digitalización de sus pagos.

El Banco de España publicó en julio de 2021 el informe “Infraestructura del efectivo y vulnerabilidad en el acceso al efectivo en España” en el que presenta un índice de vulnerabilidad en el acceso al efectivo para detectar aquellos municipios con un mayor riesgo de quedar financieramente excluidos en términos de acceso al efectivo. Desvela que dicha vulnerabilidad es baja en gran parte del territorio, pero que 1,3 millones de ciudadanos se encuentran en una situación que puede considerarse vulnerable.

“Mastercard tiene identificada esta preocupación y cuenta con soluciones habilitadas de las que los emisores podrían hacer uso”, afirma Paloma Real de Mastercard. “En España los bancos han invertido mucho en desplegar la red de ATM cuya extensión y capilaridad ha sido y sigue siendo muy relevante a pesar del retroceso de los últimos años, por lo que no ha habido hasta el momento una necesidad real de explorar alternativas a la obtención de dinero en efectivo fuera de las ATM de las entidades. Hoy es creciente el número de personas que se ha quedado sin acceso a dinero en efectivo, algo impensable hace poco”, constata Paloma Real.

El esfuerzo inversor en tecnología por parte de los bancos, junto con el hecho de que los nuevos actores y soluciones como las fintech y el Open Banking no inviertan en infraestructura física como los ATM, facilitará que las soluciones de cash-back tengan más cabida. “Habrá que analizar el modelo de negocio y la demanda efectiva porque no están testadas desde el punto de vista comercial, así como el impacto en los pequeños negocios”. Pero Paloma Real prevé, en relación al cash-back, que “veremos diferentes modelos para diferentes segmentos de población”.

## Veremos diferentes modelos para diferentes segmentos de población

### Paloma Real

Correos se ha convertido en un pilar importante para garantizar que los servicios financieros lleguen a los segmentos menos atendidos, a las zonas rurales y algunas entidades están impulsando el uso de la red de oficinas de Correos como medio alternativo para disponer de efectivo, práctica que está llamada a generalizarse, e incluso a extenderse a otros puntos de venta que operan bajo licencia de la autoridad correspondiente, como es el caso de estancos y farmacias. En cualquier caso, cualquiera sea la estrategia, Paloma Real considera que deberíamos concentrarnos más en el Long-tail.

Anna Puigoriol de Banc Sabadell apunta a buscar soluciones nuevas, eficientes y de colaboración público-privada para garantizar el acceso a un servicio público que hasta ahora lo ha ofrecido el sector privado. “Aprovechar lo que ya tenemos apunta a idear soluciones en la línea del Cash-back, alianzas con Correos, ayuntamientos”. Al respecto del Cash-back, PSD2 requiere que las empresas que deseen ofrecer reembolsos sin compras sean autorizadas o registradas por el regulador. Entre tanto, CaixaBank acuerda con un gobierno regional la instalación y mantenimiento durante cuatro años de 135 ATM en zonas rurales desatendidas, por ocho millones de euros.

“En Portugal el acceso a dinero en efectivo es gratuito por ley, lo que hacía difícil competir a cualquier solución digital, algo que ha cambiado con la pandemia”, declara Maria Antonia Saldanha de Mastercard

# Europa se prepara para los retos del siglo XXI

Las oportunidades que ofrece el espacio único de pagos en euros, oportunidades Cross-border aún en preparación por las entidades con presencia en varios países, son grandes. "Podemos generar sinergias, industrializar productos y ofrecer las mejores propuestas de valor de cada país, en cada país", anticipa Jorge Martínez de Abanca.

## Estrategia europea de pagos y revisión de PSD2

La Estrategia de Pagos Minoristas del Eurosistema<sup>3</sup> publicada en abril de 2021 se sustenta en cuatro pilares: digital, europea, inmediatez e inclusiva (para todos, en todas partes). Reconoce que la postura Wait and see adoptada en el pasado ha supuesto que Europa dependa excesivamente de unos pocos proveedores extranjeros para los pagos con tarjeta y en línea, lo que ha dado lugar a un alto grado de concentración del mercado.

En este contexto, las prioridades clave de la estrategia son cinco. En primer lugar, el desarrollo de una solución de pago europea para el punto de interacción (punto de venta físico, móvil y comercio electrónico). En segundo lugar, el despliegue completo de pagos inmediatos, para lo cual señala la lentitud de adopción del sector privado y los tímidos progresos registrados en la conexión con TIPS; la necesidad de abaratamiento, facilidad de uso y disponibilidad en todos los canales para su adopción masiva por el público, habida cuenta que el coste de uso de TIPS es de 0,20 céntimos de euro por transacción, así como de ofrecer funcionalidades ampliadas como RtP. En tercer lugar, avanzar en que los pagos transfronterizos sean más fáciles, baratos y rápidos, para lo cual el Eurosistema explora con Sveriges Riksbank cómo podría TIPS dar soporte a pagos transfronterizos instantáneos. En cuarto lugar, aprovechar la oportunidad que brindan las firmas e identidades digitales pan-europeas para los pagos minoristas y, por último, como ya se señaló, avanzar en la sostenibilidad medioambiental y social de los pagos, así como en los trabajos preparatorios del posiblemente futuro euro digital.

La Comisión Europea ha iniciado una consulta sobre pagos minoristas y una eventual revisión de PSD2, cuyo resultado se conocerá a finales de 2021 y la propuesta de revisión en 2022. "Cabe esperar el impulso de los pagos inmediatos, y sería una pena que por tener que regular para otros países que van más atrasados en su despliegue, supusiera un cambio de rumbo para los bancos españoles, a los que la Comisión presta mucha atención por los avances alcanzados en España", admite Pilar Clavería de la AEB. En opinión de Anna Puigoriol "PSD2 nació un poco vieja y sobre todo compleja. Vieja con la seguridad y compleja con el acceso a terceros". Jorge Martínez de Abanca considera que la sofisticación del fraude ha adelantado a PSD2. "De las cosas que se van a revisar con PSD2 destacaría la homogeneización de la regulación con todos los actores, la UX sin fricción que en algunos casos se ha visto empeorada y el fraude y ciberseguridad, tema este último capital en el mundo financiero en general y en el de los pagos en particular".

Pilar Clavería de la AEB explica que otras normas con revisión prevista, como el Reglamento de Tasas de Intercambio, no son prioritarias ahora mismo para la Comisión, especialmente tras conocer los resultados de la evaluación publicada en 2020. "Sí está en revisión la directiva de blanqueo de capitales, un reto regulatorio a nivel europeo por la dificultad de normalizar los pagos inmediatos precisamente por el tema de controles en tiempo real", explica Pilar Clavería. "Los niveles de seguridad y ciberseguridad que se requieren en el sector son cada vez más retadores", concluye.

La Comisión publicó un nuevo paquete de reglas AML/CFT que han de ser revisadas tras identificar lagunas y divergencias en la aplicación y supervisión efectivas de las normas en toda la UE. El paquete incluye una propuesta para la creación de una nueva autoridad de la UE para luchar contra el blanqueo que comience a operar en 2023 y que el Reglamento sea de aplicación en 2024.

<sup>3</sup> <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.eurosystemretailpaymentsstrategy~5a74eb9ac1.en.pdf>

## European Payments Initiative (EPI)

La European Payments Initiative (EPI), anunciada en junio de 2020, apunta a ser una alternativa de pagos a Visa y Mastercard con el respaldo de 31 importantes bancos de siete países de la zona euro incluidos algunos de los más grandes de Alemania y Francia, dieciséis de los españoles y adquirentes como Worldline y Nets y aspira a ser un sistema de pagos paneuropeo unificado ofreciendo una tarjeta para consumidores y comercios en toda Europa, una billetera digital y pagos móviles P2P. Se encuentra en la fase de selección de proveedores de la infraestructura y se espera que entre en fase operativa a partir de 2022. “Es representativo que la mitad de las participantes EPI sean entidades españolas”, señala Pilar Clavería de AEB, quien matiza que el proyecto, ambicioso en escala y tiempo, todavía está en una fase de análisis y estudio. Algunos países no han mostrado interés en la fase actual de la iniciativa, generalmente por contar con soluciones domésticas muy consolidadas a las que EPI no se adapta. Son el caso de Italia (con Bancomat), Portugal (Multibanco) y algunos de los nórdicos que ya han construido redes de pagos instantáneos y a priori tendrían pocos incentivos a cambiar a un sistema paneuropeo.

### Es representativo que la mitad de las participantes EPI sean entidades españolas

**Pilar Clavería**, AEB

La compañía italiana de servicios de pago Nexi (que poco antes compró SIA) se fusiona con su competidora danesa Nets en noviembre de 2020, con el propósito de crear un nuevo gigante europeo en el segmento de servicios de pago, presente ya en 25 países. Nets había sido adquirida por Mastercard ese mismo año, proceso que culminó en marzo de 2021. Estos movimientos han llevado a la creación de tres grandes grupos de procesadores europeos en torno a Worldline (Francia), Nexi (Italia) y Nets (países escandinavos), todos ellos con la clara ambición de convertirse en campeones europeos y proveedores de la iniciativa EPI. Rita

Camporeale de ABI considera que “las fusiones protagonizadas por empresas italianas, que conducen a contar con campeones tecnológicos globales en la industria de los pagos es bueno no solo para Italia, sino también para Europa”.

### Las fusiones protagonizadas por empresas italianas, que conducen a contar con campeones tecnológicos globales en la industria de los pagos es bueno no solo para Italia, sino también para Europa

**Rita Camporeale**, ABI

## Euro digital

“Todo indica que el euro digital será una realidad porque cuenta con mucho apoyo institucional, aunque habrá que esperar a los trabajos en curso orientados a decidir sobre su implantación”, vaticina Ángel Nigorra de Bizum. El Banco de España declaró que los aspectos esenciales que definen la CBDC son dos: su carácter digital y la posibilidad de que el rango de agentes que tienen acceso al pasivo del Banco Central sea más amplio, constituyéndose así en una tercera forma de dinero de Banco Central, junto con el efectivo (físico, no digital) y las reservas (digital, pero cuyo acceso está limitado a las entidades de crédito)<sup>4</sup>.

### Todo indica que será una realidad porque cuenta con mucho apoyo político

**Ángel Nigorra**, Bizum

La industria bancaria española está preparada para una eventual emisión del euro digital. Iberpay lidera la iniciativa sectorial Smart Money, que ha experimentado y realizado una prueba de concepto de las diferentes opciones de diseño del futuro euro digital. Entre las conclusiones preliminares de la experimentación, destaca las ventajas de un modelo híbrido de distribución, la viabilidad de la convivencia de modelos basados en Token (adecuados para casos de uso de pagos offline de bajo importe) y modelos basados en apuntes en cuenta (adecuados para casos de uso masivo).

Entre los retos identificados, se apunta la necesidad de i) avanzar en la estandarización europea en los sistemas de intercambio para posibilitar los pagos offline utilizando dispositivos móviles y facilitar su desarrollo (a través de códigos QR, por ejemplo), ii) establecer límites a los usos y tenencia, y/o aplicar un tipo de interés o tasa de remuneración para fomentar el uso del euro digital como medio de pago y no como depósito de valor, y iii) sentar las bases técnicas de un nuevo estándar para los pagos internacionales entre distintas áreas monetarias que facilite los pagos con CBDC.

“Salvando las consideraciones que el BCE ha expuesto sobre estabilidad financiera e impacto en el sector financiero, en la medida en que parece que se enfoca más a que sea un instrumento de pago y no tanto un depósito de valor, el público no va a distinguir en el día a día si está pagando con un euro digital bancario o un euro digital del Banco Central”, precisa Pilar Clavería de la AEB.

<sup>4</sup> Ayuso, J y Conesa, C (2020): “Una introducción al debate actual sobre la moneda digital de banco central (CBDC)”, Banco de España. <https://repositorio.bde.es/handle/123456789/10443>

## Regulación criptoactivos (MiCA)

La propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la información que acompaña a las transferencias de fondos y de determinados criptoactivos (MiCA) los clasifica en cuatro subcategorías:

1. Criptoactivos generales, que no califican como tokens de dinero electrónico o tokens de referencia de activos como podrían ser las criptomonedas puras o los tokens de utilidad, destinados a proporcionar acceso digital a un bien o servicio, disponibles en DLT y solo aceptados por el emisor de ese token.
2. Tokens referenciados a activos, que pretenden mantener un valor estable al referirse al valor de varias monedas fiduciarias que son de curso legal, uno o varios productos básicos o uno o varios criptoactivos, o una combinación de dichos activos. Son considerados la más arriesgada de las tres subcategorías y estarían sujetos a amplios requisitos.
3. Tokens de dinero electrónico, que pretenden mantener un valor estable al referirse al valor de una moneda fiduciaria de curso legal, por lo que se consideran dinero electrónico y, por tanto, sujetos a requisitos similares a los del dinero electrónico -como el rescate a la par y la inversión de los fondos recibidos por el emisor en activos seguros y de bajo riesgo- además de otras reglas específicas contempladas por MiCA.
4. Tokens significativos, que son el dinero electrónico y los tokens referenciados a activos con una escala considerable y/o alcance internacional, atributos que plantean desafíos en términos de estabilidad financiera, transmisión de la política monetaria y soberanía monetaria por lo que se prevé que estén sujetos a requisitos más estrictos (como mayores requisitos de capital, requisitos de interoperabilidad y el establecimiento de una política de gestión de liquidez).

Los requisitos de este Reglamento se aplican a los proveedores de servicios de criptoactivos (o CASP, por sus siglas en inglés) siempre que sus transacciones, ya sea en moneda fiduciaria o en criptoactivos, impliquen una transferencia bancaria tradicional, o una transferencia de criptoactivos entre un CASP y otra entidad obligada (por ejemplo, entre dos CASP o entre un CASP y otra entidad obligada, como un banco u otra institución financiera). Y las transacciones que implican transferencias de criptoactivos se tratarán con los mismos requisitos que las transferencias electrónicas transfronterizas, de conformidad con la nota interpretativa del GAFI a la Recomendación 16.

# Reino Unido post Brexit

El arreglo institucional de regulación y supervisión de la industria de los pagos en Reino Unido es complejo pero muy transparente.

La Financial Conduct Authority (FCA), organismo público independiente financiado íntegramente por las empresas que regula, asume desde 2013 la vigilancia de la conducta y la regulación prudencial que antes asumía la Financial Services Authority y responde ante el HM Treasury (responsable del sistema financiero del país) y el Parlamento. Su objetivo es garantizar que los mercados funcionen bien para las personas, para las empresas y para la economía en su conjunto y lo persigue regulando la conducta de unas 51.000 empresas, como supervisor prudencial de 49.000 empresas y como emisor de normas específicas para unas 18.000 empresas. Por su parte, la Prudential Regulation Authority (PRA) es el regulador prudencial de unos 1.500 bancos, Building Societies, cooperativas de crédito, aseguradoras y grandes empresas de inversión.

El regulador del Sistema de Pagos (Payment System Regulator o PSR), creado en 2014 bajo la Ley de Servicios Financieros como subsidiaria de la FCA tiene como visión institucional contribuir a que los sistemas de pago sean accesibles, confiables y seguros y que ofrezcan una buena relación calidad-precio. Regula ocho sistemas de pago, por designación del HM Treasury: BACS (débito directo utilizado por las empresas y las administraciones públicas para realizar pagos masivos en una fecha establecida), CHAPS (RGTS interbancario operado por el Banco de Inglaterra desde 2017), Checks and Credit (operado por PayUK), Mastercard, Visa (operada por Visa Europa y Visa UK), Link (Red de ATM a la que provee servicios de conmutación y liquidación Vocalink de Mastercard), Faster Payments (FPS, operado por PayUK) y Northern Ireland Checks Clearing (NICC). En su informe anual de 2020, PSR expone los logros y retos de futuro más relevantes bajo su ámbito de competencia.

	Financial Conduct Authority (FCA)	Payments System Regulator (PSR)	Bank of England y Prudential Regulation Authority (PRA)
Objetivos	Protección al consumidor, protección de los mercados financieros y promoción de la competencia.	Promoción del interés de los particulares y empresas en el uso de sistemas de pago y promoción de la competencia y la innovación.	Asegurar la estabilidad financiera y promover la resiliencia de los sistemas de pago.
Actividad relacionada con los pagos	Regulación de conducta, incluida la autorización y supervisión de los proveedores de servicios de pago, una aplicación relacionada. Regulador prudencial de pagos y empresas de dinero electrónico. Las empresas reguladas incluyen instituciones de pago como remitentes de dinero y emisores de tarjetas de crédito no bancarias, e instituciones de dinero electrónico.	Regular los sistemas de pago designados y a los participantes de dichos sistemas, para asegurarse de que funcionen bien para todos.	Supervisar los sistemas de pago, los proveedores de servicios y sus usuarios; entregar funciones de liquidación y fiduciario, operar los sistemas RGTS y CHAPS, regular la resolución de firmas, notas emitidas, regular la seguridad y solidez de las empresas; con el objetivo de garantizar que los servicios críticos continúen en caso de falla financiera. La PRA también tiene un objetivo de competencia.

“El regulador británico es el más avanzado del mundo y el que más defiende a los consumidores”, declara Manuel Peleteiro de Inbest. “La crisis del 2008 dejó una huella muy importante y profunda y ahora su prioridad es la defensa del consumidor, como la demostrada en la nueva regulación sobre clientes vulnerables a los que es mandatorio darles un trato preferencial para que tengan las mismas oportunidades que los clientes no vulnerables, obligando a las entidades financieras a tener procesos y servicios adaptados”, explica.

## El regulador británico es el más avanzado del mundo y el que más defiende a los consumidores

**Manuel Peleteiro**, Inbest

La Encuesta de Vidas Financieras de 2020 desveló que cinco millones de personas adultas usan efectivo para la mayoría de sus compras. Junto con la FCA y la Universidad de Bristol elaboró un diagnóstico sobre el acceso al dinero en efectivo<sup>5</sup>, que confirmó que el 95% de las personas tienen acceso (sucursales bancarias, ATM y oficinas de Correos) en un radio de 650 metros en zonas urbanas y de 3,5 kilómetros en áreas rurales. En este contexto, emite junto con FCA un comunicado<sup>6</sup> declarando la unión de fuerzas en el propósito de garantizar el acceso al dinero en efectivo en el país y trabaja con la industria y los consumidores en la denominada Reforma del efectivo para garantizar que nadie se quede atrás a medida que los pagos digitales se vuelven cada vez más comunes. Extiende el requerimiento a LINK de mantener presencia geográfica de ATM de uso gratuito y flexibiliza la regulación para extender el servicio de cash back sin compra, habida cuenta que el Cash back puro (con compra) fue en 2019 la segunda forma más popular de retirar dinero.

El desarrollo de la Nueva Arquitectura de Pagos / New Payments Architecture (NPA), la propuesta de la industria de pagos de reorganizar la compensación y liquidación de pagos interbancarios en el país, recayó en Pay.UK en 2018 y su desempeño es supervisado por PSR. En relación al mandato a los seis mayores grupos bancarios que concentran el 87% de las cuentas bancarias a particulares y el 85% de las cuentas de empresas de ofrecer el servicio de Confirmación del Beneficiario (Confirmation of Payee) para mitigar el fraude en los Authorised Push Payments (APP), PSR confirma su cumplimiento, así como la mejora experimentada en la UX y la confianza en el uso de las transferencias bancarias y reconoce la necesidad de extender el uso del servicio a otros PSP.

Sobre el mercado de tarjetas, PSR prepara sus conclusiones provisionales enmarcadas en una investigación resultado de una consulta pública en la que emergió la preocupación de que los servicios de adquisición de tarjetas pueden no estar ofreciendo una buena relación calidad-precio a los comerciantes por no trasladar los ahorros de IFR a los comerciantes más pequeños. También se alcanzó un acuerdo con tres de las partes en la investigación sobre el comportamiento anticompetitivo en el mercado de tarjetas de prepago utilizadas en el periodo 2012-2018 para desembolsos de asistencia social de organismos públicos a colectivos vulnerables, con sanciones que ascienden a 32 millones de libras esterlinas. Por último, PSR participa de las investigaciones sobre criptomonedas y los problemas que podrían surgir de convertirse en sistemas de pago convencionales.

Jim Tomaney de Renovite confirma que, desde la perspectiva de los usuarios, Access to cash es efectivamente un Hot Topic, motivado por la pandemia y la generalización del rechazo a aceptar pagos en efectivo de muchos comercios y servicios. “En la otra cara de la moneda está el espectacular crecimiento del pago contactless, especialmente del pago con móvil con el que no aplica el límite establecido para el pago con tarjeta. La gente está más preparada para pagar con el móvil, algo que antes solo se veía en las grandes ciudades y que ya está extendido a todo el país”, constata. En paralelo, los bancos, que históricamente han desplegado de forma autónoma los servicios de ATM (Link es una red interbancaria) están valorando la oportunidad de terciarizar el servicio para reducir los costes. “Los bancos consideran que la disposición de efectivo de los consumidores va a seguir cayendo, tendencia que se ha acelerado dramáticamente desde el inicio de la pandemia”. Una tendencia mucho más asociada a que la gente se independiza del efectivo, más que a las mayores opciones de Cash-back disponibles.

Desde la perspectiva de Manuel Peleteiro de Inbest, “la polémica deriva del Poverty Premium: las personas que usan cash son los colectivos más desfavorecidos, y muchos establecimientos no permiten efectivo, incluido obviamente los online”.

El impacto potencial de brexit en los pagos, a la espera de conocer el punto de llegada de todo el proceso, los diferencia Jim Tomaney en dos. Por la parte de los consumidores, brexit no ha tenido aún un impacto debido a la pandemia; se experimentará cuando la pandemia se haya superado. “Sin viajes no hay uso de tarjetas de pago fuera de Reino Unido”. “Por el lado de las empresas dependerá del mantenimiento o no de los pagos SEPA, que son mucho más baratos, rápidos y fáciles que Swift. Si ese escenario no es factible con brexit, será mucho más caro para las empresas”.

<sup>5</sup> <http://www.bristol.ac.uk/geography/research/pfrc/themes/finexc/where-to-withdraw/>

<sup>6</sup> <https://www.psr.org.uk/news-updates/latest-news/announcements/access-to-cash-fca-and-psr-joint-statement/>

Cuando el Reino Unido abandonó la UE se creó una versión británica de la IFR de la UE para garantizar que siguiera funcionando después de la desconexión. El alcance de la IFR británica se limita a las transacciones con tarjetas nacionales del Reino Unido y el HM Treasury amplía la prohibición del Surcharge a los pagos B2C realizados por tarjetas emitidas por esquemas de tarjetas de tres partes (como AMEX) u otros medios de pago como Apple Pay o PayPal.

Con brexit, Reino Unido ya no está por tanto sujeto al tope de las tasas de intercambio establecidas por IFR, situación que Mastercard y Visa han aprovechado para revisar al alza sus tarifas de transacciones transfronterizas, que se prevé alcancen el 1,5% para pagos con tarjeta de crédito y el 1,15% para las de débito, incremento bidireccional en el caso de Visa (afectando tanto a los comerciantes del Reino Unido como de la UE) y solo para las compras en línea realizadas desde el EEE a ecommerce del Reino Unido en el caso de Mastercard. Es plausible que tal incremento, de producirse, provoque un aumento del Surcharge o de cancelaciones o rechazos motivados por cargos inesperados, por lo que PSR monitoreará los posibles impactos en empresas y consumidores. No en vano, en noviembre de 2021 Amazon UK anuncia la interrupción de la aceptación de pagos con tarjetas de crédito Visa a partir del 19 de enero de 2022 por este motivo. "Recuerda a la reintroducción de las tasas de roaming que algunos de los operadores de telefonía ya han anunciado", ilustra Jim Tomaney de Renovite.

# 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 anónimo *ad-hoc*<sup>7</sup>.

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

Se han recogido asimismo algunos comentarios textuales que, por ser reiterados, se incorporan en esta sección introductoria.

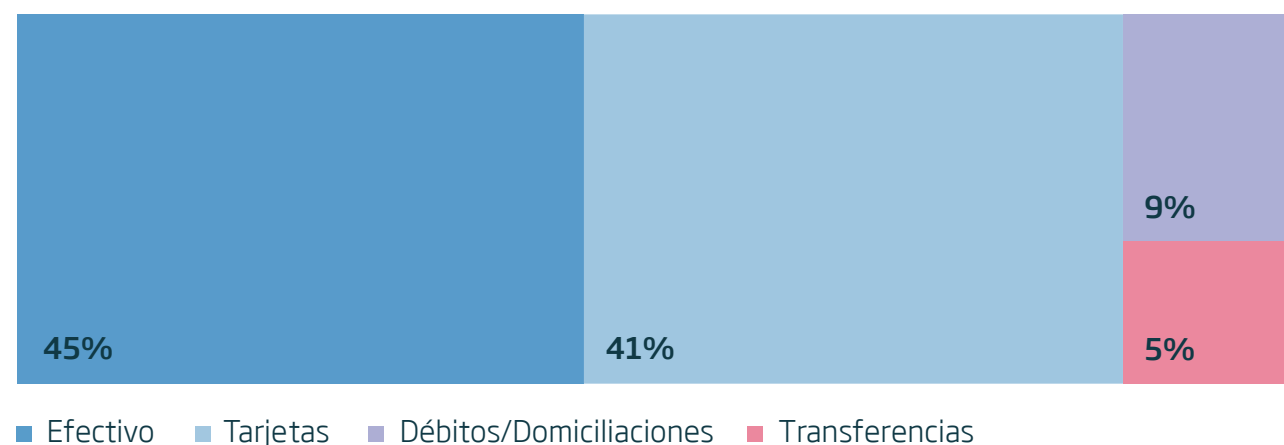
Hay un claro reconocimiento a la gran aceptación de los pagos contactless (NFC, QR code) por parte de los consumidores a raíz de la pandemia, y se anticipa una gran adopción también de nuevas formas de pago con validación biométrica, pagos invisibles y virtualización. También se apunta que el pago por operador (Direct Carrier Billing) es una alternativa que crecerá en los próximos años para pagos pequeños y recurrentes. Es reconocida la importancia estratégica de la experiencia de usuario en el momento de pago, que puede ser determinante del éxito o del fracaso de las soluciones.

También se reconoce que la tecnología debe estar al alcance de los usuarios, cuyos niveles de conocimiento serán claves para la adopción. Es por ello que la educación financiera y la alfabetización tecnológica son considerados retos importantes para bancos y empresas fintech, para cuyo avance se considera necesario que empresa privada y sector público trabajen conjunta y respectivamente en el desarrollo de soluciones y de la infraestructura que garanticen el acceso a Internet y a los servicios financieros de toda la población. Por tal motivo se considera que, si bien la digitalización contribuye a minimizar la exclusión financiera, la falta de infraestructuras o de equipamientos también puede provocarla. Y algo similar puede ocurrir con los agentes y procesos que no se adapten o aprovechen las innovaciones tecnológicas.

Por último, se señalan aspectos relacionados con la sostenibilidad medioambiental, tanto en materia de emisiones de gases de efecto invernadero como en la recuperación y reciclaje de materiales y dispositivos.

<sup>7</sup> Se han recopilado un total de 225 respuestas de los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, República Dominicana, España, Italia, Portugal, y Reino Unido.

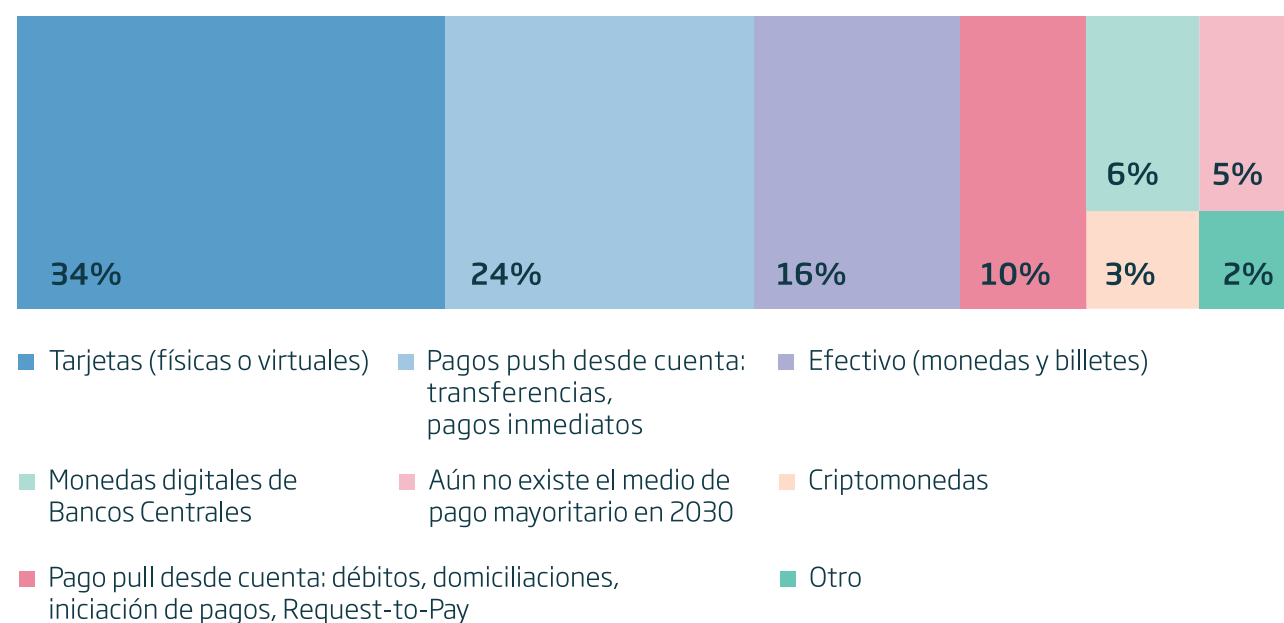




**Figura 1** ¿Cuál considera que es el medio de pago más habitual en su país (el que mayor número de pagos concentra)?

A pesar del impacto de la pandemia en el cambio de hábitos y en particular, hacia la digitalización de los pagos cotidianos, el dinero en efectivo sigue siendo percibido por la industria (por el 45% de las respuestas) como el medio de pago más habitual, el que mayor número de pagos concentra, encabezando el ranquin de cotidianeidad entre los medios de pago de bajo valor.

Le siguen muy de cerca las tarjetas de pago (41%), mientras que los pagos desde cuenta no son percibidos como medios de pago de uso tan frecuente.



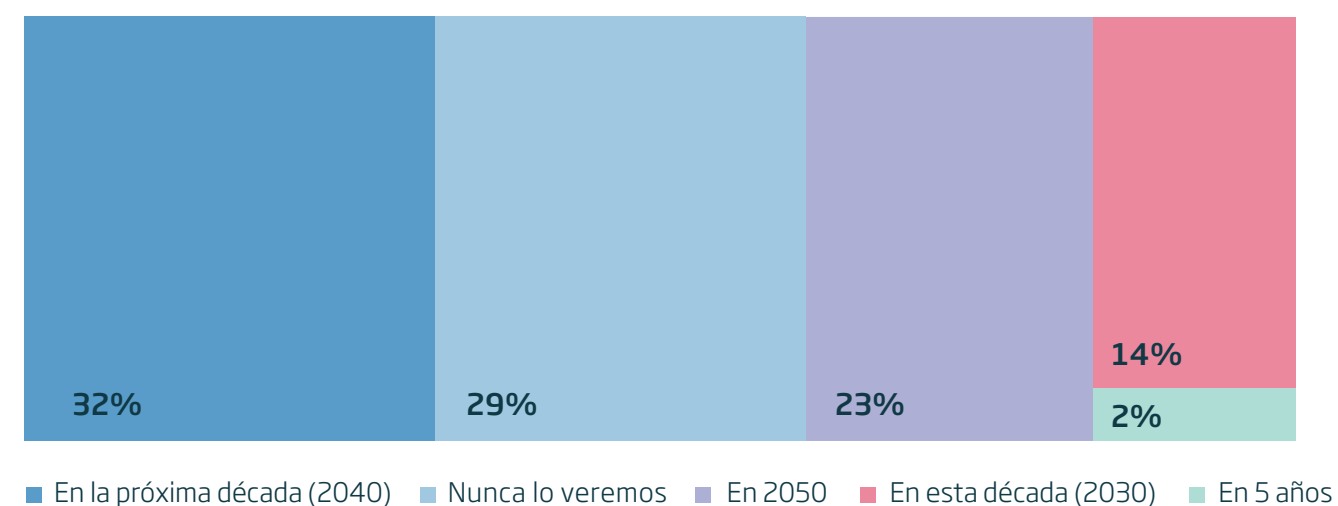
**Figura 2** ¿Cuál considera que será el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario en su país en 2030? (Señale la opción que considere oportuna)

De cara al final de la presente década (2030) se observa un empate técnico entre las tarjetas de pago y los pagos desde cuenta -considerados estos últimos independientemente de su naturaleza push (transferencias) o pull (débitos directos, domiciliaciones)- como el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario, considerados de este modo por uno de cada tres.

En este contexto futurible, los pagos push (24%) más que duplican a los pagos pull (10%) en cuanto a la consideración de convertirse en el medio de pago mayoritario. Hace un año los pagos desde cuenta superaban ligeramente a las tarjetas, por lo que se ha producido un cambio, aunque apenas perceptible, en esta previsión.

Con respecto a la perspectiva del dinero en efectivo que se sitúa en tercera posición del ranquin, uno de cada siete considera que será el medio de pago mayoritario en 2030, cuando un año atrás lo reconocía uno de cada cinco, de modo que la tendencia a la baja es firme.

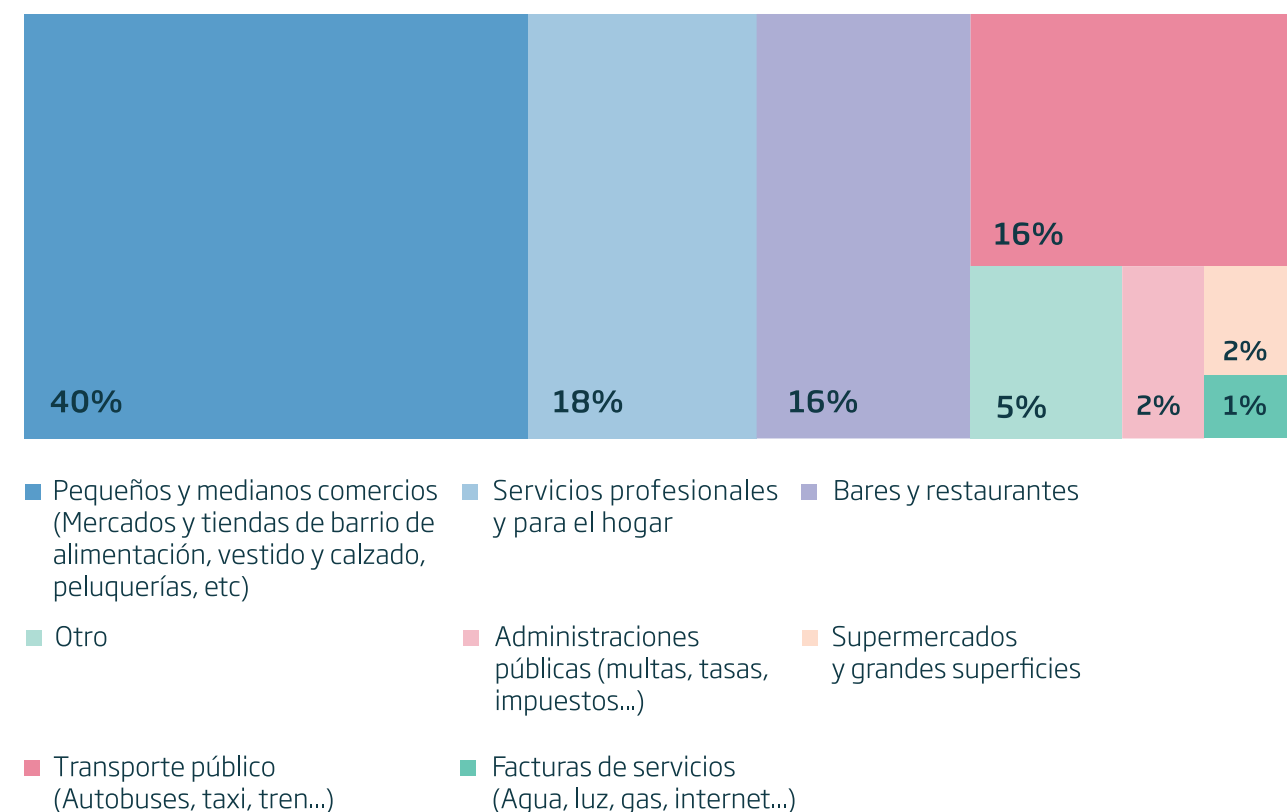
La consideración de que otros medios de pago sean el medio de pago de uso mayoritario en 2030 siguen siendo residuales. Y aunque las monedas digitales de bancos centrales ya superan el 6%, no lo hacen las criptomonedas (3%). Se mantiene un año más la proporción de uno de cada veinte que considera que el medio de pago de uso mayoritario dentro de diez años aún no existe.



**Figura 3** Sobre la eventual desaparición del dinero en efectivo, considera que tendrá lugar (Señale la opción que considere oportuna)

La opinión sobre la eventual desaparición del dinero en efectivo en la próxima década (antes de 2040) cae cinco puntos (48% vs 53% registrado la pasada edición), pero sigue siendo mayoritaria.

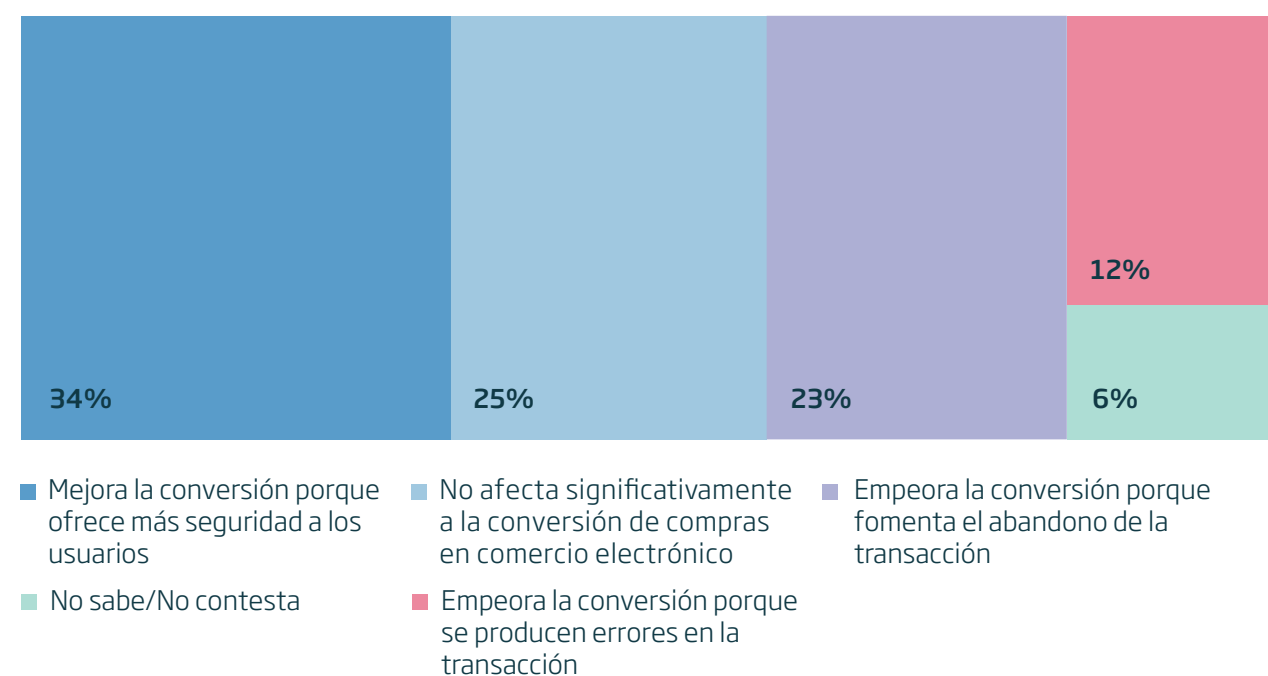
Si se amplía el periodo hasta 2050, ese escenario de posible desaparición escala hasta el 71%, quedando un 29% el que considera totalmente improbable dicho escenario, tres puntos menos de lo registrado la pasada edición.



**Figura 4** ¿En qué tipo de puntos de venta o pago consideras que aún es mayoritario (e incluso exclusivo) el uso del dinero en efectivo?

La aceptación de los medios de pago alternativos al dinero en efectivo es uno de los factores determinantes del elevado uso percibido del cash. Para cuatro de cada diez, los pequeños comercios son el punto de venta que concentra el uso mayoritario del dinero en efectivo. Los siguientes puntos de venta más relevantes en este sentido son los servicios profesionales y para el hogar (reconocidos por el 18%), los bares y restaurantes (16%) y el transporte público (16%).

Estas cuatro tipologías de puntos de venta o pago son, por tanto, susceptibles de recibir la atención de proveedores de servicios de pago y de las administraciones públicas para avanzar en la digitalización de los pagos cotidianos.

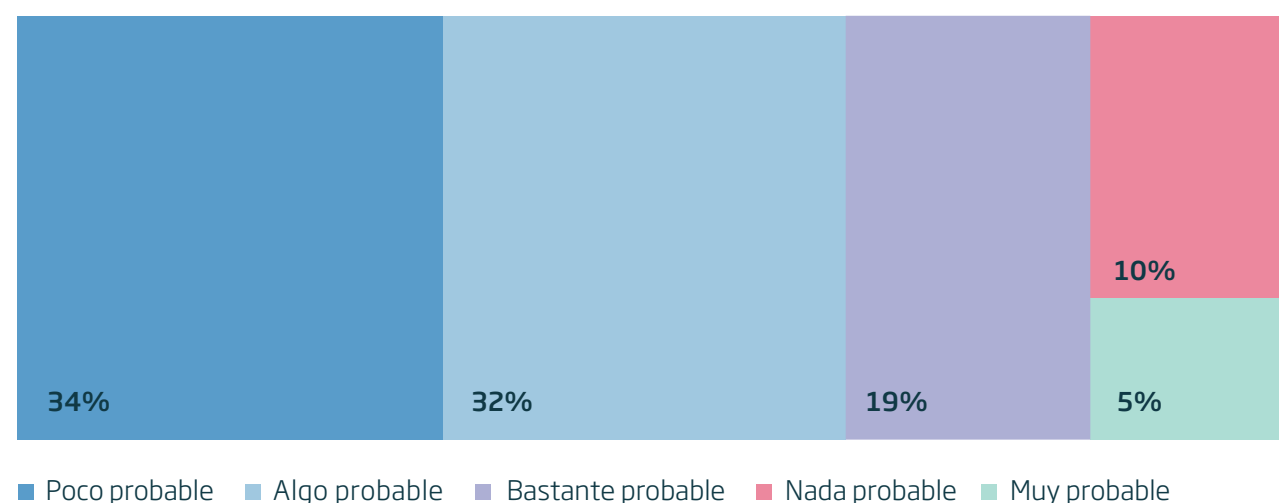


**Figura 5** ¿Consideras que la incorporación del doble factor de autenticación afecta a la conversión de compras en comercio electrónico?

Se observa un empate entre las valoraciones más positivas (mejora de la conversión) y las más negativas (empeora la conversión) acerca del efecto del doble factor de autenticación. Así, mientras que un tercio considera que la incorporación del doble factor empeora la conversión de compras en ecommerce otro tercio considera que la mejora porque ofrece mayor seguridad a los usuarios.

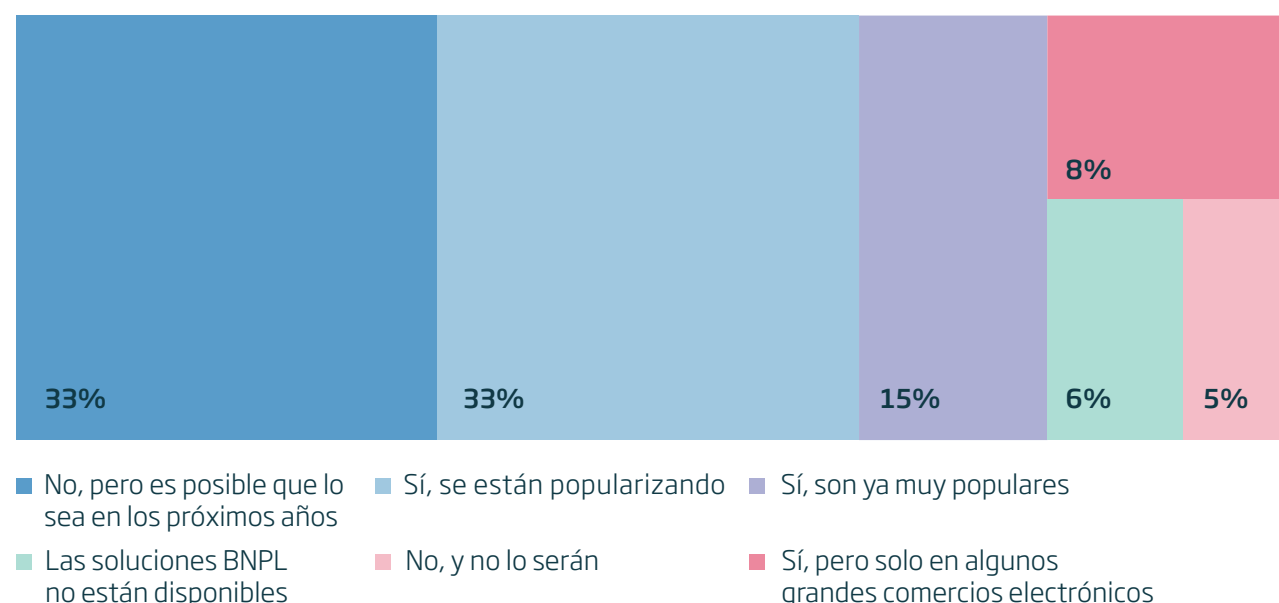
Entre las valoraciones más negativas se otorga mayor importancia –en una ratio 2:1– a los abandonos espontáneos de los compradores que a los errores que se puedan producir en las transacciones, estos últimos en gran medida responsabilidad de emisores y /o adquirentes.

En conjunto, las valoraciones positivas (mejora o no afecta a la conversión) superan en más de veinte puntos a las valoraciones negativas (empeora la conversión).



**Figura 6** ¿Considera que los pagos desde cuenta sustituirán a los pagos con tarjeta en su país/mercado en esta década (2030)? (Señale la opción que considere oportuna)

Sobre la “amenaza de canibalización” del pago con tarjeta por el pago desde cuenta la percepción sube 10 puntos respecto a la pasada edición y se revierte la intensidad de la amenaza: el 56% cree probable (algo, bastante, mucho) dicha canibalización frente al 44% que considera poco o nada probable esa amenaza.

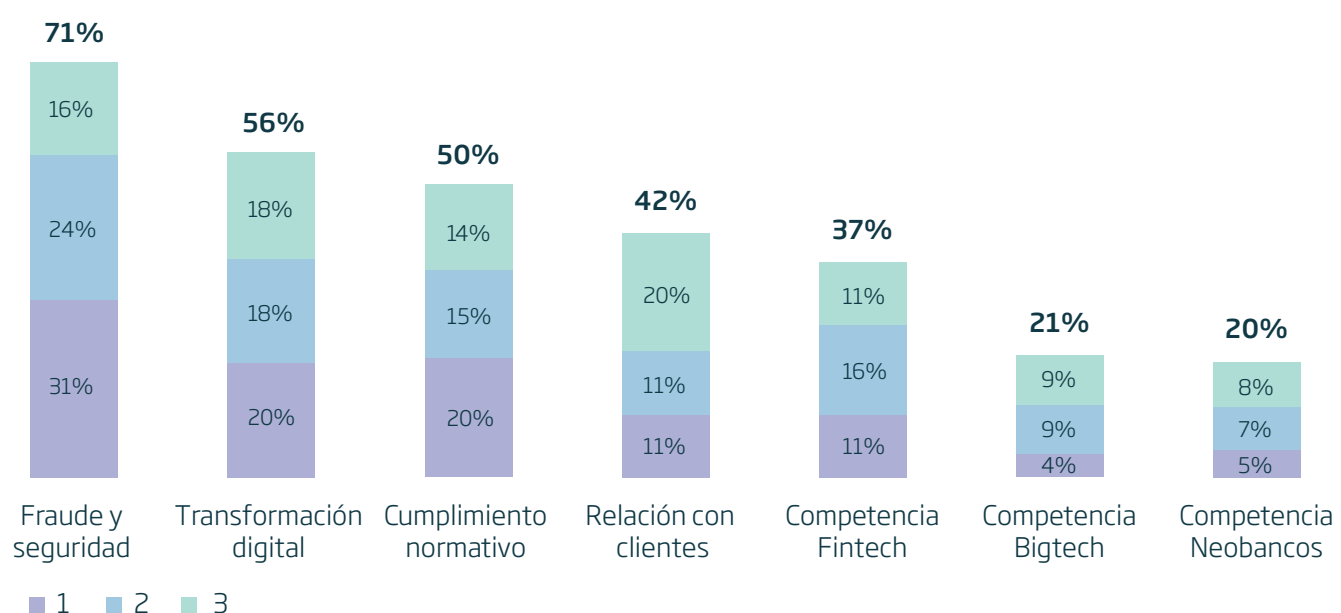


**Figura 7** ¿Considera que las soluciones de financiación al consumo en el punto de venta (POS-financing) de la modalidad BNPL (Buy Now Pay Later) son una alternativa generalizada a la financiación con tarjeta de crédito en su mercado?

Más de la mitad considera que BNPL es una alternativa a la financiación con tarjeta de crédito, ya sea porque su grado de popularidad es generalizado (15%), porque lo es en algunos ecommerce (8%), o se encuentra en vías de serlo pronto (33%).

Un tercio reconoce que no puede ser considerada aún una alternativa pero que posiblemente lo será en los próximos años.

Un 6% reconoce que no está disponible en su mercado y apenas un 5% rechaza esta opción como factible.



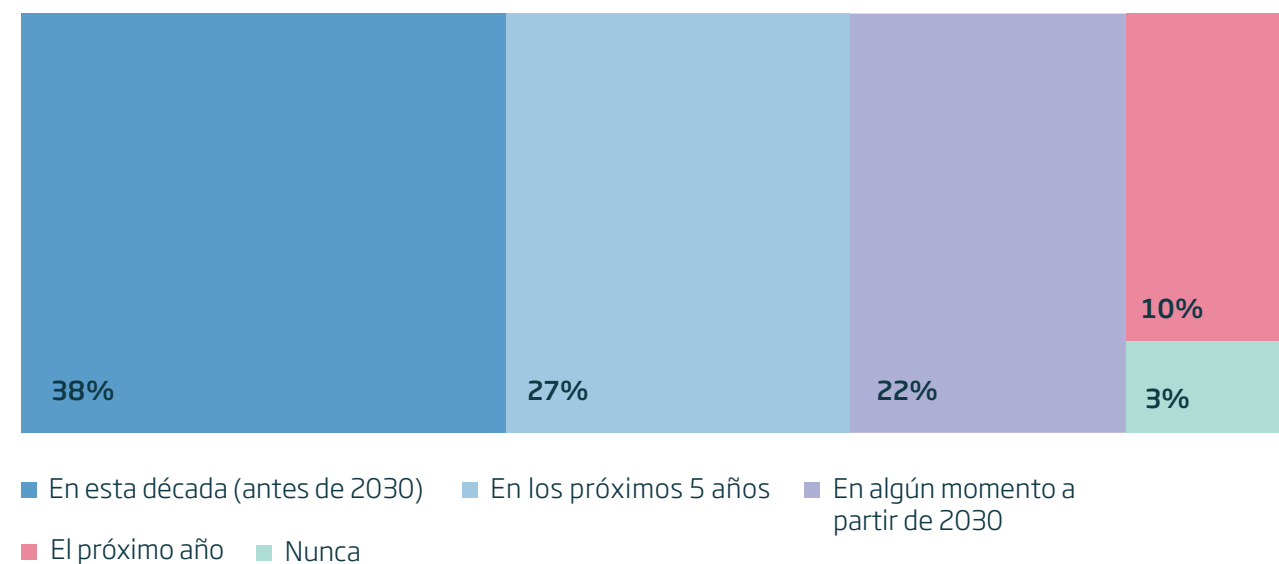
**Figura 8** ¿Cuál considera que es en 2020 el mayor reto para los agentes de la industria de los medios de pago? Seleccione un máximo de 3 opciones

Los tres mayores retos reconocidos por los agentes de la industria de los medios de pago en 2021 se mantienen inamovibles respecto al 2020: fraude y la seguridad (71%) que aumenta tres puntos; transformación digital a una segunda posición (56%) que repite posición y puntuación; y cumplimiento normativo (50%) que registra 14 puntos más que la pasada edición. La relación con los clientes (42%) escala cuatro posiciones y se sitúa en cuarto lugar en 2021.

El reto competitivo con las fintech es valorado por un tercio de los entrevistados (37%), aumentando casi diez puntos respecto a la pasada edición, mientras que la competencia con los nuevos agentes Bigtech solo es considerado un reto para uno de cada cinco (21%) y mantiene una tímida sexta posición. En ese rango (20%) se encuentra el reto que suponen los neobancos, que cae dos posiciones.

Las expectativas de que el Open Banking será un estándar en los próximos cinco años vuelve a caer quince puntos respecto a la edición anterior (ya cayó otros quince puntos respecto a 2019).

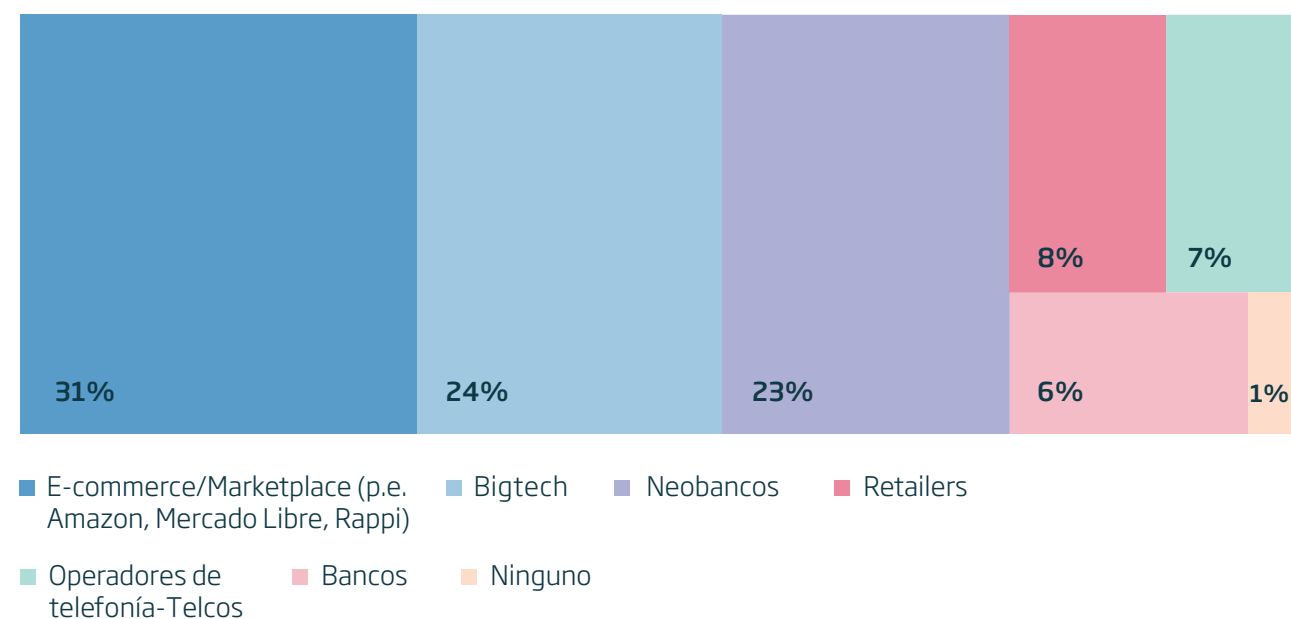
La consideración de que consiga ser un estándar en 2030 casi se duplica, pasando del 21% el pasado año al 38% de la presente edición.



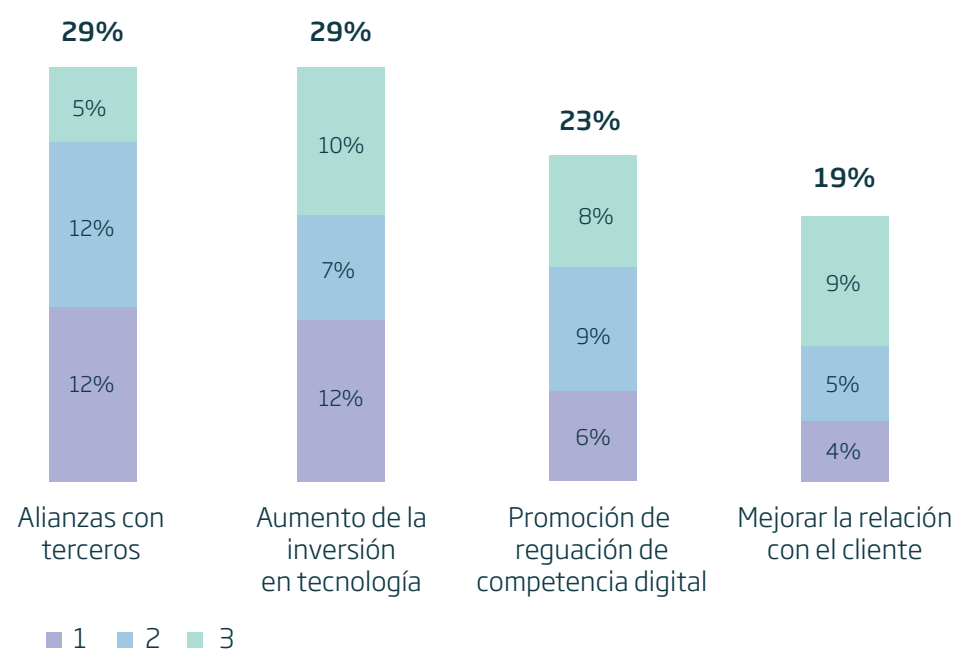
**Figura 9** ¿Considera que el Open Banking será un estándar en su país/mercado...? (Señale la opción que considere oportuna)

Un tercio de las respuestas considera que los marketplaces y plataformas de ecommerce serán los principales competidores de las entidades financieras en 2030, siete puntos por encima de la competencia que se considera pueden ejercer Bigtech y neobancos (24% y 23% respectivamente). Si a estos ecommerce y marketplaces se suman los retailers, la proporción aumenta hasta el 39%.

Los operadores de telefonía, protagonistas en otras áreas geográficas como África o Asia, apenas son considerados una amenaza por el 7% de las personas entrevistadas.



**Figura 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)



**Figura 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)

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, tal como se recogía la pasada edición. Sin embargo, este año comparte primera posición con las alianzas con terceros.

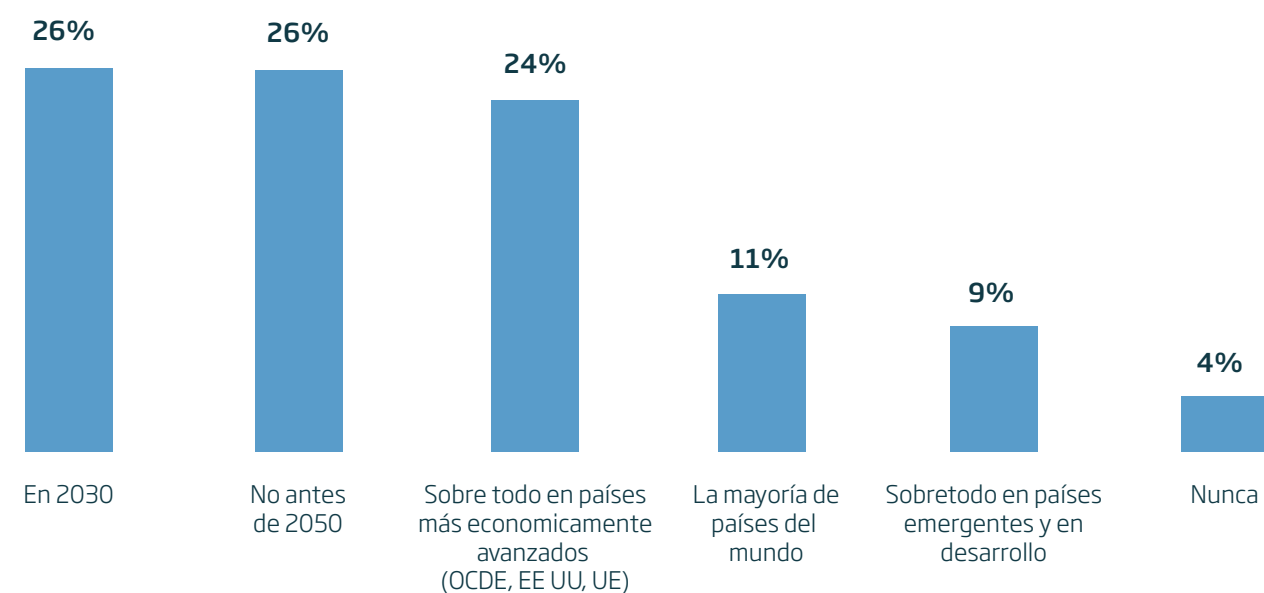
La promoción de una regulación de competencia digital se sitúa en tercera posición por encima de la mejora de la relación con el cliente, que apenas seduce a uno de cada cinco.

El optimismo en relación a la consideración de que las monedas digitales de bancos centrales (CBDC) serán un método de pago cotidiano se refleja en la prevalencia, aunque pequeña, de 2030 como una fecha de llegada más probable que 2050, si bien centrada en aquellos países más económicamente avanzados.

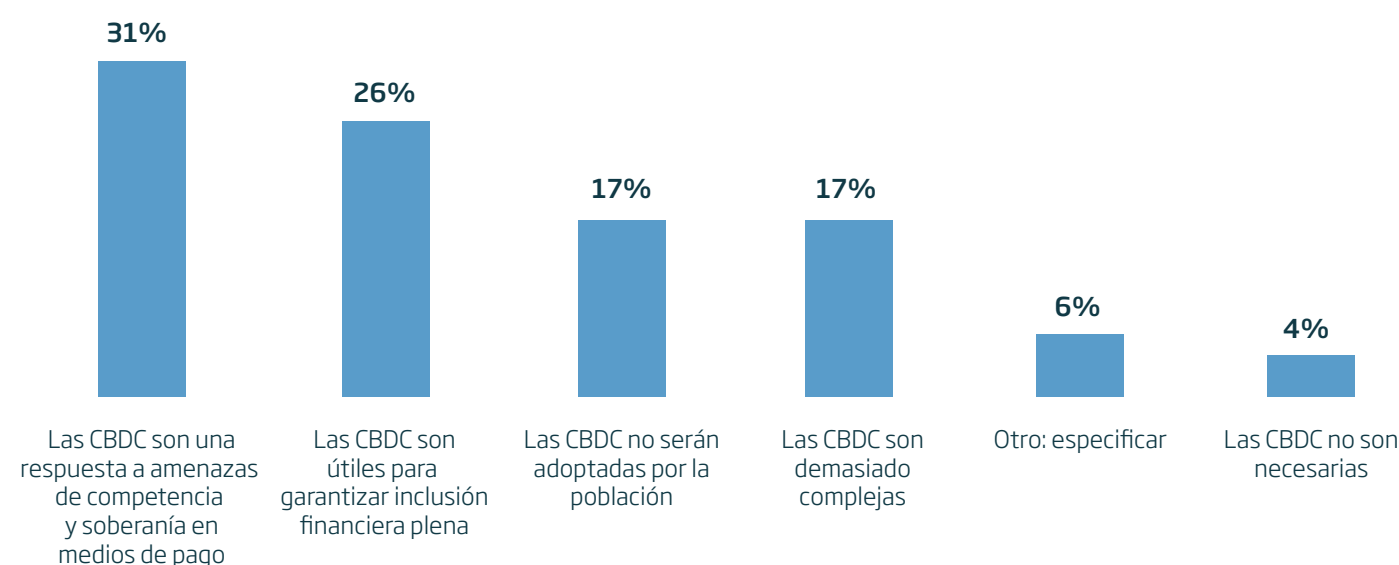
Solo el 4% otorga una probabilidad nula a que las CBDC sean una realidad generalizada, motivado por no ser consideradas necesarias.

El optimismo declarado responde a su condición de respuesta a amenazas de competencia y soberanía en medios de pago (31%) así como por su utilidad en garantizar una inclusión financiera plena (26%).

Entre los menos optimistas pesan en igual medida la complejidad de su diseño y la previsión de que no serán adoptadas por la población. Un 6% considera que una alternativa a ser considerada antes que la implementación de las CBDC en países emergentes son los pagos inmediatos.



**Figura 12** ¿Considera que las monedas digitales de bancos centrales (CBDC por sus siglas en inglés) será un medio de pago cotidiano en...? (Señale hasta un máximo de dos opciones que considere más oportunas)



**Figura 13** ¿Cuál es el motivo de su respuesta anterior? (Señale hasta un máximo de dos opciones que considere más oportunas)

## Referencias y bibliografía

- Banco de España (2021) Infraestructura del efectivo y vulnerabilidad en el acceso al efectivo en España <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/ArticulosAnaliticos/21/T3/Fich/be2103-art23.pdf>
- Banrep (2021) El surgimiento de un esquema de pagos móviles: el caso de Movii: [https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10003/be\\_1157.pdf?sequence=10&isAllowed=y](https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10003/be_1157.pdf?sequence=10&isAllowed=y)
- Banxico (2021) Informe anual sobre infraestructuras de los mercados financieros 2020: <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/informe-anual-sobre-las-infraestructuras-de-los-me/%7BD10D30F6-7791-8CDC-4D38-D7666C8A21DA%7D.pdf>
- Banxico (2021) Measuring the evolution of competition and the impact of the financial reform in the Mexican banking sector, 2008-2019: <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/documentos-de-investigacion-del-banco-de-mexico/%7B84054C36-CC98-4337-0DF8-EDE678F2F4DA%7D.pdf>
- Financial Stability Institute (2021) FSI Insights on policy implementation No 33 Fintech and payments: regulating digital payment services and e-money By Johannes Ehrentraud, Jermy Prenio, Codruta Boar, Mathilde Janfils and Aidan Lawson: <https://www.bis.org/fsi/publ/insights33.pdf>
- Financial Stability Institute Occasional Paper (2021) No 17 Fintech regulation: how to achieve a level playing field by Fernando Restoy: <https://www.bis.org/fsi/fsipapers17.pdf>
- FSB, Enhancing Cross-border Payments, Stage 3 roadmap. Disponible en: <https://www.fsb.org/wpcontent/uploads/P131020-1.pdf>
- FSI Briefs No 12 Big techs in finance: regulatory approaches and policy options Juan Carlos Crisanto, Johannes Ehrentraud and Marcos Fabian: <https://www.bis.org/fsi/fsibriefs12.pdf>
- Committee on Payments and Market Infrastructures and World Bank Group, Payment aspects of financial inclusion: application tools September 2020 <https://www.bis.org/cpmi/publ/d195.pdf>
- El microscopio global de 2020. El papel de la inclusión financiera en la respuesta frente a la COVID-19 [https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/SPANISH\\_EIU\\_Microscope\\_2020\\_proof\\_07.pdf](https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/SPANISH_EIU_Microscope_2020_proof_07.pdf)
- BIS 2020, Retail payments in Latin America and the Caribbean: present and future [https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r\\_qt2012f.pdf](https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2012f.pdf)
- BCE (2021) Ejercicios de experimentación del Eurosistema sobre el euro digital (resumen de los ejercicios): <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.digitaleuroscopekeylearnings202107~564d89045e.en.pdf>
- BCE (2020) REGULATION (EU) 2020/... OF THE EUROPEAN CENTRAL BANK of 1 December 2020 amending Regulation (EU) No 1409/2013 on payments statistics (ECB/2013/43) (ECB/2020/59): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32020R2011&from=EN>
- Superintendencia de Bancos de Ecuador (2020) "INCLUSIÓN FINANCIERA Y DESARROLLO Situación actual, Retos y desafíos de la banca": <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2020/07/LIBRO-INCLUSION-FINANCIERA-Y-DESARROLLO.pdf>
- The Clearing House (2021): On the Road to a U.S. Central Bank Digital Currency – Challenges and Opportunities: [https://www.theclearinghouse.org/-/media/new/tch/documents/payment-systems/tch\\_us\\_cbdc\\_7\\_27\\_21.pdf](https://www.theclearinghouse.org/-/media/new/tch/documents/payment-systems/tch_us_cbdc_7_27_21.pdf)
- Andrés Arauz, Rodney Garratt, Diego F. Ramos F., Dinero Electrónico: The rise and fall of Ecuador's central bank digital currency, Latin American Journal of Central Banking, Volume 2, Issue 2, 2021, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666143821000107>
- R. Auer, R. Boehme, The technology of retail central bank digital currency. BIS Quarterly Review (March) (2020), pp. 85-100
- Unidad de Regulación Financiera (2021): Open Banking y Portabilidad en Colombia

# 3 El sector en cifras





Introducción	89
Las estadísticas de pagos son esenciales para la toma de decisiones	90
Los pagos desde cuenta crecen durante la pandemia	90
La pandemia causa un efecto de acaparación de dinero en efectivo	94
Diversidad de patrones de pagos	96
Las transferencias (push) ganan peso y universalidad	97
Las transferencias inmediatas (fastpayments) ya presentes en la mayoría de países	98
Los débitos directos (pull) siguen siendo testimoniales en la región	99
Preeminencia global de la tarjeta de débito, salvo en Argentina	100
La pandemia aleja al dinero en efectivo del punto de venta	103
Las redes de ATM siguen replegándose en mercados maduros	111
La diferente capilaridad de las redes de POS se mantiene	112
Las redes de corresponsalía no bancaria detienen su expansión	113
Financiar las compras con tarjeta de crédito sigue siendo un hábito más latinoamericano que europeo	114
El uso de la banca online ya es mayoritario en Chile, Costa Rica y Europa (salvo Portugal)	115
El ecommerce marca nuevos records de transaccionalidad	115



El seguimiento de las estadísticas oficiales de pagos realizado en el marco de este informe desde su primera edición, permite hoy contar con una visión retrospectiva de más de una década que ha culminado con un año absolutamente desbordado por la pandemia de la COVID-19

Sin duda, la digitalización de los pagos y de las infraestructuras que los sustentan han permitido mantener la normalidad en este ámbito tan especializado y a la vez popular (porque los pagos y cobros los realizan toda la población).

Pero también es indudable que se han producido cambios que vale la pena constatar en la batería de datos que se ponen a disposición en estas páginas.



## Las estadísticas de pagos son esenciales para la toma de decisiones

Desde la primera edición se ha aspirado a que este capítulo se constituya en una fuente de referencia y conocimiento de utilidad para la toma de decisiones de política pública y de negocio. Se prevé un salto cualitativo en términos de precisión, diversidad e innovación estadística en la próxima edición.

El motivo es que el Banco Central Europeo (BCE), que ha recopilado estadísticas de pagos desde 2014 sobre la base del Reglamento BCE/2013/43, ha implementado una sustancial reforma en el reporting que será visible en 2022. La PSD2 obliga a ampliar el perímetro de reporting y monitoreo a los nuevos servicios de pago (iniciación de pagos e información de cuentas), a los nuevos tipos de entidades y a las nuevas medidas de seguridad (métodos de autenticación). También el Reglamento de Tasas de Intercambio de 2014 (IFR), que introdujo una nueva definición de pagos transfronterizos y, con ella, cambios en el régimen de notificación de dichos pagos con el fin de utilizar las estadísticas para apoyar el seguimiento del comercio transfronterizo.

Fruto de PSD2 e IFR el BCE modificó en diciembre de 2020 el Reglamento relativo a las estadísticas de pagos e introdujo nuevos requisitos de información en relación con la información sobre servicios y canales de pago innovadores, sistemas de pago, y operaciones de pago fraudulentas. Las modificaciones se estructuran básicamente en dos: aumentar la frecuencia del reporting, y ampliar el perímetro y detalle de la información.

En relación a la frecuencia, la presentación al BCE por las autoridades nacionales de información estadística trimestral y semestral comenzará con los datos trimestrales del primer trimestre de 2022 a finales de mayo de 2022 y los datos semestrales del primer semestre de 2022 a finales de noviembre de 2022.

En relación al alcance, se concibe un mayor detalle, periodicidad (trimestral) y perímetro (mundial) de las transacciones de pagos con tarjeta y del sector de actividad del comerciante mediante el código de categoría de comerciante (MCC). Sobre los nuevos productos y servicios, el BCE constata la viabilidad de la presentación de estadísticas sobre billeteras digitales, soluciones de pago móviles P2P y P2B, pagos iniciados en ATM y TPV, pagos de comercio electrónico, pagos iniciados por proveedores de servicios de iniciación de pagos, servicios prestados por proveedores de servicios de información de cuentas, pagos con tarjetas proporcionadas por emisores de instrumentos de pago basados en tarjetas

(diferenciando entre débito, crédito y prepago), incluidos los de tres partes (no así las tarjetas del retail a menos que cuenten con bandera de alguna de las redes); pagos contactless, y pagos instantáneos. Las transacciones iniciadas a través de servicios de iniciación de pagos se desglosarán por canal de inicio remoto y no remoto, y dentro de cada categoría, por tipo de autenticación (SCA, no SCA) y por los motivos de la no aplicación de un segundo factor.

Estas mejoras estadísticas -algunas de ellas ya implementadas en países de Latinoamérica- serán debidamente trasladadas a estas páginas con la aspiración de que sirvan de inspiración tal como ya lo han hecho PSD2, RGPD e IFR, a muchos países fuera de Europa.

## Los pagos desde cuenta crecen durante la pandemia

En la última década (2010-2020), el valor pagado desde cuentas en Latinoamérica (fundamentalmente por medio de transferencias) ha pasado de representar el 74,3% de todos los pagos realizados por medios electrónicos en 2010, al 85,2% en 2020 (83,9% en 2019) (ver **Figura 1**), ampliando su liderazgo indiscutible como medio de pago líder en términos de valor.

Las tarjetas representan en 2020 el 5,9% del valor frente al 3,7% de la década previa, y se sitúan por primera vez como segundo medio de pago en términos de valor.

Los cheques ceden una posición y caen por primera vez a la tercera concentrando el 5,1% del valor pagado en 2020 (7,0% 2019). Hace una década canalizaban uno de cada cinco dólares pagados por medios distintos al efectivo en la región (19,2% del valor total).

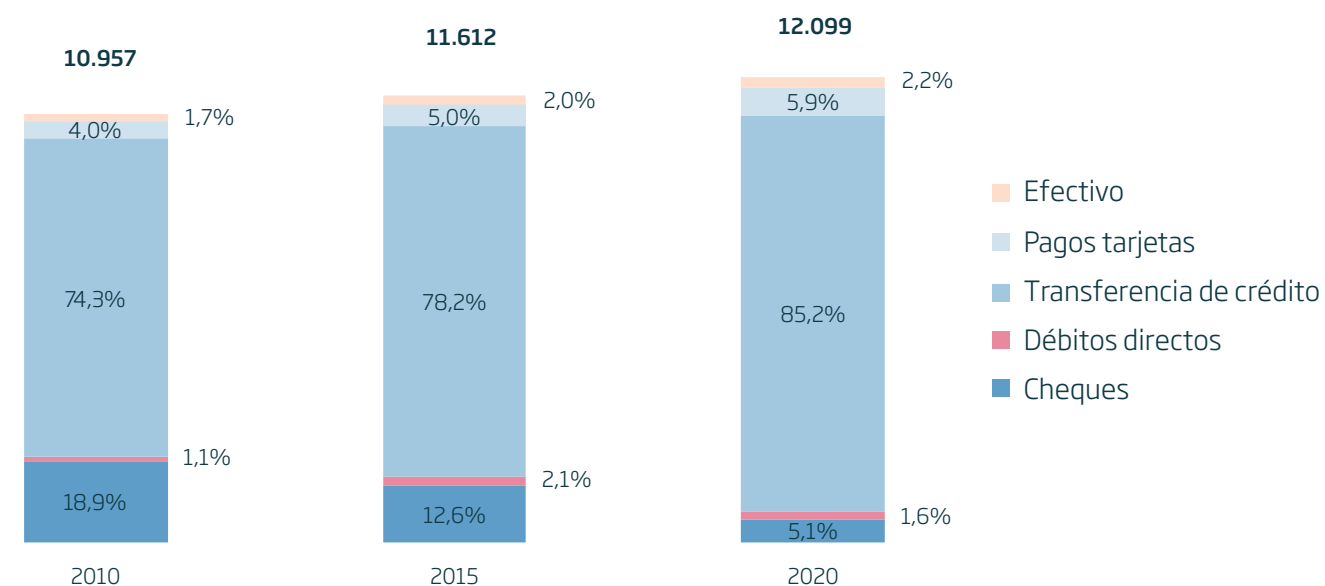
Los débitos directos apenas crecen durante la década (del 1,1% en 2010 al 1,6% en 2020), y en algunos países ni siquiera se encuentran habilitados.

En términos de volumen (o número de operaciones, ver **Figura 2**), el pago con tarjeta en 2020 concentra en la región latinoamericana casi ocho de cada diez pagos realizados por medios digitales (76,7%), -que ya en 2010 representaban casi siete de cada diez (66,5%)-, reduciendo su cuota con respecto a 2019. En números absolutos, los 10.700 millones de pagos con tarjeta registrados en la región en 2010 se han transformado en más de 30.700 millones en 2020, triplicándose en la última década. El efecto de la pandemia en la intensidad de la transaccionalidad de las tarjetas es muy significativo, ya que el número global de operaciones ha permanecido casi inalterado con respecto a 2019, cuando en la década del 2010 el crecimiento interanual registrado ha sido ininterrumpidamente de dos dígitos.

En el año de la COVID-19, el comportamiento de los pagos con tarjeta ha sido desigual entre los países de la región, registrándose tasas interanuales positivas solo en Argentina (2,8%) y Brasil (2,7%) y negativas en el resto, con especial intensidad en Ecuador (-30,7%), República Dominicana (-17,1%), Perú (-16,0%) y Costa Rica (-15,7%). Las transferencias interbancarias ascienden hasta el 20,8% del total de pagos digitales (16,1% en 2019 y 18,5% en 2010) casi cuadruplicando el número (de los 2.300 millones de transferencias interbancarias registradas en 2010, a las más de 8.000 millones en 2020). En crecimiento interanual de la intensidad de uso de las transferencias destacan con mucha diferencia Costa Rica (84,6%), Perú (73,4%) y Colombia (48,27%). En el extremo opuesto los crecimientos más tímidos en 2020 los protagonizan Ecuador (8,3%), Chile (10,1%) y Argentina (10,9%).

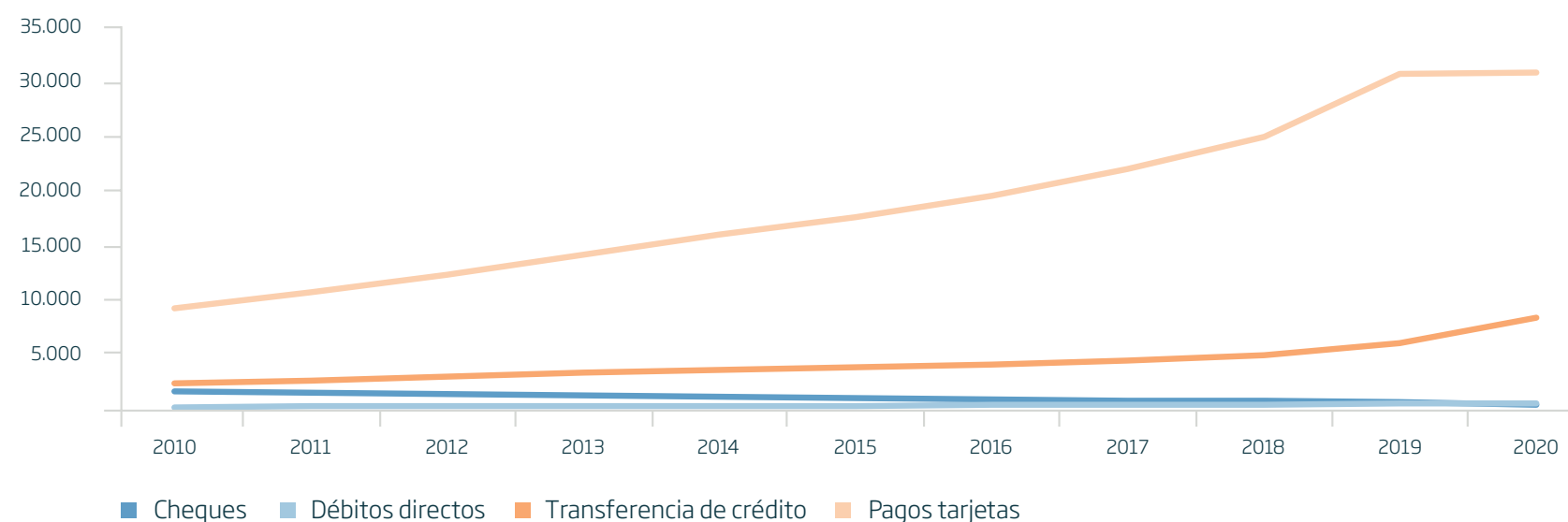
Los cheques liquidados caen desde los más de 1.600 millones en 2010 a apenas 470 millones en 2020 y también se desploma su proporción en el total de operaciones de pago: del 13,1% en 2010 al 1,2% en 2020. El uso del cheque cae en todos los países de la región en 2020. La caída más significativa en 2020 la registra Perú, con un especular caída interanual en la transaccionalidad (-51,8%), seguido de Chile (-41,4%). La caída más pronunciada en la última década ha sido 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.

El número de débitos directos se duplican en una década (de 238 millones en 2010 a 544 en 2020) pero caen en peso relativo desde el 1,9% al 1,4%. El débito directo con el que el cheque compite por la última posición en términos de transaccionalidad en la región, un año más vuelve a destacar Colombia por registrar un crecimiento interanual positivo (15,6%), a mucha distancia de México (7,6%), únicos con tasas positivas aunque solo el primero con una dimensión relevante.



**Figura 1** Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2010, 2015 y 2020 por instrumento, miles de millones USD

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Tipo de cambio del año correspondiente



**Figura 2** Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2010-2020, millones

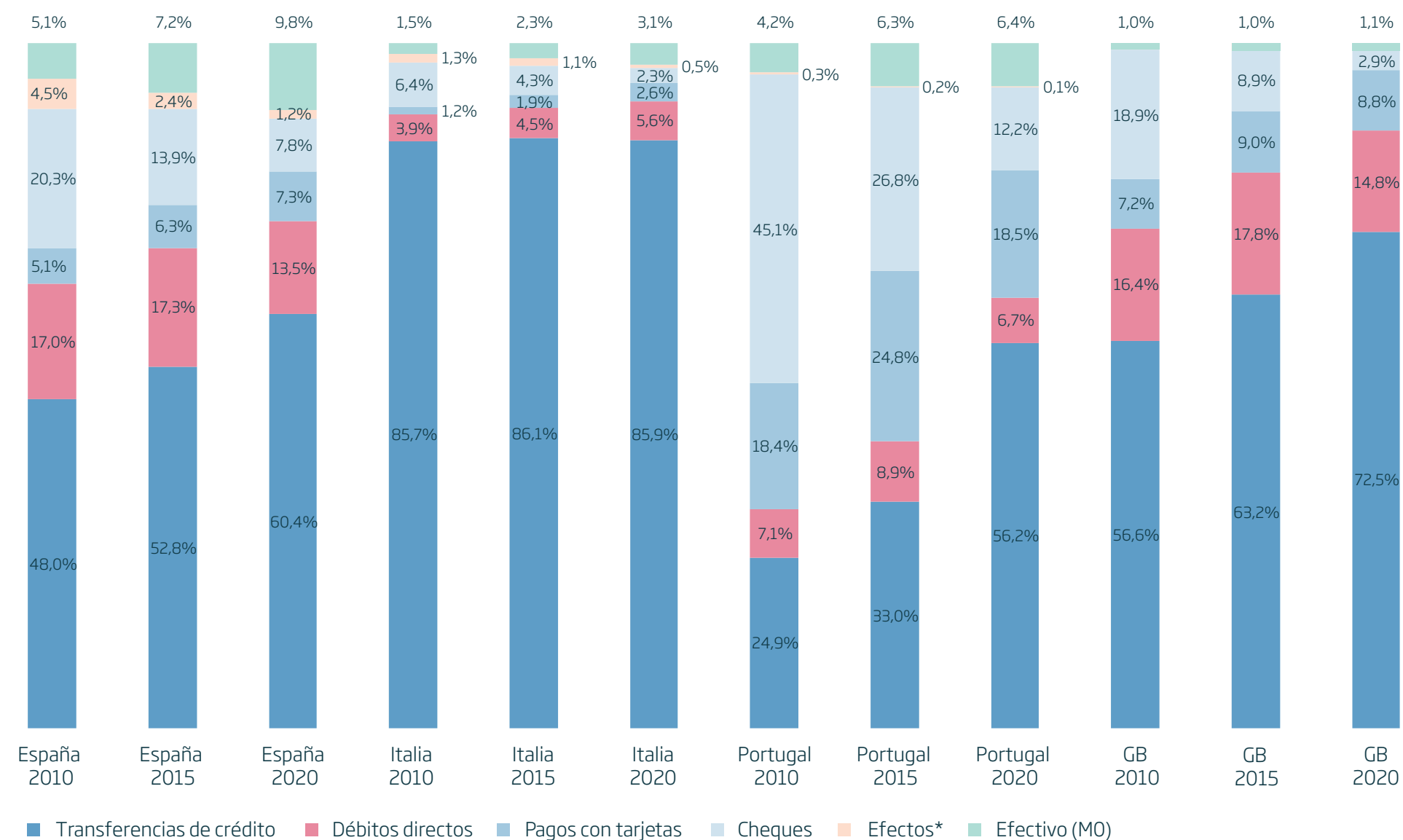
Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos

En términos comparados con Latinoamérica, Europa ha registrado cambios menos pronunciados en la última década, especialmente estáticos en el caso de Italia, con una presencia inamovible de los pagos desde cuenta en más de 9 de cada 10 euros pagados.

El patrón de participación de los distintos medios de pago en el valor de las operaciones en España y Reino Unido es muy similar (**Figura 3**). Las transferencias son en todos los países el medio de pago que mayor valor canaliza, al igual que en Latinoamérica, si bien con diferentes intensidades: mientras que en Italia más de 8 de cada 10 euros pagados por medios digitales se pagan con transferencia, en España son 6 de cada 10 y en Reino Unido 7 de cada 10. Las transferencias son, junto al efectivo, los únicos medios de pago que ganan protagonismo en términos de valor en 2020 y que no registran tasas interanuales negativas.

Con más de 610 millones de transferencias ordenadas en 2020, número similar al del año anterior, España es el país europeo con un crecimiento interanual más tímido en transaccionalidad (1,5%), lejos del 7,2% y 7,8% registrado por Reino Unido y Portugal, respectivamente. (**Figura 4**).

Al contrario de lo que ocurre en Latinoamérica, los débitos directos en Europa disfrutan de una presencia muy relevante, especialmente en Reino Unido y España. En este último concentran el 13,5% del valor total de las transacciones y 18,8% del volumen en 2020, si bien reduciendo su participación relativa con respecto a 2010 en 3,5 y 11,4 puntos, respectivamente. Una caída importante en términos de transaccionalidad (en números absolutos, en 2010 se ordenaron 1.120 millones de domiciliaciones, mientras que en 2020 han sido 1.240 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 2010 el 64,9% del total del valor pagado en España, alcanzan el 73,9% en 2020. Tres de cada cuatro euros pagados en España se pagan desde una cuenta.



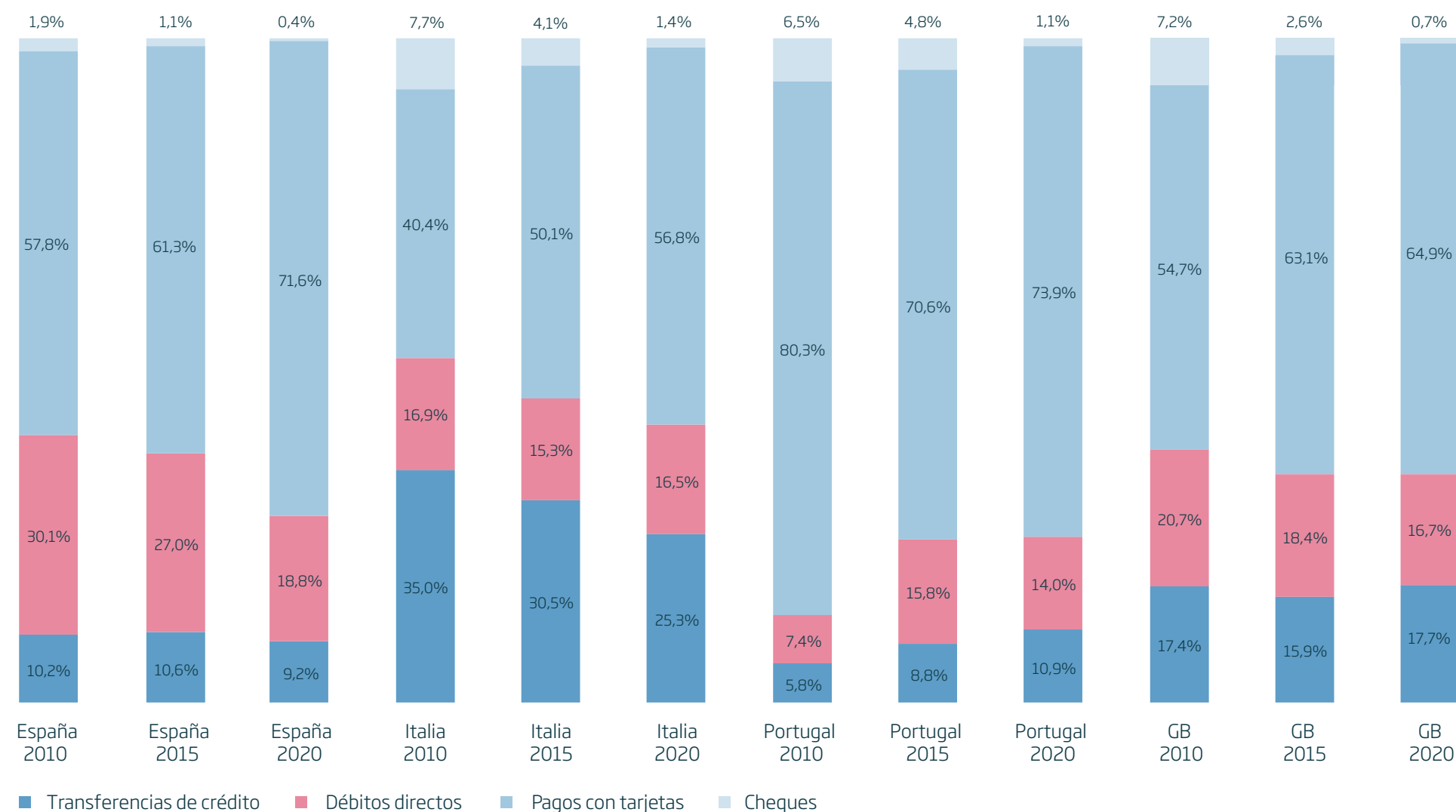
**Figura 3** Valor de las operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia en 2010, 2015 y 2020, por instrumento, miles de millones USD

Fuente: Afi, a partir de superintendencias y bancos centrales

La variación más significativa del periodo es la registrada por los cheques, que de concentrar más de uno de cada cinco euros pagados en 2010 (20,3%), pasan a hacerlo en uno de cada catorce (7,8%) en 2020, abandonando la segunda posición como medio de pago de mayor valor transado en España. Más significativo es el cambio desde 2019, cuando representaban el 13,9% del valor pagado. En volumen de transacciones apenas representan el 0,4% del total (26 millones de cheques en 2019), el porcentaje más bajo de todos los países del Informe. En Europa es Reino Unido el que lidera la caída del uso del cheque (-16,3% CAGR 2010-2020), si bien todos los países europeos cumplen con creces con dicha tendencia global (Portugal -15,2%), Italia (-10,9%) y España (-9,6%). Para el periodo mencionado, España registra un volumen de efectivo en circulación un 93% superior al registrado en 2010, y un 48% superior al registrado en 2019, el más alto de todos los países contemplados en este Informe.

En Portugal las transferencias de crédito representaron en 2020 un 56,2% del valor total de las transacciones, con 180 millones de transferencias ordenadas, más del doble de lo que representaban en términos de valor (24,9%) y volumen (86 millones) en 2010. Éstas pasan a ser el principal medio de pago en valor, cuando en 2010 lo era, con una diferencia abismal (45,1% del total), el cheque (12,2% en 2020). 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 7,0% del valor total pagado y se sitúa en cuarta posición como medio de pago. Sí aumenta considerablemente su transaccionalidad, el 7,4% del total de operaciones de pago en 2010 al 14,0% en 2020, tres puntos por encima de las transferencias.

### Los cheques en España pasan de concentrar uno de cada cinco euros pagados en 2010 a uno de cada catorce en 2020



**Figura 4** Número de operaciones de pago en España, Portugal, Reino Unido e Italia, 2010, 2015 y 2020, millones

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Nota: Los datos de Reino Unido hacen referencia al año 2013 debido que es el primer año con información completa disponible

En Reino Unido es muy similar el número de transferencias y débitos directos realizados en 2020, en torno a 4.500 millones de cada modalidad, y representan un tercio del total de pagos registrados. Sin embargo, las primeras concentran más de siete de cada diez libras transadas en 2020 (72,5% del total) y los segundos apenas uno de cada siete (14,8% del total). El peso relativo de los débitos cae. Los pagos con tarjeta representan el 8,8% del total pagado en 2020; el 7,2% el 2010. Reino Unido también registra un aumento del efectivo en circulación en 2020 (4,8%), cuando desde 2015 registraba un estancamiento.

Italia es el país europeo donde menos cambios de patrón se observan en la última década. Es también el líder en Europa de los pagos desde cuenta, ya que concentran el 91,5% del valor de los pagos registrados, y el 41,8% del volumen. Le sigue Reino Unido con el 87,2% del valor y uno de cada tres pagos registrados. Muy por detrás se encuentran España (73,9% y 28,0% respectivamente) y Portugal (62,9% y 25,0%).

En relación a los pagos con tarjeta, estos representan en Portugal el 18,5% del valor de las operaciones de pago en 2020, por delante de Reino Unido (8,8%), España (7,3%) e Italia donde representan el 2,6%. En términos de volumen, Reino Unido lidera en transaccionalidad con 17.000 millones de pagos con tarjeta registrados en 2020, dos mil millones menos que el año anterior a la pandemia, una caída de diez puntos. España es el único país con tasas positivas de crecimiento interanual en la transaccionalidad con tarjetas, alcanzando los 4.700 millones de pagos en 2020, por encima de los 3.500 millones de Italia o los 1.200 millones de Portugal. Representan, en términos de transaccionalidad el 73,9% del total de pagos realizados en Portugal, el 71,6% en España, el 64,9% en Reino Unido y el 56,8% en Italia.

El año de la pandemia ha tenido efectos distintos en los cuatro países europeos en cuanto al uso de los distintos medios de pago, salvo en el caso de los cheques que registran un recorte de casi un tercio en el número de operaciones en todos ellos. Portugal (-9,4%) y Reino Unido (-6,5%) lideran la caída de la transaccionalidad global en 2020, mientras que España (2,3%) e Italia (1,5%), los primeros países europeos en decretar confinamientos y limitaciones a la movilidad, registran tasas positivas. En los que caen (Portugal y Reino Unido), son las tarjetas las que se ven más afectadas y las transferencias solo absorben una parte de dicha caída. En los que crecen (España e Italia), solo se resienten, pero más tímidamente, los débitos directos y las tarjetas, respectivamente.

	España	Italia	Portugal	GB
Cheques	-26,40%	-28,70%	-27,90%	-27,10%
Débitos directos	-4,00%	5,50%	-6,50%	0,80%
Transferencia de crédito	1,50%	5,30%	7,80%	7,20%
Pagos tarjetas	4,40%	-0,20%	-11,70%	-10,90%
TOTAL	2,30%	1,50%	-9,40%	-6,50%

**Tabla 1** Tasa de crecimiento anual en volumen de operaciones por medio de pago, 2020

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

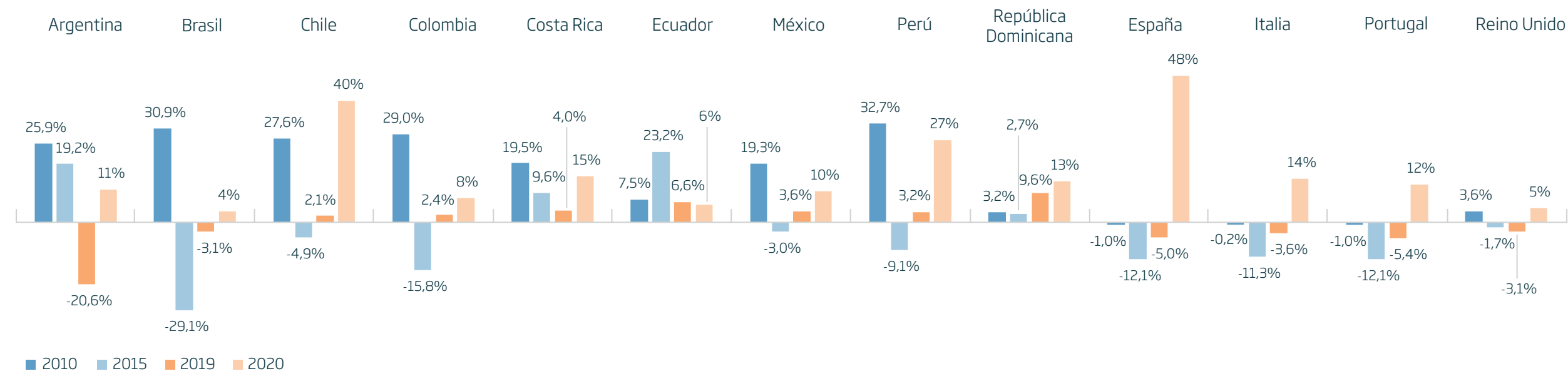
## La pandemia causa un efecto de acaparamiento de dinero en efectivo

El efecto de la pandemia sobre el volumen de efectivo en circulación es muy significativo (**Figura 5**). En ella se observa que tras una década de caídas continuadas del volumen de efectivo en circulación en la práctica totalidad de los países, todos ellos registran crecimientos notables en 2020, con especial intensidad en España (donde el efectivo en circulación crece un 48% con respecto a 2019) y Chile (40%). En el extremo opuesto, pero también con signo positivo, se encuentran Brasil (3,5%), Reino Unido (4,8%) y Ecuador (5,9%).

En España, el efectivo en circulación contabiliza en 2020 algo más de 214 mil millones de euros en billetes y monedas y representa un 19,2% del PIB (superando en cinco puntos a Italia en este indicador relativo), y más de siete puntos por encima del registro del año prepandemia. En Portugal, los 32 mil millones de euros en circulación representan el 15,6% del PIB, mientras que en Reino Unido los 237 mil millones de libras en circulación equivalen al 4,1% del PIB británico de 2020 (**Figura 6**).

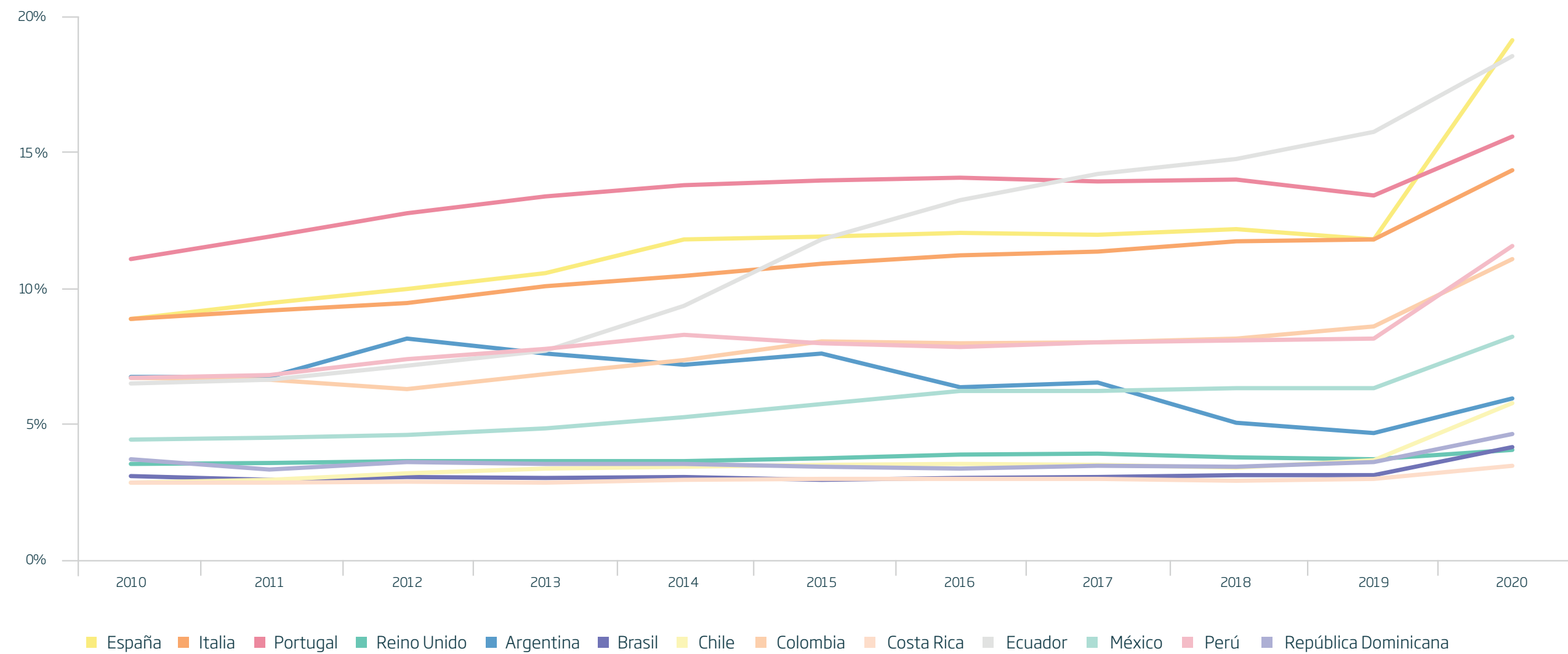
En Latinoamérica el peso del efectivo en circulación sobre el PIB doméstico oscila entre el 18,6% de Ecuador, hasta el 3,5% y 4,2% de Costa Rica y Brasil. El mayor crecimiento en 2020 lo registran Ecuador (40,0%) y Perú (27,1%).

3. El sector en cifras



**Figura 5** Efectivo en circulación, crecimiento interanual, 2010-2020

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



**Figura 6** Efectivo en circulación en Latinoamérica y Europa, dólares, 2010-2020, % del PIB

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales

## Diversidad de patrones de pagos

De media, en 2020 cada habitante en España realizó 101 pagos con tarjeta, 13 transferencias de crédito (4 de las cuales, inmediatas), 27 débitos directos y expidió 0,6 cheques. En valor, cada habitante en España gastó una media de 3.921 dólares con tarjetas, en línea con lo registrado en Italia. Lideran en este ámbito Reino Unido (13.269 dólares pagados con tarjeta por habitante en 2020), seguido de Portugal (6.595 dólares) y Chile (5.258). Ecuador, con tres pagos con tarjeta por habitante y 236 dólares gastados, es el país que se sitúa en última posición.

En Reino Unido fueron 66 los débitos ordenados por habitante, más del doble de los 27 registrados en España y los 22 en Portugal. Por el importe medio de las transferencias ordenadas se intuye el diferente uso de este medio de pago en cada país en función de si el ordenante es predominantemente una persona física (particular) o jurídica, algo similar a lo que ocurre con las transferencias de crédito, que oscilan entre los 109.252 dólares pagados por habitante en Reino Unido o los 62.690 de Ecuador, y los 1.779 en Perú.

Reino Unido, Portugal y Chile lideran el número de transferencias de media realizadas por cada habitante. El valor medio de las transferencias permite intuir el diferente uso de este medio de pago en cada país

	Pagos con tarjeta	Débitos directos	Transferencias de crédito	Cheques	Transferencias inmediatas
Argentina	46	7,1	9	1,2	7,1
Brasil	100	-	27	1,3	-
Chile	120	-	11	2,9	-
Colombia	13	3,3	4	0,1	-
Costa Rica	72	0,1	16	0,9	10,8
Ecuador	3	-	5	1,0	-
México	27	0,4	13	0,3	8,3
Perú	14	-	2	0,1	0,4
República Dominicana	14	0,6	3	1,9	0,7
España	101	27	13	0,6	4,1
Italia	59	17	26	1,4	-
Portugal	118	22	18	1,8	0,5
Reino Unido	259	66	71	2,8	42,0

**Tabla 2** Número de transacciones por habitante, 2020

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

	Pagos con tarjeta	Débitos directos	Transferencias de crédito	Cheques	Transferencias inmediatas
Argentina	1.362	3.665	3.317	1.990	2.413
Brasil	1.767	-	23.978	579	-
Chile	5.258	-	10.165	9.840	-
Colombia	556	438	8.525	752	-
Costa Rica	2.302	199	24.834	2.165	18.193
Ecuador	236	-	62.690	1.982	-
México	797	63	31.757	578	4.125
Perú	630	-	1.779	578	151
República Dominicana	541	172	4.278	3.228	2.025
España	3.921	7.265	32.412	4.181	1.339
Italia	3.756	8.089	26.212	3.264	-
Portugal	6.595	3.740	31.243	6.774	683
Reino Unido	13.269	22.259	109.252	4.369	39.686

**Tabla 3** Valor transacciones por habitante, 2020, USD

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



## Las transferencias (*push*) ganan peso y universalidad

En Latinoamérica, Perú, República Dominicana, México y Costa Rica experimentan un mayor dinamismo en el uso de las transferencias de crédito en el periodo 2010-2020. Las tasas de crecimiento anual compuesto para el periodo se sitúan entre el 36% y 32%, 27% y 23% en número respectivamente, y en 20%, 7%, 1% y 7% del valor de las operaciones.

El crecimiento de las transferencias en Costa Rica y Perú en 2020 es muy singular especialmente en términos de volumen (84,6% y 73,4% respectivamente), en un año en el que la transaccionalidad de las transferencias crece en todos los países. En términos de valor se registran crecimientos -Argentina (21,9%), República Dominicana (8,4%), Perú (7,5%) y Chile (1,6%)- pero también caídas, desde el -3,1% de Colombia al -9,5% de México.

En Europa crecen con mayor timidez que en Latinoamérica, pero desde una base mucho más desarrollada, relevante y universalizada entre la población.

En Europa crecen con mayor timidez que en Latinoamérica, pero desde una base mucho más desarrollada, relevante y universalizada entre la población

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2020			Tasa de crecimiento 2019-2020		Tasa de crecimiento anual compuesto 2010-2020	
Argentina	393	150	381	11%	22%	22%	12%
Brasil	5.637	5.097	904	36%	-7%	11%	2%
Chile	207	194	938	10%	2%	12%	8%
Colombia	198	434	2.194	48%	-3%	10%	2%
Costa Rica	83	127	1.517	85%	-4%	23%	7%
Ecuador	82	111	1.356	8%	-3%	12%	14%
México	1.660	4.094	2.467	47%	-10%	27%	1%
Perú	61	59	969	73%	8%	36%	20%
República Dominicana	33	46	1.404	33%	8%	32%	7%
España	611	1.515	2.481	2%	5%	5%	2%
Italia	1.585	1.585	1.000	5%	5%	3%	3%
Portugal	179	319	1.784	8%	5%	8%	7%
Reino Unido	4.796	7.417	1.547	7%	3%	6%	4%

**Tabla 4** Transferencias interbancarias, 2020

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

**1** 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.

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

**3** 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.

## Las transferencias inmediatas (fastpayments) ya presentes en la mayoría de países

Las transferencias inmediatas son procesadas en tiempo real, con horario de servicio 24x7, en 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, que en Reino Unido se ha elevado en 2022 hasta el millón de libras esterlinas, mientras que en la eurozona el límite es actualmente y desde julio de 2020, de 100.000 euros.

En el caso de Brasil, el Banco Central delega en las entidades financieras el establecimiento de límites transaccionales con Pix, si bien limita las transacciones nocturnas a importes de un máximo de 1.000 reales, equivalente a 190 dólares.

Banxico establece un límite máximo diario de 8.000 pesos mexicanos (390 dólares) para las transferencias inmediatas 24/7 del sistema CoDi. Por su parte, el Banco Central de Reserva del Perú estableció en noviembre de 2020 el límite máximo de 30.000 soles y 10.000 USD para operaciones en soles y dólares respectivamente. SINPE móvil en Costa Rica establece límites diarios para transferencias inmediatas gratuitas en 100.000 colones (155 dólares).

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2020			Tasa de crecimiento 2019-2020		Inmediatas como porcentaje del total del total	
Argentina	323	109	338	87%	33%	82%	73%
Brasil	178	0,03	0,2	-	-	1,2%	0%
Chile	207	194	938	10%	2%	100%	100%
Colombia	-	-	n.d	n.d	n.d	n.d.	n.d.
Costa Rica	55	93	1.687	181%	-6%	24%	73%
Ecuador	-	-	-	-	-	-	-
México	1.070	532	497	57%	-4%	42%	7%
Perú	13	5	386	156%	79%	2%	0,7%
República Dominicana	7	22	3.109	100%	20%	7%	21%
España	192	63	326	140%	23%	14%	0,8%
Italia	-	-	n.d	n.d	n.d	n.d.	n.d.
Portugal	6	7	1.244	81%	56%	2%	0,5%
Reino Unido	2.850	2.694	945	17%	9%	59%	36%

**Tabla 5** Transferencias inmediatas, selección de países, 2020

Fuente: Afi a partir de superintendencias y bancos centrales

## Los débitos directos (*pull*) siguen siendo testimoniales en la región

Solo Argentina, Colombia y México registra en la región operaciones en volumen y valor significativos a través de débitos directos. Argentina y Colombia son casos excepcionales, puesto que las transferencias registradas en 2020 son apenas un 19% y 16% respectivamente superiores en número a los débitos directos. En Argentina, débitos directos y transferencias igualan en transaccionalidad (13,6% y 11,0%) y en valor (35,5% y 32,1%).

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 2010-2020 en República Dominicana, Costa Rica y México.

En España las domiciliaciones bancarias, como también se denominan, apenas crecen un 1,1% CAGR en el periodo en términos de volumen, y caen un 2,1% en valor, el país de Europa en el que menos crecen. El mayor crecimiento en el periodo (7,7% CAGR) lo registra Portugal.

Los importes medios difieren sustancialmente, desde los 167 dólares en Portugal a los 473 de Italia. El país que registra un mayor importe medio pagado por débitos directos es Costa Rica (1.486 dólares) y el menor, Colombia (135 dólares).

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2020			Tasa de crecimiento 2019-2020		Tasa de crecimiento anual compuesto 2010-2020	
Argentina	319	166	518	0%	-8%	7%	5%
Colombia	166	22	135	16%	-12%	10%	5%
Costa Rica	1	1	1.486	-21%	2%	21%	-5%
México	52	8	155	8%	-14%	16%	11%
República Dominicana	6	2	294	43%	84%	47%	6%
España	1.246	340	273	-4%	-8%	1%	-2%
Italia	1.033	489	473	6%	-6%	6%	0%
Portugal	229	38	167	-7%	-1%	8%	-1%
Reino Unido	4.512	1.511	335	1%	-11%	3%	0%

**Tabla 6** Débitos directos, 2020, selección de países

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.<sup>a</sup>

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

**2** 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

## Preeminencia global de la tarjeta de débito, salvo en Argentina

En el conjunto de los trece países que contempla el informe existen a finales de 2020 más de 1.500 millones de tarjetas de pago en circulación, de las que dos de cada tres son de débito y casi la mitad corresponden al mercado brasileño. Considerando solo las de crédito, este país concentra más de la mitad.

México, Perú e Italia destacan por ser países predominantemente de débito (más del 80% de las tarjetas en circulación son de esa modalidad), mientras que en el espectro contrario se encuentran Argentina (49% del parque de tarjetas es de débito), España (57%) y Reino Unido (59%).

En el caso de España el parque de tarjetas de pago alcanzó los 86,2 millones de plásticos a cierre de 2020, record histórico a pesar de crecer apenas un 0,7% durante el año de la pandemia. Los mayores crecimientos interanuales en el parque de tarjetas se registran en Brasil (29,4%), México (23,3%) y Portugal (14,3%). Chile registra una singular caída de ocho puntos, la mayor de los únicos tres países comprendidos en este informe que registran retrocesos en 2020 (Reino Unido -4,1% y República Dominicana -0,7%).

	Tarjetas de débito	Tarjetas de credito	Total
Argentina	56.719.419	59.287.804	116.007.223
Brasil	453.542.416	281.075.738	734.618.154
Chile	21.712.213	13.993.720	35.705.933
Colombia	36.387.824	14.676.302	51.064.126
Costa Rica	6.045.921	2.446.768	8.564.381
Ecuador	8.150.126	3.392.684	11.542.810
México	157.782.610	27.679.900	185.462.510
Perú	26.889.060	6.315.235	33.204.295
República Dominicana	5.576.300	2.450.340	8.026.640
España	49.040.000	37.140.000	86.180.000
Italia	59.418.000	14.290.000	73.708.000
Portugal	24.728.000	8.650.000	33.378.000
Reino Unido	92.172.000	62.948.000	155.120.000

**Tabla 7** Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2020

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

En el conjunto de los trece países que contempla el Informe existen más de 1.500 millones de tarjetas de pago en circulación, de las que dos de cada tres son de débito y casi la mitad corresponden al mercado brasileño

Argentina está a las puertas de transformarse de un país de tarjeta de crédito a uno de tarjeta de débito, transformación que España experimentó en 2018 por una modificación en el sistema de clasificación de tarjetas del Banco de España. Reino Unido, Brasil y Chile comparten un patrón similar, con entre 1,6 y 1,5 tarjetas de débito por cada una de crédito en circulación en 2020. El parque de débito más que duplica al de crédito en Colombia, Costa Rica, Ecuador, República Dominicana y Portugal. Y sigue destacando un año más México, con seis tarjetas de débito por cada una de crédito. Le siguen Italia (ratio 4,2 : 1) y Perú (4,3: 1).

La modalidad de débito creció en 2020 en todos los países latinoamericanos a excepción de Chile. El liderazgo en el crecimiento interanual (en el año de la pandemia) lo asume Brasil (30,0%), seguido de México (23,9%) y Argentina (16,8%) (**Figura 8**). En Europa es Portugal el que registra tasas de crecimiento de dos dígitos en tarjeta de débito (18,5%), mientras Reino Unido es el único país del Informe que recorta el parque de tarjetas de esta modalidad (-4,8%). En términos anuales compuestos para el periodo 2010-2020 los mayores crecimientos los registra Argentina (11,4%), Perú (10,0%) y Colombia (9,2%). En Europa, todos los países registran un crecimiento en el periodo, liderado por Portugal (9,1%) y seguido de España (5,5%)% e Italia (4,8%). En Reino Unido apenas crece un punto.

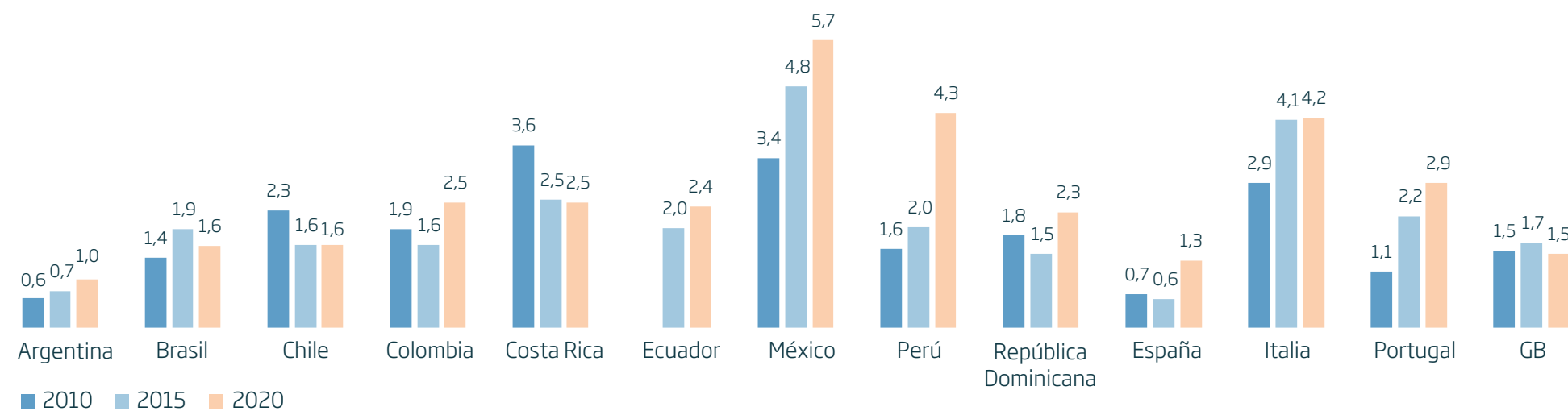
En relación al parque de tarjetas de crédito, Brasil anota un crecimiento interanual del 28,4%, si bien Chile mantiene el liderazgo en crecimiento anual compuesto en el periodo, del 11,1% a pesar de caer casi diecinueve puntos en 2020. En el 2020 reducen su parque de tarjeta de crédito, junto con Chile, Costa Rica (-10,0%), Perú (-9,2%), Colombia (-8,6%), Dominicana (-7,7%) y Ecuador (-2,2%). Cae también Argentina, aunque resulta casi imperceptible.

En el lado europeo, Reino Unido (-2,9%) y España (-0,3%) registran un descenso en el número de tarjetas de crédito en circulación en 2020, mientras Portugal (3,9%) e Italia (0,3%) crecen.

En términos agregados, el crecimiento más destacado en el periodo es el registrado por Argentina, Chile y Colombia, cuyos parques totales de tarjetas son en 2020 2,2 veces superiores a los existentes en 2010. Los cambios menos intensos los registran Reino Unido y España, donde apenas son un 11% y un 20% superior, respectivamente, al final de la década.

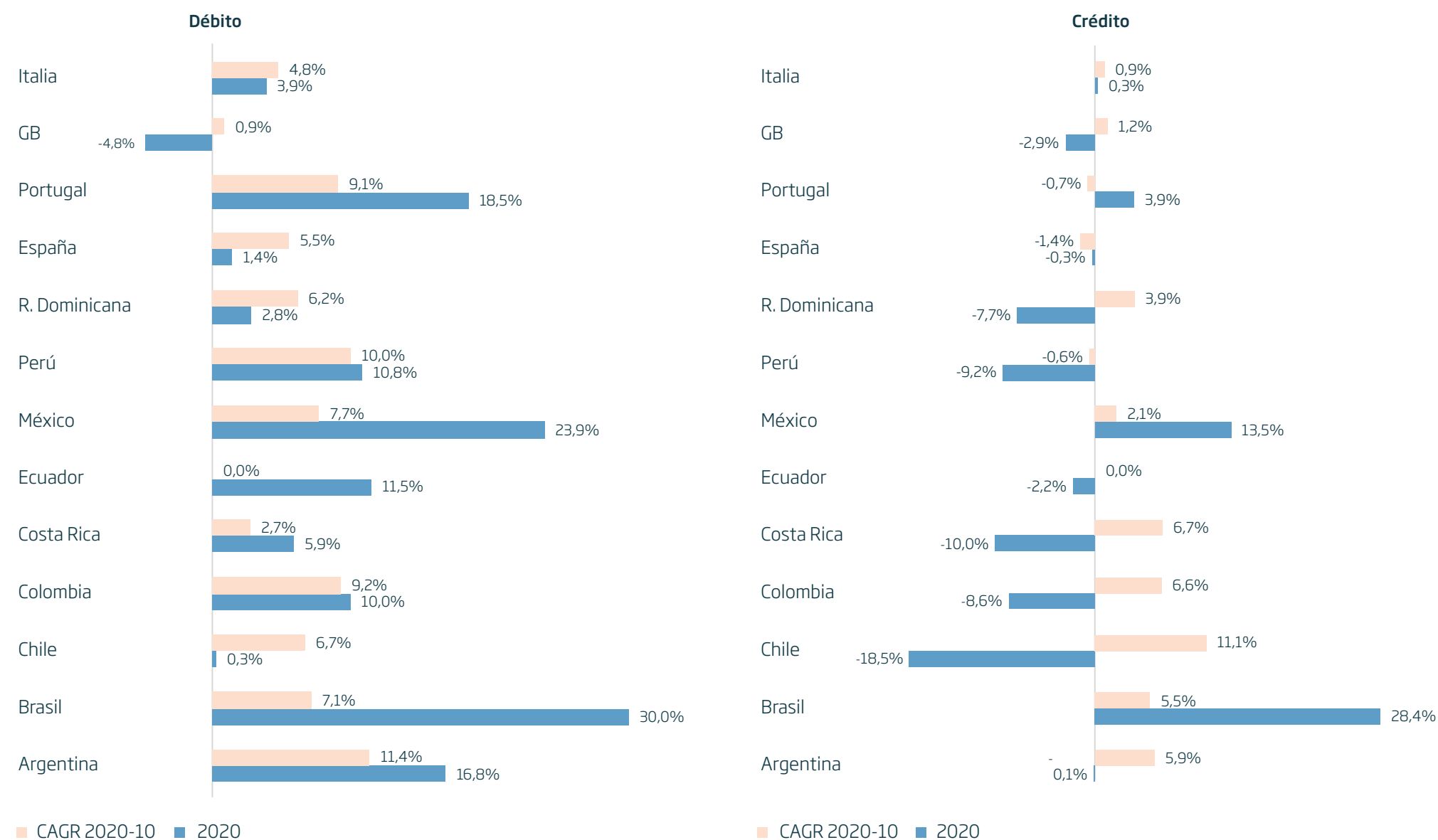
**Figura 8** Crecimiento anual compuesto vs crecimiento último año, número de tarjetas, débito y crédito, 2010-2020

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



**Figura 7** Proporción débito/crédito en tarjetas de circulación, 2010-2020

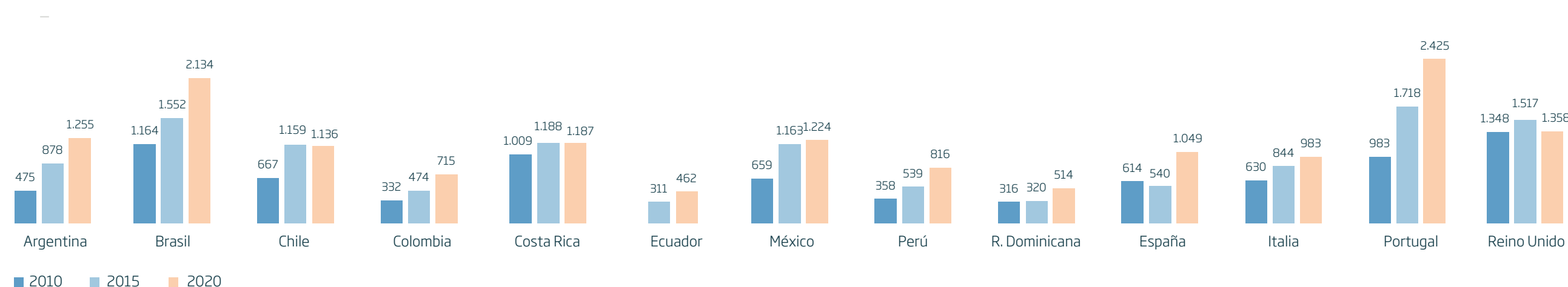
Fuente: Afi, a partir de información publicada por Bancos Centrales y Superintendencias de bancos



Analizando la circulación de tarjetas en relación con el tamaño de la población, la **Figura 9** refleja cierta estabilidad (o estancamiento) en la modalidad de débito en mercados como Chile, Costa Rica y República Dominicana, además de Reino Unido durante el periodo 2010-2020. Brasil es el país con mayor número de tarjetas de débito por habitante (2,1) en Latinoamérica mientras que Portugal lo es en Europa (2,4). Los mayores crecimientos per cápita los han registrado Argentina, Chile y Colombia.

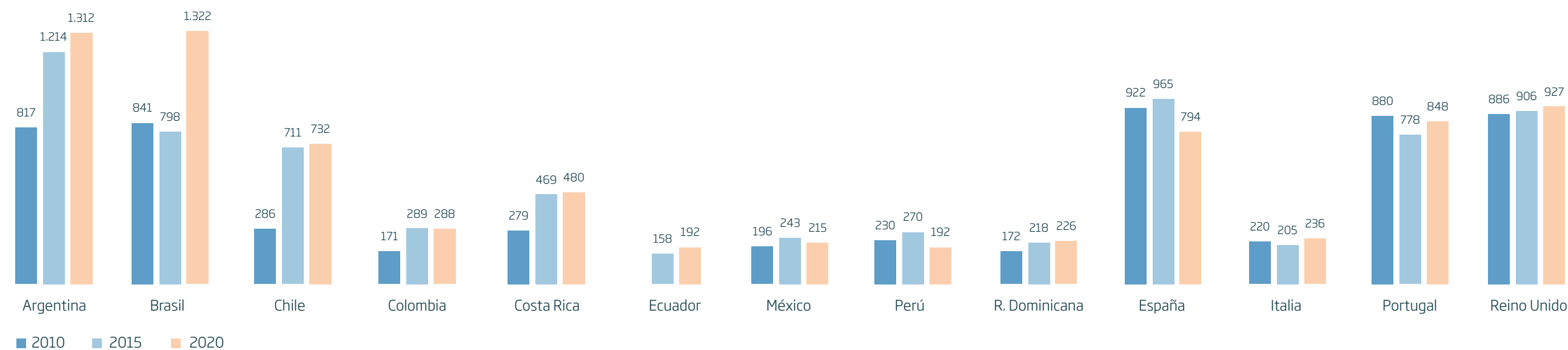
Por encima de una tarjeta de débito por habitante se encuentran Argentina (1,3), Chile (1,1), Costa Rica (1,2) y México (1,2) en Latinoamérica, y España (1,0) y Reino Unido (1,4) en Europa. El resto, registran menos de una per cápita.

En tarjeta de crédito per cápita destacan Argentina y Brasil 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. En Italia apenas uno de cada cinco habitantes contaría con una, en línea con los países latinoamericanos menos equipados per cápita con esta modalidad de tarjeta. Cae el equipamiento de crédito ligeramente en España y apenas registran cambios Portugal y Reino Unido (ver **Figura 10**).



**Figura 9** Número de tarjetas de débito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2010-2020

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



**Figura 10** Número de tarjetas de crédito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2010-2020

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

## La pandemia aleja al dinero en efectivo del punto de venta

En el año de la pandemia, Brasil, el país líder en transaccionalidad absoluta en el ATM, registro más de 3.200 millones de retiradas de dinero en efectivo de estos dispositivos, un 10% menos que el año anterior. Los 284 mil millones de dólares retirados fueron un 22% menos que lo retirado en el año anterior a la pandemia. En POS, Brasil registró más de 21 mil millones de operaciones de pago por un valor cercano a los 375 mil millones de dólares, un 15% menor que el año 2019.

No se observa un patrón claro del efecto de la pandemia en el importe promedio retirado en el ATM: baja en Brasil, Colombia y Reino Unido y sube en todos los demás países.

En uso de POS (**Tabla 9**) el liderazgo lo asume Reino Unido con más de 17.500 millones de pagos con tarjeta efectuados en 2020 (un 10% menos que el año prepandemia) por un valor de casi un billón de dólares (un 2% inferior a 2019) y un ticket promedio de 51 dólares.

Este indicador de importe medio pagado en el POS sí refleja un patrón inequívoco en variabilidad con respecto a 2019: baja en todos los países (hasta un 20% en Brasil y Colombia) salvo en Reino Unido.

No se observa un patrón claro del efecto de la pandemia en el importe promedio retirado en el ATM: baja en Brasil, Colombia y Reino Unido y sube en todos los demás países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2020			Tasa de crecimiento 2019-2020		Inmeditas como porcentaje del total del total	
Argentina	1.092	68	62	-7%	12%	7%	-3%
Brasil	3.218	284	88	-10%	-22%	1%	-4%
Chile	291	31	108	-34%	-23%	-3%	-1%
Colombia	684	70	102	-16%	-20%	4%	1%
Costa Rica	118	13	113	-24%	-14%	-2%	3%
Ecuador	153	16	108	-21%	-15%	n.a.	n.a.
México	1.761	193	110	-13%	-9%	3%	2%
Perú	352	46	130	-30%	-19%	6%	9%
República Dominicana	100	8	82	-14%	-13%	4%	6%
España	625	117	187	-31%	-17%	-4%	-3%
Italia	807	204	253	-20%	-10%	1%	2%
Portugal	362	32	88	-22%	-14%	-2%	-3%
Reino Unido	1.332	104	78	-40%	-50%	-7%	-10%

**Tabla 8** Uso de ATM, 2020, selección de países

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

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor	Número de operaciones	Valor
	2020			Tasa de crecimiento 2019-2020		Inmeditas como porcentaje del total del total	
Argentina	2.099	62	29	3%	-1%	10%	5%
Brasil	21.184	375	18	3%	-15%	13%	3%
Chile	1.883	65	35	-5%	-5%	22%	17%
Colombia	668	28	42	-5%	-20%	11%	5%
Costa Rica	366	12	32	-16%	-18%	11%	6%
Ecuador	55	4	76	-31%	-33%	n.d.	n.d.
México	3.499	103	29	-2%	-12%	13%	8%
Perú	454	21	46	-16%	-21%	12%	10%
República Dominicana	153	6	38	-17%	-18%	9%	6%
España	4.736	183	39	4%	1%	8%	4%
Italia	3.560	227	64	0%	0%	10%	5%
Portugal	1.207	67	56	-12%	-17%	0%	-1%
Reino Unido	17.565	901	51	-11%	-2%	8%	3%

**Tabla 9** Uso de POS, 2020, selección de países

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

En la última década se ha intensificado la tendencia de usar las tarjetas como medio de pago directo frente a medio de disposición de dinero en efectivo en ATM (**Figura 11**), aunque se observan excepciones (Italia), al igual que distintas intensidades.

Así, el valor de las operaciones de pago con tarjeta en POS supera el valor de los retiros con tarjeta en ATM en todos los países de Europa -con especial intensidad en Reino Unido donde los pagos representan en 2020 nueve veces el valor de los retiros, el doble que en el año prepandemia-, Portugal (2,1), España (1,6) e Italia (1,1). En Latinoamérica es destacable el registro de Chile (2,1), al que solo secunda Brasil (1,3). Se observan retrocesos en esta ratio en Argentina, México y República Dominicana y estancamiento en Perú, Colombia y Ecuador, donde los retiros en ATM más que duplican el valor de los pagos con tarjeta en el POS.

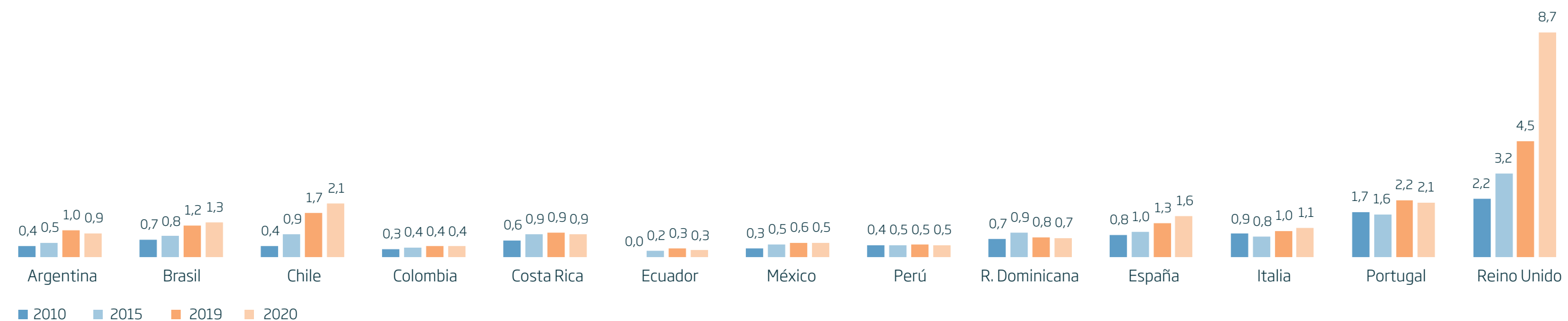
En términos de intensidad de uso (**Figura 12**), los POS de Reino Unido reciben trece veces el número de operaciones que reciben los ATM en dicho país; España se sitúa en una segunda posición con 7,6 pagos en POS por cada retirada de efectivo en ATM. Lideran en intensidad en Latinoamérica Brasil y Chile con una ratio de 6,6 y 6,5 veces respectivamente. Todos los países salvo Colombia y Ecuador registran una mayor transaccionalidad en POS que en ATM.

Los mayores crecimientos en transaccionalidad relativa en POS en el año de pandemia corresponden a España (donde la ratio crece un 52%), Reino Unido (46%) y Chile (4%).

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



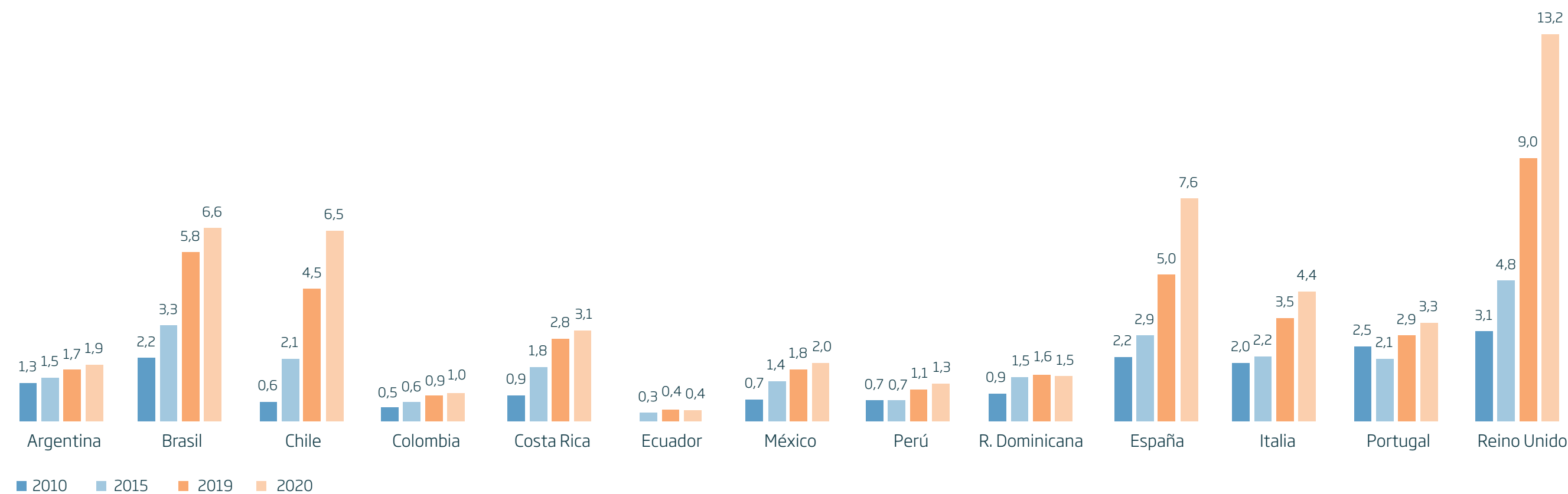
3. El sector en cifras



**Figura 11** Ratio valor de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2010-2020

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

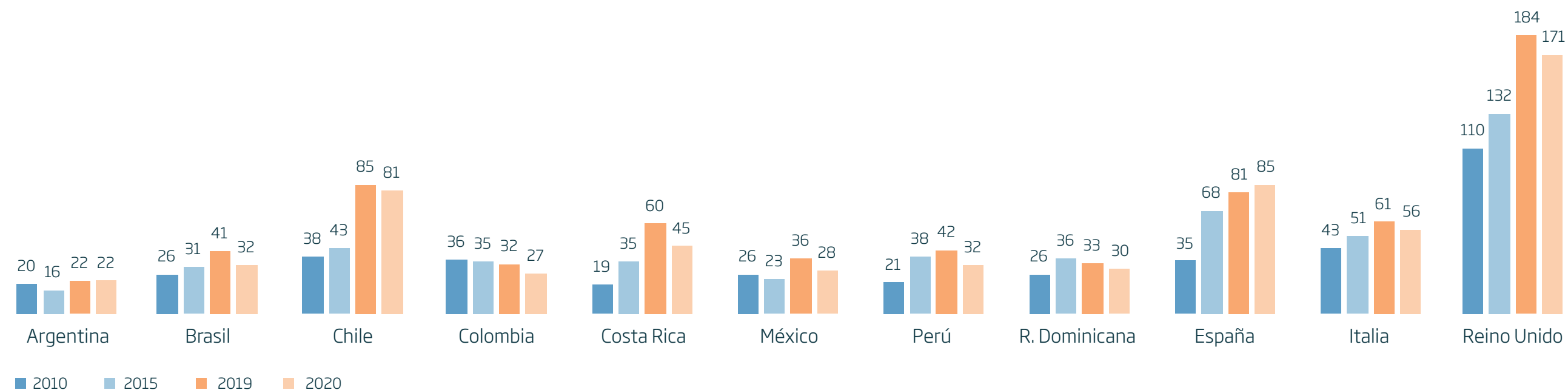
1 Debido a la ausencia de datos, el primer año observado para Costa Rica es 2012, mientras que para Argentina es 2011



**Figura 12** Ratio volumen de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2010-2020

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



**Figura 13** Intensidad de uso de tarjetas de débito: No. Transacciones por tarjeta / año, 2010-2020

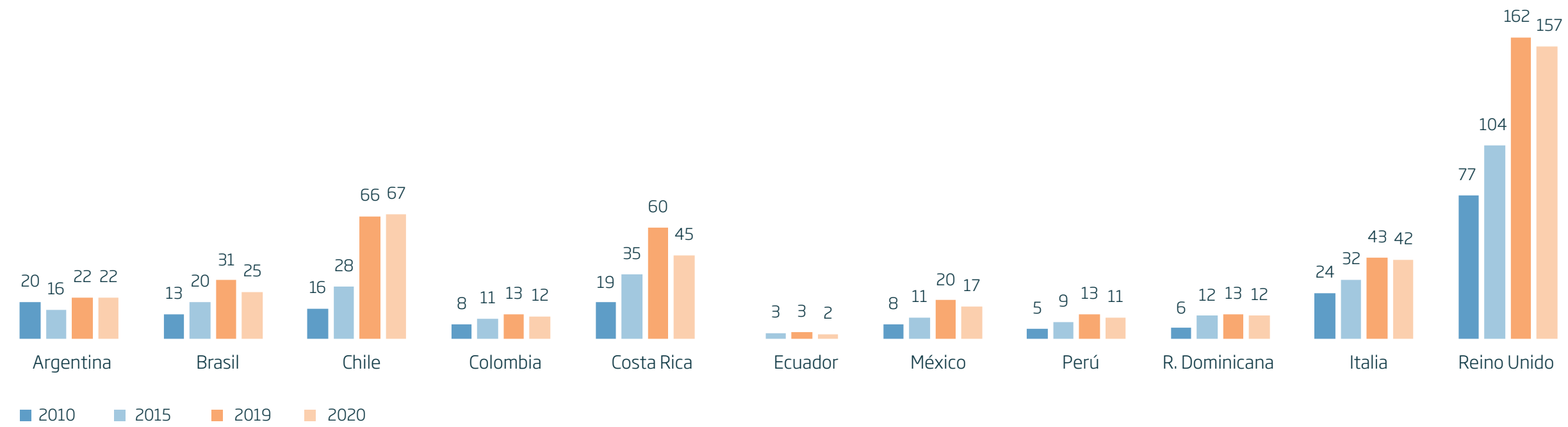
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos

La intensidad de uso de las tarjetas de débito (**Figura 13**), sin desglosar por tipo de operación (pagos y retiros) medido como número de transacciones realizadas con cada tarjeta en circulación al año solo crece en España, que pasa de 81 transacciones en 2019 a 85 en 2020. Es además el segundo país más dinámico en esta variable tras Reino Unido, con 171 transacciones por tarjeta de débito al año. Chile lidera en Latinoamérica con 81 transacciones por tarjeta, y duplica en transaccionalidad al segundo de la región, Costa Rica, con 45 transacciones. El cambio de intensidad más notable en la década lo registran España y Chile.

En cuanto a la intensidad del uso de las tarjetas de débito para realizar pagos en POS (**Figura 14**), 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,

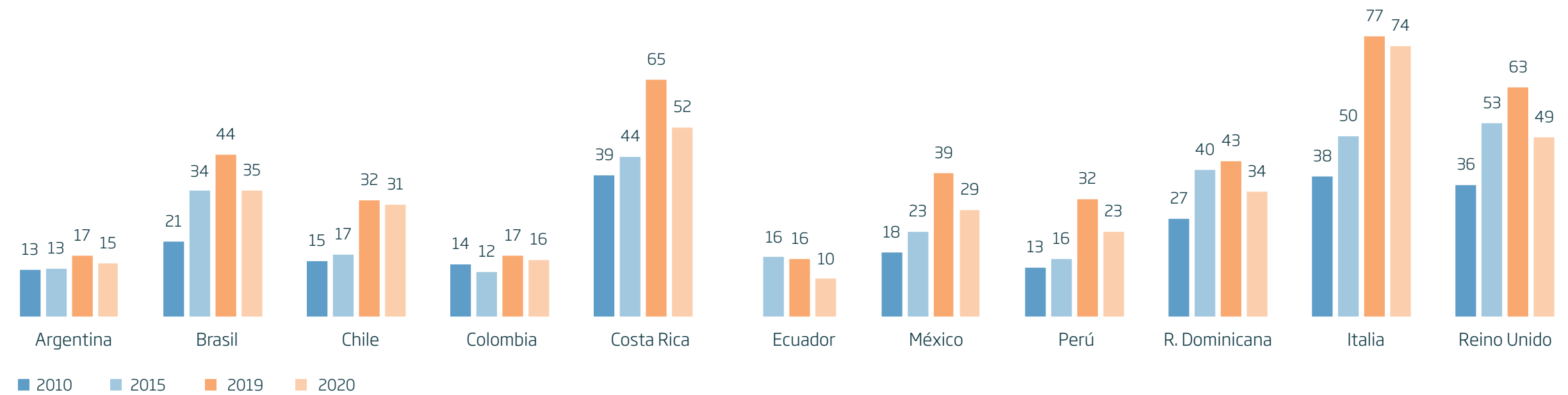
en este caso en Latinoamérica, con 66 y 60 transacciones por tarjeta de débito y año respectivamente. De Argentina, España y Portugal no hay datos disponibles provenientes de fuentes públicas para poder incorporarlos al análisis segmentando por uso de la tarjeta (pagos / retiros) y modalidad (débito/crédito). En la modalidad de crédito (**Figura 15**) 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.



**Figura 14** Intensidad de uso de tarjetas de débito para pagos en POS: No. Transacciones por tarjeta / año, 2010-2020

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



**Figura 15** Intensidad de uso de tarjetas de crédito para pagos en POS: No. Transacciones por tarjeta / año, 2010-2020

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

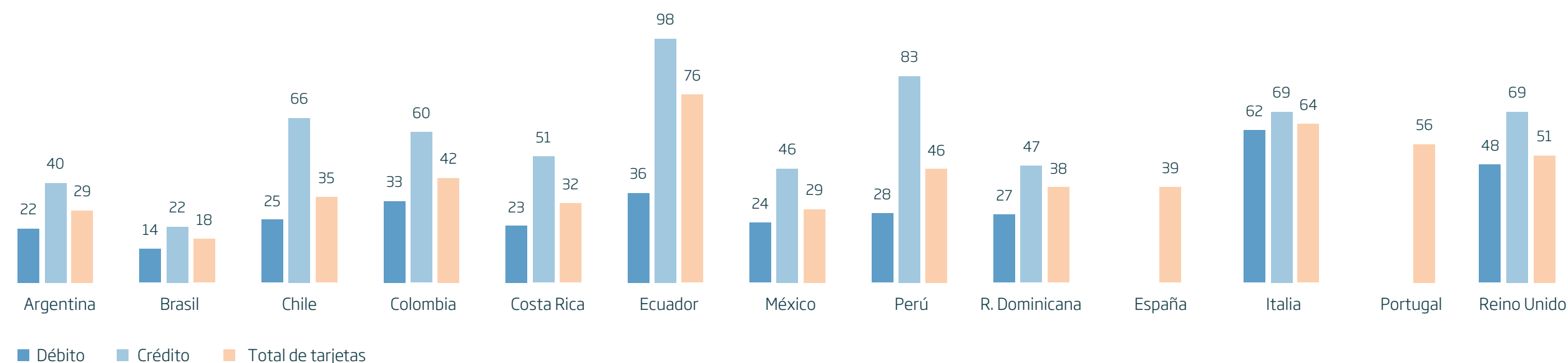
El ticket promedio de los pagos con tarjeta de débito en Latinoamérica (**Figura 16**) es similar en casi todos los países analizados, a excepción del gasto superior registrado en Colombia (36 dólares) y del menor, en Brasil (16 USD). En cuanto a las tarjetas de crédito, el ticket promedio por país sigue un comportamiento desigual, siendo los importes más bajos los registrados de nuevo por Brasil (27 USD) y Argentina (16 USD). R. 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).

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 le siguen Portugal (10), México y Perú (8), y Costa Rica y Argentina (7). Un POS colombiano e italiano apenas recibe, 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, 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. Argentina, Colombia y Costa Rica son los países en los que, en promedio, mayor número de operaciones de retirada de efectivo atiende un ATM instalado en 2020. Los de Perú y España son los que menos operaciones reciben: una treintena de media al día, seguidos de Brasil (54) e Italia (57).

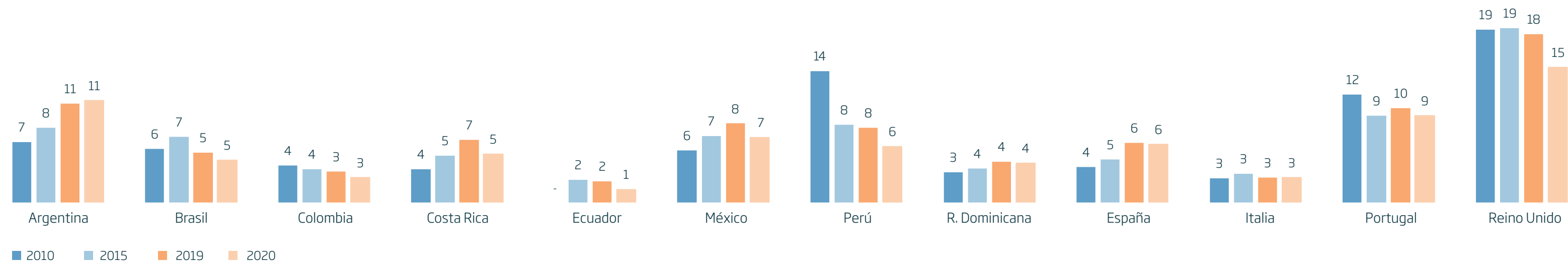
En términos de valor, los ATM que más cantidad de efectivo dispensan al día son los italianos, costarricenses, chilenos y colombianos, con más de 10.000 dólares de media. Entre 5.000 y 10.000 dólares diarios dispensan los de Reino Unido, Portugal, España, México, Ecuador y República Dominicana. A la cola se sitúan los de Brasil y Perú, con menos de 5.000 operaciones medias diarias por ATM. Argentina registra la caída más intensa en la última década, en términos de valor, afectado este por la unidad de medida (USD).



**Figura 16** Ticket promedio en tarjetas de débito y crédito, pagos, 2020, USD

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

3. El sector en cifras

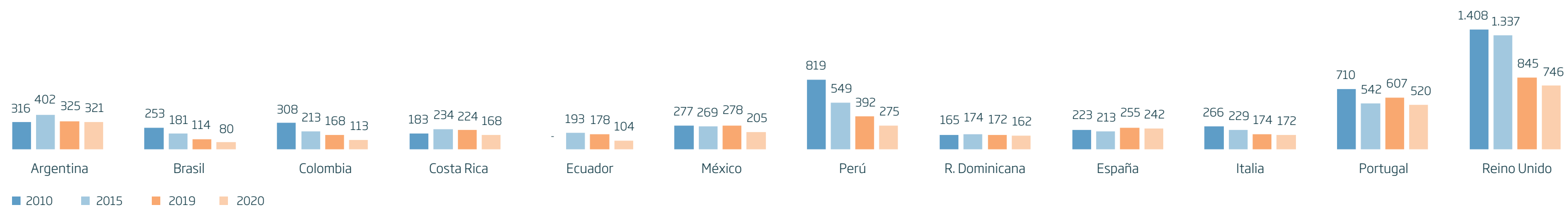


**Figura 17** Número de transacciones diarias por POS, 2010-2020

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



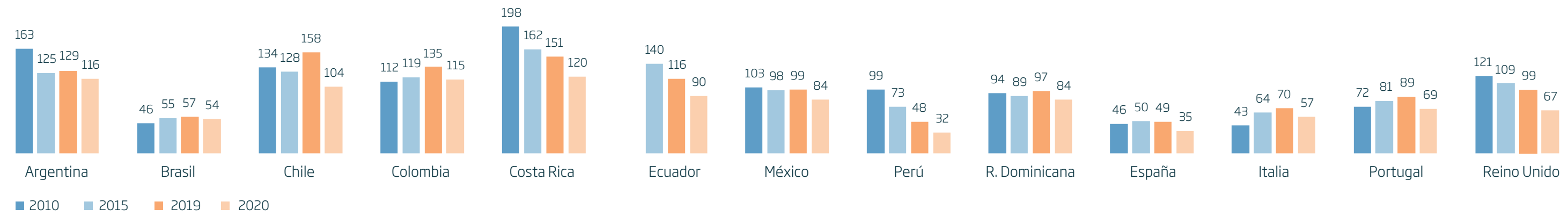
**Figura 18** Valor de transacciones diarias por POS, 2010-2020, USD

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

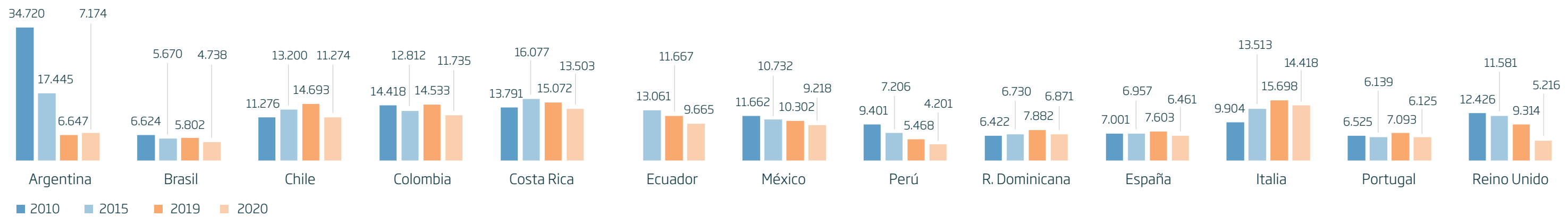
3. El sector en cifras



**Figura 19** Número de transacciones diarias por ATM, 2010-2020

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 20** Valor de transacciones diarias por ATM, 2010-2020, 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

## Las redes de ATM siguen replegándose en mercados maduros

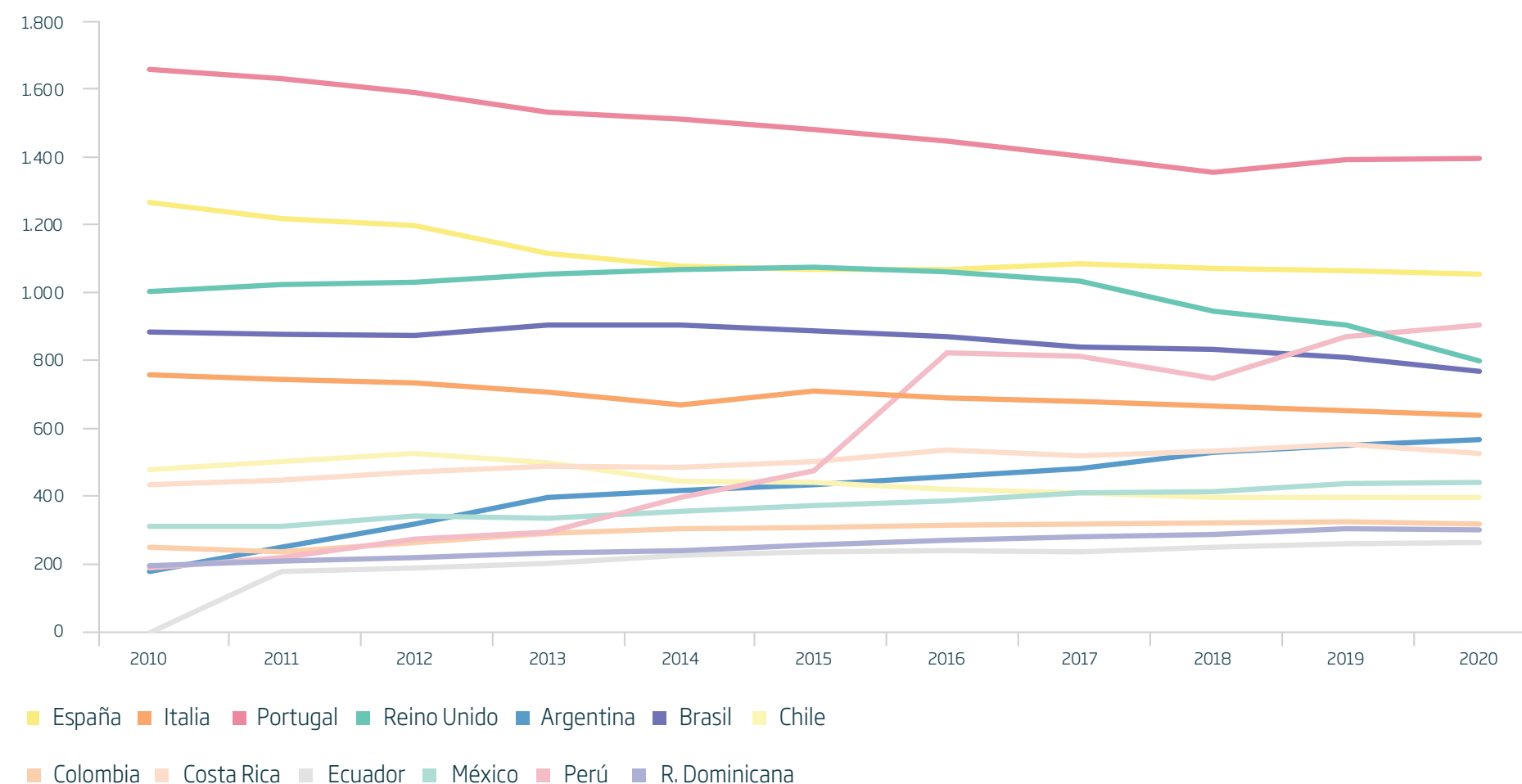
Las redes de ATM y POS en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual en la última década, tal y como se muestra en la **Figura 21** para los ATM, y en la **Figura 22** para los POS.

En Brasil, la red de ATM reduce su tamaño en 2020 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 21** destaca la caída de la cobertura ATM per cápita en Brasil y Chile, en Latinoamérica, y en todos los países europeos en la última década. El parque de ATM en España, Italia, Portugal y Reino Unido al cierre de 2020 tiene una dimensión del 81%, 83% y 86% sobre el de 2010, respectivamente. En el lado opuesto se sitúan Perú y Argentina, cuya red de ATM, si bien parte de una cobertura per cápita significativamente más reducida, se multiplica por cinco y tres veces, respectivamente, en la última década.

Ecuador se encuentra a la cola en cobertura ATM por millón de habitantes (265), que desbanca a República Dominicana de una histórica última posición (303), por detrás de Colombia (320), Chile (400) y México (445). Las coberturas per cápita más elevadas las siguen registrando, a pesar de la caída de la red, Portugal (1.400) y España (1.000).

## Las redes de ATM y POS en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual en la última década



**Figura 21** Número de ATM por cada millón de habitantes, 2010-2020

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

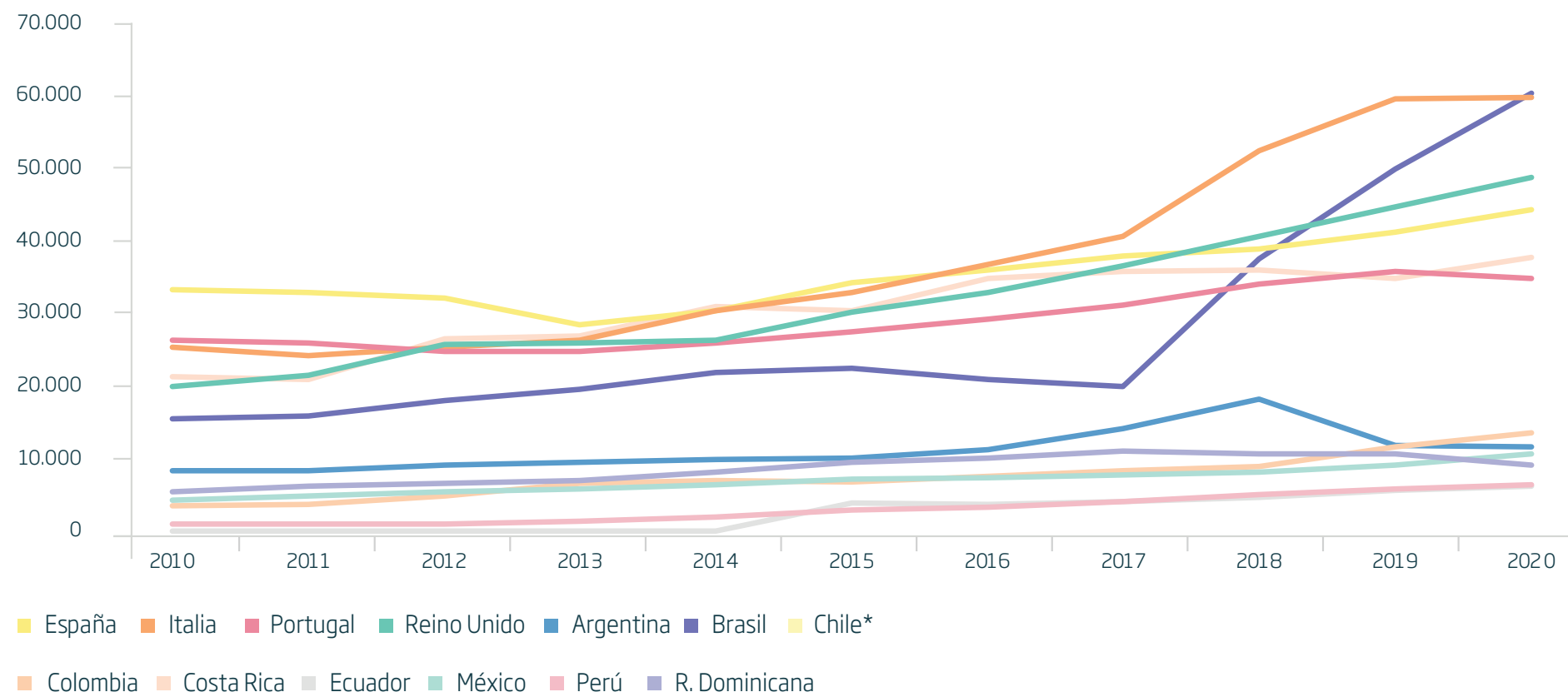
## La diferente capilaridad de las redes de POS se mantiene

La **Figura 22** pone de manifiesto el liderazgo indiscutible de Italia y Brasil en cuanto a cobertura POS per cápita, con ambos países en torno a los 60.000 POS por millón de habitantes.

Entre los 40.000 y 60.000 se sitúan Reino Unido (48.700) y España (44.400). En un siguiente escalón de cobertura se encuentran Portugal (34.800) y Costa Rica (37.500). Por debajo de 10.000 por millón se sitúan Ecuador, Perú y República Dominicana.

Brasil alcanza una cifra agregada cercana a los 13 millones de terminales al cierre de 2020, un parque 4,3 veces superior al registrado en 2010, si bien no es el que más ha crecido en este periodo: el parque de POS de Perú se ha multiplicado por siete en la última década, y es 4,4 veces superior en el caso de Colombia. España registra un crecimiento anual compuesto en el periodo del 3,0% (y un 6,8% interanual), superando los dos millones de POS instalados en 2020, mientras que en Portugal el parque cae un -3,5% en 2020. Los crecimientos interanuales más elevados los registran Brasil (21,9%), México (19,8%), Colombia (17,9%) y Perú (11,7%). Reino Unido e Italia cuentan con un parque total de POS, respectivamente, de 3,3 millones y 3,6 millones de terminales.

Tal y como se puede apreciar en la **Tabla 8** y en la **Tabla 9**, la variación en el número de puntos de las redes de disposición tiene un reflejo en el número y el valor de las transacciones. Reino Unido registra la caída más alta de crecimiento anual compuesto en el uso de ATM durante el periodo 2010-2020 (-7,1% CAGR), seguido de España (-4,5%), en términos de número de operaciones. Italia es el único europeo que se mantiene en tasas positivas (1,3%). En Latinoamérica los crecimientos son positivos en todos los países salvo en Chile (-3,0%) y Costa Rica (-2,0%), destacando Argentina (6,5%) y México (5,8%).



**Figura 22** Número de POS por cada millón de habitantes, 2010-2020

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

\* No existen datos oficiales de carácter público para la serie correspondiente a Chile

**Liderazgo indiscutible de Italia y Brasil en cuanto a cobertura POS per cápita, con ambos países en torno a los 60.000 POS por millón de habitantes**



En términos de valor del dinero en efectivo retirado de ATM caen los países europeos además de Argentina, Brasil y en menor medida, Chile. El resto registra un crecimiento anual compuesto para el periodo de signo positivo.

Durante el año de la pandemia, sin embargo, todos los países registran caídas significativas en el uso de los ATM, de dos dígitos salvo en el caso de Argentina. Los países que registran una mayor caída son Reino Unido (-39,5%), Chile (-33,6%), España (-31,2%) y Perú (-29,9%). En términos de valor retirado en el POS, Reino Unido registra la mitad de libras que en 2019, muy lejos de las caídas que no superan el 20% en la mayor parte de los países.

El monto medio por operación registrada en los ATM en 2020 oscila entre los 62 dólares de Argentina, los 187 dólares de España o los 253 de Italia. En todos los países el importe medio crece en 2020 con respecto a 2019, salvo en Brasil y Reino Unido.

Los titulares de tarjetas en España retiraron el equivalente en euros de 117 mil millones de dólares de los ATM durante 2020. En Italia este importe ascendió a 204 mil millones, un valor que casi duplica el retirado en los ATM de Reino Unido y que en términos per cápita es el más elevado de todos los países del Informe. En Portugal se retiraron 32 mil millones de dólares.

En el periodo 2010-2020 los países que más crecen en términos de volumen de pagos en el POS son Chile (22,0% CAGR) y Perú (17,5%). Aumenta en Italia, España y Reino Unido tanto el número de operaciones de pago en POS (+9,7%, 8,2% y 7,5% CAGR, respectivamente) como el valor (+4,6%, 3,8%, 3,4%). Portugal se estanca en el periodo en ambas variables.

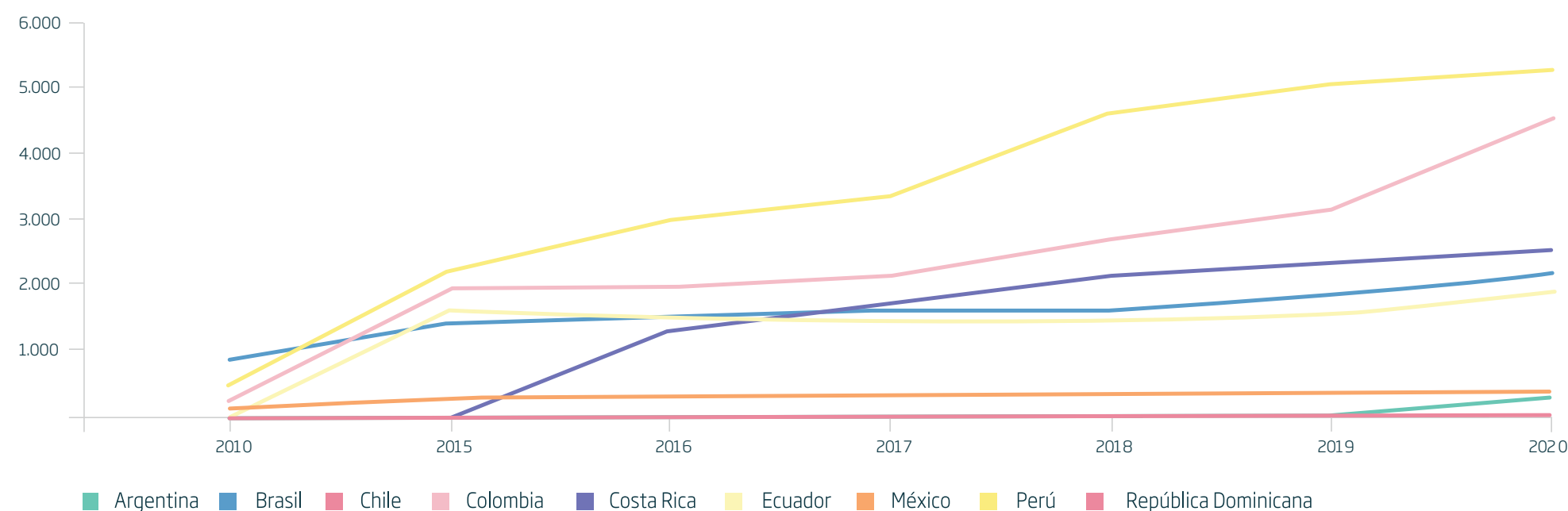
El comportamiento en 2020 merece atención aparte por la excepcionalidad de ese año. Cae la transaccionalidad en el POS en todos los países salvo en Argentina, Brasil y España, aunque el único que registra un dato positivo en términos de valor es éste último.

El importe medio por operación de pago en POS oscila entre los 18 dólares registrados en Brasil y los 76 de Ecuador, sin registrar un patrón asociado a la condición de país europeo o latinoamericano. Sí se aprecia una reducción generalizada del ticket medio del pago con tarjeta en 2020.

## Las redes de corresponsalía no bancaria detienen su expansión

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 23**). Se intuye que próximamente estos puntos de atención físicos serán relevantes en aquellos países europeos que se enfrentan al repliegue de las sucursales bancarias más tradicionales, especialmente en ámbitos rurales.

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 con más de tres corresponsales por cada 1.000 habitantes, y Costa Rica la tercera posición mientras República Dominicana y México apenas registran cambios, y se sitúan en la parte baja del rankin. Argentina inaugura su presencia en este indicador tras la Comunicación A6603 del Banco Central de la República Argentina (BCRA) que aprueba en 2019 la delegación de servicios bancarios en entidades comerciales no financieras.



**Figura 23** Número de corresponsales bancarios por millón de habitantes, 2020

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

## Financiar las compras con tarjeta de crédito sigue siendo un hábito más latinoamericano que europeo

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito (**Tabla 10**) persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado Latinoamérica en relación con Europa, aún considerando Reino Unido.

De hecho, el peso de la financiación del consumo con tarjeta de crédito tiene un peso considerable respecto al PIB doméstico en Colombia (6,0%), Chile (4,0%) y Brasil (3,9%). Costa Rica (3,2%), Argentina (2,4%) y Ecuador (2,3%) se sitúan en posiciones intermedias, pero todos ellos por encima del peso que representa esta modalidad de financiación de las compras en Europa, salvo el caso del ya señalado Reino Unido (2,3%).

La caída interanual del valor financiado con tarjeta de crédito ha sido generalizada (salvo Argentina), con especial intensidad en Chile (-25,2%), México y Ecuador (-23,6%) y Brasil (-22,4%). En crecimiento anual compuesto durante la última década registran tasas negativas únicamente Brasil, Ecuador, México y Reino Unido. España registra un tímido 0,6% en consonancia con el reducido peso de esta práctica en el PIB (1,0%), el más reducido de todos los países recogidos en el Informe, seguido de cerca por Italia (1,1%).

Los valores medios más elevados de saldo vivo por tarjeta de crédito en circulación se registran en Italia (1.488) y Colombia (1.111 USD), y los más reducidos en Argentina (157 USD) y Brasil (198 USD). Los valores medios en Europa muestran dos comportamientos: España y Portugal en torno a los 340 dólares por tarjeta de crédito en circulación; Reino Unido e Italia en el rango de los 1.000-1.500 dólares, más acusado en el caso de éste último.

	Valor (USD) por tarjeta de crédito	Valor total (% del PIB)	Valor	
	2020		Tasa de crecimiento 2019-2020	Tasa de crecimiento anual compuesto 2010-2020
Argentina	157	2,4%	5,1%	5,4%
Brasil	198	3,9%	-22,4%	-0,2%
Chile	722	4,0%	-25,2%	6,5%
Colombia	1.111	6,0%	-11,9%	4,1%
Costa Rica	809	3,2%	-18,6%	6,1%
Ecuador	222	2,3%	-23,6%	-4,9%
México	484	1,2%	-23,6%	-4,6%
Perú				
República Dominicana	387	1,2%	-20,2%	7,9%
España	329	1,0%	-1,3%	0,6%
Italia	1.488	1,1%	-14,6%	6,3%
Portugal	352	1,5%	-4,0%	-1,0%
Reino Unido	980	2,3%	-13,0%	-3,5%

**Tabla 10** Financiación al consumo con tarjeta de crédito, 2020, USD

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

\* El dato de Chile, Ecuador y de México es de 2015-2020 al no estar disponibles datos anteriores a 2015

\* El dato de Italia corresponde al periodo 2017-2020. En Perú la serie en la SBS se discontinuó en 2017. En Portugal la serie se discontinuó en 2019, se ha usado ese dato.

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado Latinoamérica en relación con Europa, aún considerando Reino Unido

## El uso de la banca online ya es mayoritario en Chile, Costa Rica y Europa (salvo Portugal)

La banca *online* sigue ganando peso a grandes pasos como canal transaccional para operaciones de pago. La **Tabla 11** 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 de los que se ha podido acceder a información y datos relevantes, se observa que la proporción de operaciones con impacto financiero realizadas online sobre el total ya superan el 20% del total en Argentina, Brasil, Colombia y Perú. No hay datos oficiales disponibles para esta variable para los casos de España, Italia, Portugal y Reino Unido, ni del resto de países de la región Latinoamericana.

	Número de usuarios de banca online (Millones)	Usuarios banca online (% total población)
Argentina	20	44%
Brasil	59	28%
Chile	17	91%
Colombia	25	49%
Costa Rica	3	59%
Ecuador	-	-
México	56	44%
Perú	6	18%
República Dominicana	5	45%
España	29	62%
Italia	35	59%
Portugal	5	47%
Reino Unido	54	80%

## El ecommerce marca nuevos records de transaccionalidad

El comercio electrónico minorista en Latinoamérica (**Figura 24**) se ha multiplicado por casi siete en el periodo -en volumen de ventas realizadas por este canal-, alcanzando una cifra global de 107 mil millones de dólares en 2020. Brasil concentra el 45% del valor de las ventas registradas, seguido de México con un 29%. Argentina ocupa la tercera posición con el 12%, seguida de Colombia y Chile (9%).

Conviene recordar 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 e-commerce 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.

Destaca, con gran diferencia, el comportamiento y dimensión del e-commerce en Reino Unido, uno de los mayores mercados en ventas online a nivel global. No en vano, el valor de las transacciones de e-commerce pagadas con tarjetas supera los 225 mil millones de euros, con un espectacular incremento del 20% durante el 2020. En número de ventas online, se superan los 2.700 millones, un 4,5% superior a la cifra de 2019.

**Tabla 11** Banca online, 2020

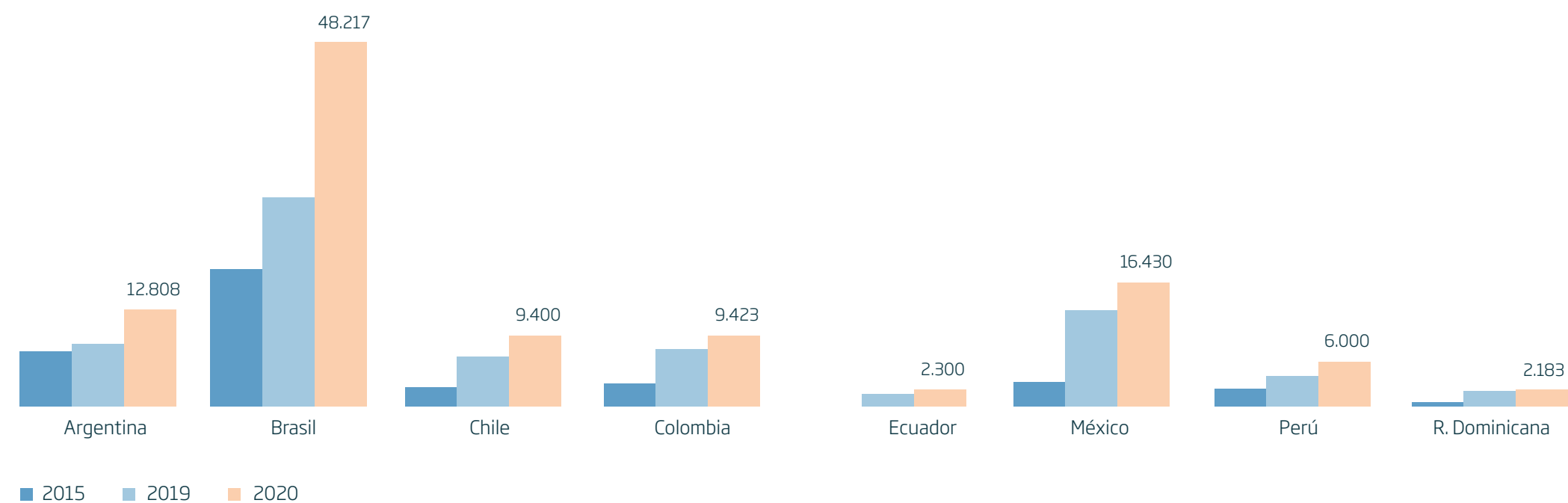
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales, superintendencias de bancos, Eurostat, IPSOS, ONTSI

Portugal registró transacciones en e-commerce por valor de más de 7.400 millones de euros, anotando un tímido crecimiento interanual del 20%. El Banco de Portugal en su Relatório dos Sistemas de Pagamentos 2020 reconoce que las compras online alcanzaron en 2020 el 12,8% del volumen y el 11,6% del valor de las compras realizadas con tarjetas emitidas en Portugal, contrarrestando la caída registrada en las compras físicas. Italia generó en 2020 una facturación de e-commerce de 30.600 millones de euros, menor al registrado en 2019 y único país que anota un retroceso.

España ha visto multiplicar por siete el volumen de facturación del comercio electrónico desde 2010. Las cifras publicadas por la CNMC relativas al ejercicio 2020, que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 1038 millones de transacciones de comercio electrónico (un 20% más que las registradas en 2019), que supusieron un volumen de negocio cercano a los 52 mil millones de euros, un 6% más que en 2019.

En el detalle de las transacciones por origen y destino (**Figura 26**), se aprecia el predominio de las transacciones desde España con el exterior (57%), asociado a la importación de bienes y servicios adquiridos online cuyo peso ha crecido enormemente en el último año.

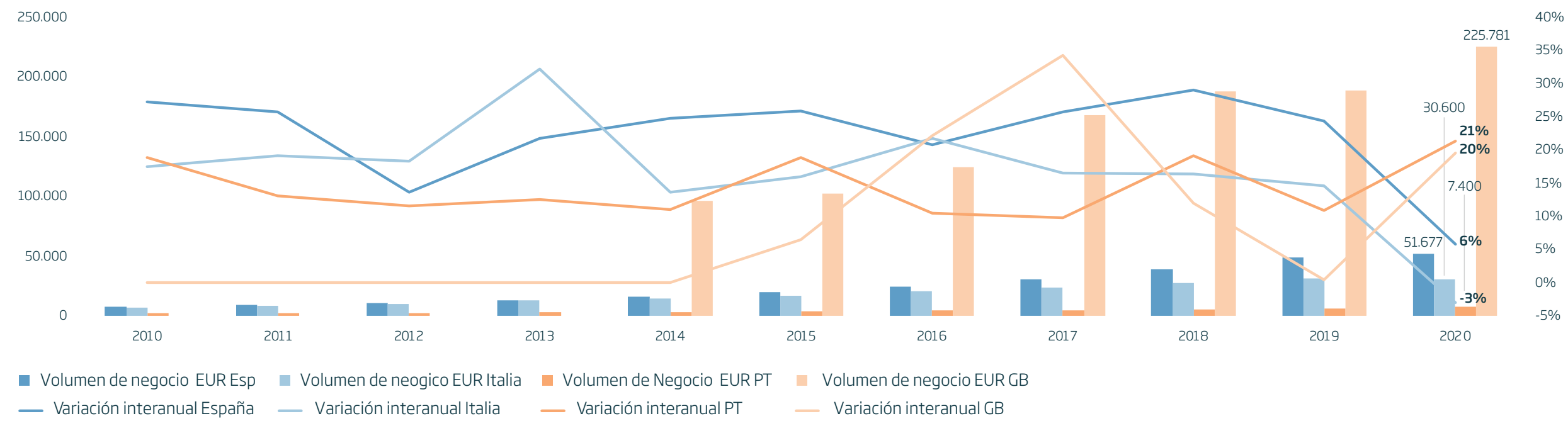
Las transacciones realizadas en el mercado doméstico (32%) se han matenido inalteradas en términos relativos y, quizá lo más inquietante es la caída, a casi la mitad en términos de representación sobre el total de la facturación e-commerce en España, de las transacciones registradas desde el exterior con España, esto es, las exportaciones e-commerce (12%) que interrumpe en 2020 el crecimiento gradual registrado desde 2010, año en el que alcanzaron el 20% del total.



**Figura 24** Comercio electrónico en Latinoamérica, 2020, millones

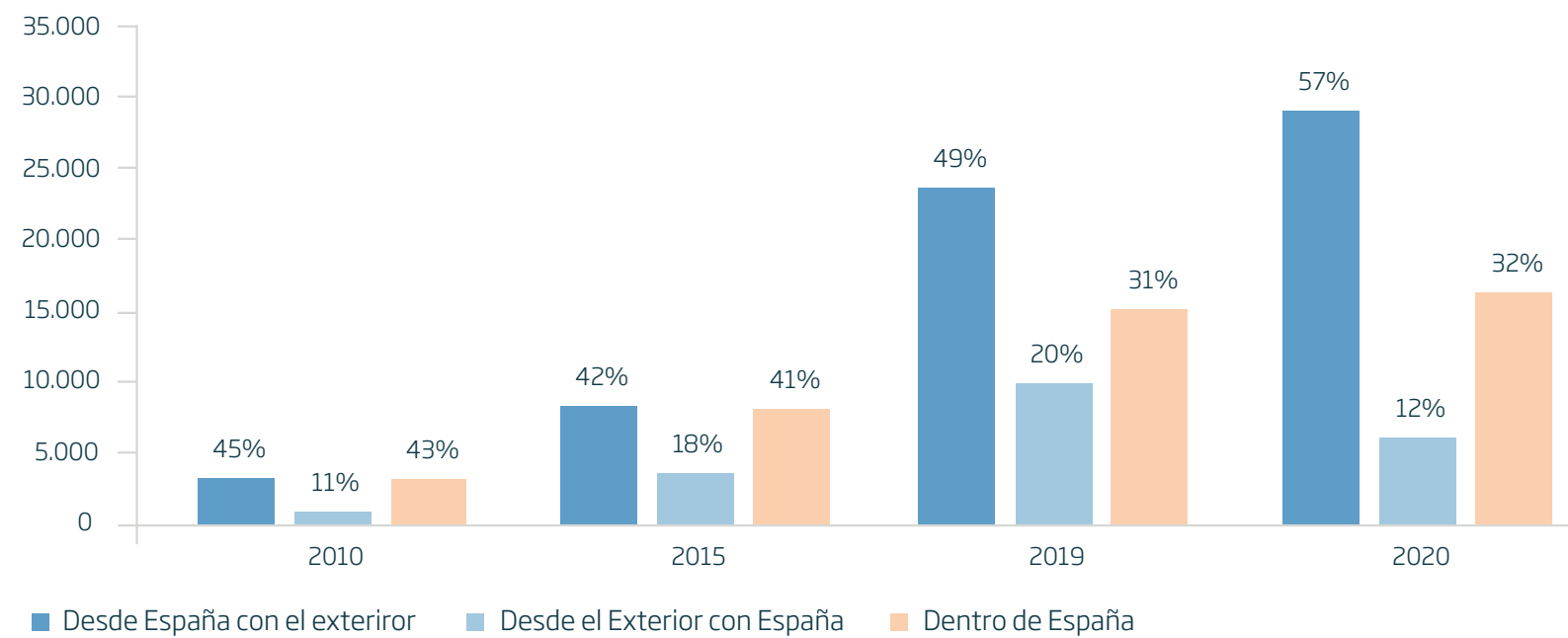
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos

### 3. El sector en cifras



**Figura 25** Comercio electrónico en España, Italia, Portugal y Reino Unido, 2010-2020, 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



**Figura 26** Comercio electrónico en España, 2010-2020, % de facturación ecommerce

Fuente: Afi, a partir de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

# 4 Demanda





Introducción	120
Población bancarizada internauta	122
La multibancarización avanza paulatinamente en Latinoamérica	123
Se dispara el uso de billeteras o agregadores y apps de pago entre particulares	131
El efectivo se resiste a desaparecer, al menos a corto plazo	138
Pago con dispositivos móviles	142
Buy Now Pay Later	146
Ecommerce	149
Sistemas de seguridad para el pago online	152
Nuevos agentes en el espacio financiero	156
Resumen por país	158
Conclusiones y reflexiones finales	198

Tras la pandemia, cada medio de pago encuentra su utilidad en un mercado diversificado. El consumidor aparece con una cartera diversa de medios de pago, que usa en función de sus preferencias y las alternativas ofrecidas por los establecimientos.

El *gap* existente entre lo que los clientes quieren usar y lo que es aceptado en establecimientos obliga a disponer de más medios de pago y a que no se renuncie a ninguno.

El uso del móvil para envío de dinero, pagos en comercios físicos y compras online se dispara, y los bancos tradicionales comienzan a ceder en favor de las nuevas compañías que operan en el ámbito financiero, especialmente los neobancos.





En la presente entrega, en línea con las ediciones anteriores, se exponen los resultados de la investigación que tiene como objetivo ofrecer una visión global y evolutiva de las tendencias de los medios de pago desde la perspectiva de la demanda. El estudio se centra en la óptica de la población más relevante para el sector financiero en el actual momento del proceso de digitalización -la población bancarizada internauta-, y permite conocer el estado de la situación un año después de la irrupción de la COVID-19 y su impacto en el uso de los medios de pago.

El ámbito de la investigación llega, este año, a un total de doce países: ocho pertenecientes a Latinoamérica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y República Dominicana y, por primera vez, Ecuador) y cuatro, a Europa (España, Italia, Portugal y Reino Unido).

El estudio comienza con un repaso sobre la creciente multiplicidad de medios de pago utilizados. Aumenta el porcentaje de población que utiliza medios de pago digitales (ya sean billeteras /agregadores, o apps de pago entre particulares) y se recupera el uso del efectivo tras el paso de la pandemia. Los medios de pago pivotan en torno a un protagonista claro: la tarjeta, utilizada tanto para las compras en establecimiento físico como para las compras online.

A continuación se observa cómo empiezan a tomar posiciones los nuevos operadores dentro de la industria financiera, con especial mención en este apartado a los neobancos, y sobre todo en algunos países de Latinoamérica como Brasil y Colombia.

También se analizará cómo el dispositivo móvil sigue en proceso de convertirse en un instrumento fundamental para la población bancarizada internauta, no solo por el aumento en el uso de medios de pago digitales a través del móvil, sino también por ser el dispositivo predilecto para la compra online.

Se repasarán algunas temáticas específicas de este año, como la tenencia de tarjetas, el uso de la modalidad de crédito, la aparición de nuevos sistemas de financiación como Buy Now Pay Later, o la experiencia con el segundo factor de autenticación en las compras online.



## Metodología

**Tipo de investigación:** cuantitativa mediante encuesta online (CAWI)

**Universo:** población bancarizada internauta mayor de 18 años

**Alcance geográfico:** Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, República Dominicana, España, Italia, Portugal y Reino Unido

**Duración cuestionario:** 15 minutos

**Tamaño muestral:** 400 entrevistas por país (4.800 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 2021

**Responsable de la investigación:** The Cocktail Analysis®

# Población bancarizada internauta

Esta investigación ha sido realizada sobre la población adulta bancarizada internauta (ABI en adelante), es decir, el segmento de la población mayor de 18 años que tiene acceso a Internet y que dispone de una cuenta (en un banco, caja de ahorro, unión de crédito u otras instituciones financieras).

Los dos indicadores expuestos en la Tabla 1 permiten tener una visión general de la situación de cada país respecto al nivel de bancarización y el uso de Internet.

Según los datos más actualizados de “The Global Findex Data Base” del Banco Mundial realizada en 2017, se constata que, en los países europeos incluidos en la investigación, la población bancarizada se aproxima a la totalidad, superando en todos los casos el 90%. Por su parte, los niveles de bancarización en Latinoamérica generan la imagen de un proceso en curso (estando a la cabeza de este fenómeno tanto Chile como Brasil, donde se supera el 70% de población bancarizada).

Respecto al acceso a Internet, a partir de la información publicada por la International Telecommunication Union (ITU), la población internauta es mayoritaria en todos los países analizados. Para poder realizar una correcta lectura de los datos presentados en este informe, es esencial tener presentes las diferencias internas de composición de la población ABI en los diferentes países. Así, en los países de Latinoamérica, la población ABI está compuesta por individuos de menor edad y que pertenecen a segmentos socio-económicos medios y altos en comparación con la estructura más horizontal que presenta la población ABI europea. Estas diferencias en la composición de la población ABI son clave para realizar una correcta lectura comparada entre países.

Se ha incluido un análisis por edad allí donde ha sido pertinente, es decir, donde se establecían diferencias significativas entre ambos grupos poblacionales. Dicho análisis por edad se ha realizado a través de la mediana en cada uno de los países, para mantener bases representativas en ambos segmentos, generando dos grupos (jóvenes y adultos).

Así, en Latinoamérica, la población bancarizada internauta joven se encuentra aproximadamente entre los 18 y los 35 años, mientras que los adultos son mayores de 35 años. En cambio, en Europa encontramos dos realidades: mientras que en España, Italia y Portugal el tramo de edad más joven llega hasta los 40 años, en Reino Unido el tramo más joven alcanza los 51 años.

	Población bancarizada mayor de 18 años (Globalfindex 2017) <sup>1</sup>	Mayores de 15 años con acceso a Internet (ITU 2016-2017-2018-2019-2020) <sup>2</sup>
Argentina	48,7%	74,3%
Brasil	70,0%	73,9%
Chile	74,3%	82,3%
Colombia	45,8%	65,0%
Ecuador	51,3%	54,1%
México	36,9%	72,0%
Perú	42,6%	65,3%
República Dominicana	56,2%	74,8%
España	93,8%	93,2%
Italia	93,8%	74,4%
Portugal	92,3%	78,3%
Reino Unido	94,6%	94,8%

**Tabla 1** Población bancarizada y población internauta

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Global Findex 2017, de International Telecommunication Union (ITU 2016-2017-2018-2019-2020)

<sup>1</sup> Últimos datos publicados por el Banco Mundial en el momento de la realización de este informe, <https://globalfindex.worldbank.org/>

<sup>2</sup> 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>

# La multibancarización avanza paulatinamente en Latinoamérica

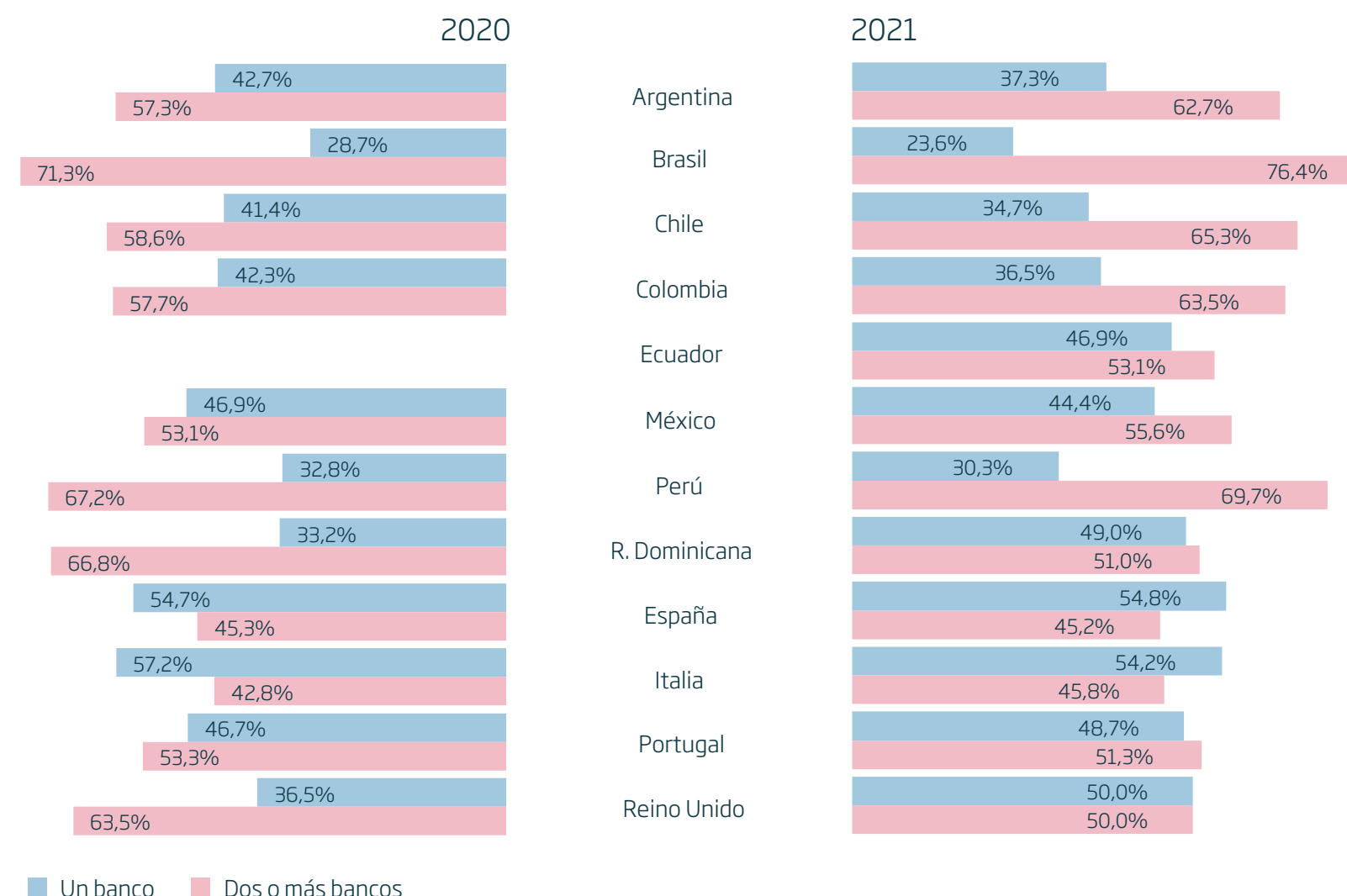
## La multibancarización crece paulatinamente en Latinoamérica y tiende al estancamiento o retroceso en Europa

En Europa, se produce una estabilización e incluso una ligera recesión de la multibancarización.

La población ABI que opera con una sola entidad se iguala con la que opera con más de un banco, tendiendo al equilibrio en todos los países europeos. Destaca Reino Unido, país que experimenta una mayor recesión a esta multibancarización (pasando del 63,5% de la población que operaba con dos o más entidades, a un 50,0% en 2021).

Esta situación específica de Reino Unido puede derivar de la implementación de los sistemas Open Banking, donde se ofrecen soluciones financieras de una manera centralizada sin necesidad de contar con varias entidades para cubrir necesidades específicas.

Por su parte, en Latinoamérica se sigue viendo un incremento del fenómeno de la multibancarización. El porcentaje de población ABI que opera con más de una entidad supera en todos los países el 50% y Brasil continúa a la cabeza en población ABI multibancarizada (76,4%).



**Figura 1** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)<sup>4</sup>

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Con cuántos Bancos o Neobancos operas/tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?"

<sup>3</sup> Para más información sobre el sistema Open Banking y sus implicaciones: "Future of finance" Bank of England. Accesible en 2021 en: <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/report/2019/future-of-finance-report>

<sup>4</sup> En la medición previa (año 2020) se preguntaba: 'Con cuántos Bancos / entidades financieras operas o tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero actualmente?' y se indicaba exclusivamente y como concepto general: bancos. En la medición actual (2021) se ha preguntado: '¿Con cuántos bancos u otros proveedores operas/tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?' Se incluían seis tipos de entidades con las que actualmente se pueden tener relaciones de carácter financiero: bancos, neobancos, comercios o tiendas físicas, webs de comercio electrónico, grandes compañías tecnológica y grandes compañías de telecomunicaciones. Para establecer puntos de referencia de cada uno de los proveedores se incluían ejemplos específicos por cada tipo de entidad en función de cada uno de los países analizados. Para establecer una comparativa entre la pregunta del año precedente y el actual, se ha unido únicamente "bancos" y "neobancos" como suma que permite una comparativa con la formulación previa donde únicamente se mencionaba "bancos".

## Brasil y Colombia presentan un sector de neobancos en auge

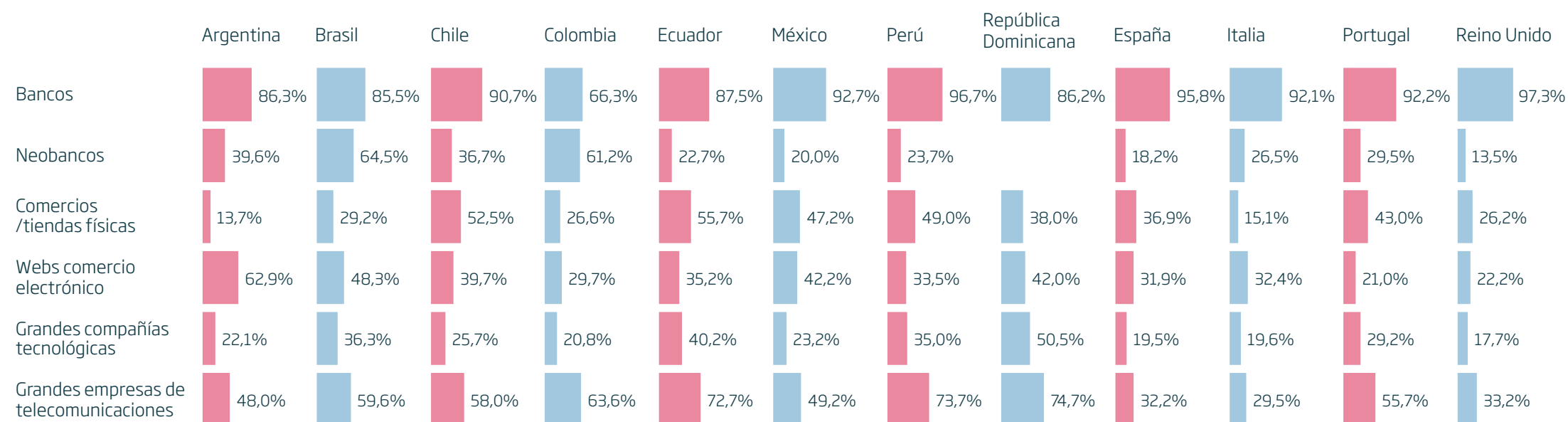
El banco sigue siendo la entidad con la que más se opera en términos financieros. Sin embargo, otro tipo de entidades están incrementando su presencia (Figura 2).

Este aumento se da especialmente en Latinoamérica, donde las compañías de telecomunicaciones (a través de créditos personales) o la inclusión de neobancos están generando un nuevo paradigma financiero.

Sin embargo, aunque la población ABI está comenzado a trabajar con estas nuevas entidades desde un punto de vista financiero, a la hora de establecer una preferencia o identificar el tipo de entidad principal, el banco sigue siendo el protagonista (Figura 3).

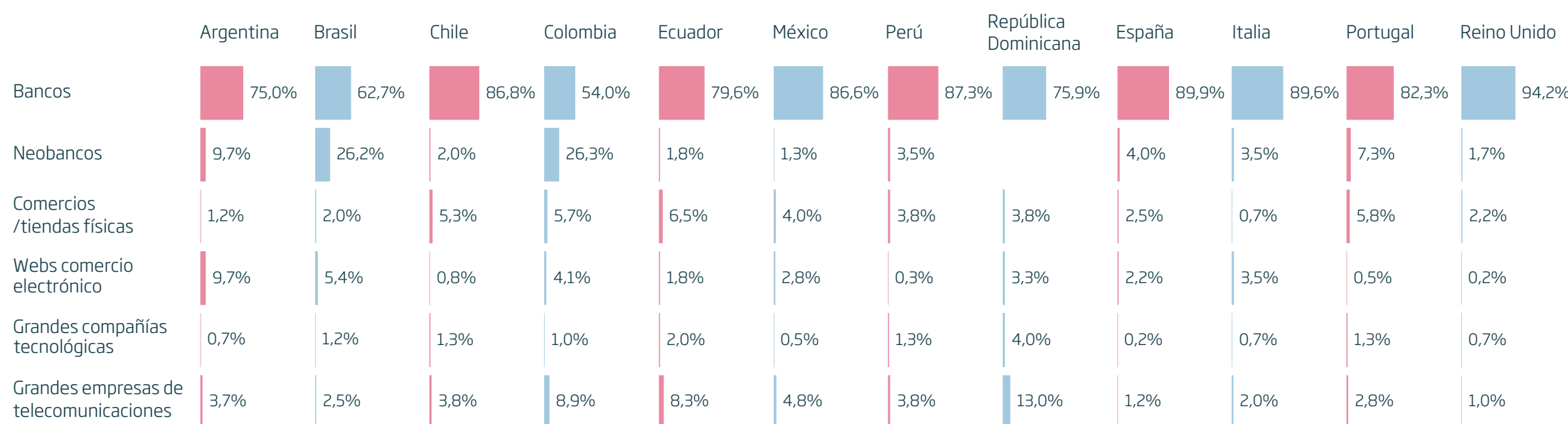
Sí se significan dos países en este aspecto, Brasil y Colombia, donde algo más del 26% de la población ABI indica como entidad principal un neobanco <sup>5</sup>. Esta presencia se explica, no solo por la gran presencia de este tipo de entidades, sino también por la edad, ya que son los grupos más jóvenes, tanto de Brasil como de Colombia, los que en mayor medida operan con estas entidades y las identifican como sus principales.

Aunque la población bancarizada está comenzado a trabajar con nuevas entidades desde un punto de vista financiero, a la hora de establecer una preferencia o identificar el tipo de entidad principal, el banco sigue siendo el protagonista



**Figura 2** Bancos u otros proveedores con los que opera la población ABI <sup>6</sup>

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Con cuántos bancos u otros proveedores operas o tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?"



**Figura 3** Banco u operador principal

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿cuál consideras la principal?"

<sup>5</sup> Para más información se remite al informe de la Asociación bancaria de entidades financieras de Colombia (Asobancaria) [https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2021/06/1286\\_BE.pdf](https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2021/06/1286_BE.pdf) y al informe "La aceleración de la inclusión financiera durante la pandemia de COVID-19: Oportunidades ocultas que salen a relucir" de Mastercard [https://www.mastercard.com/news/media/qdxk0ncami\\_201016\\_mastercard\\_financial\\_inclusion\\_during\\_covid\\_es\\_short\\_03-1.pdf](https://www.mastercard.com/news/media/qdxk0ncami_201016_mastercard_financial_inclusion_during_covid_es_short_03-1.pdf)

<sup>6</sup> En República Dominicana, para la pregunta "¿Con cuántos bancos u otros proveedores operas o tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?" No se especificaba la opción "neobancos" debido a su escasa presencia".

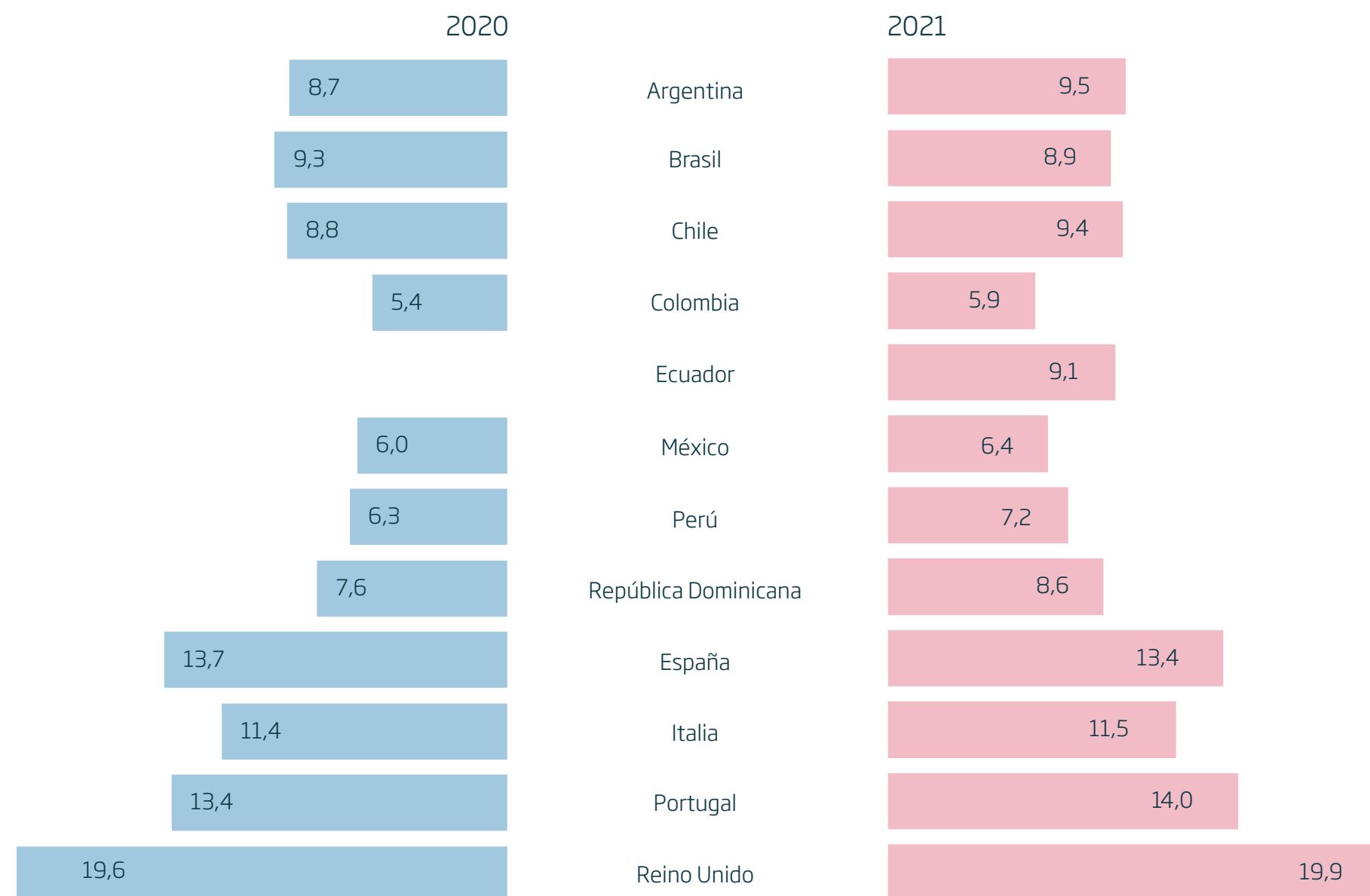
## La relación con el banco como entidad financiera principal continúa extendiéndose. El cliente es un cliente fiel

La relación con la entidad financiera principal (siendo ésta bancos o neobancos) continúa estable, manteniéndose en todos los países con valores similares a 2020 o ligeramente superiores.

En los países latinoamericanos es menos duradera que en los países europeos, siendo Colombia, México y Perú los países latinoamericanos con la relación menos extensa con su entidad financiera principal (5,9, 6,4 y 7,2 años de media respectivamente). Por el contrario, Argentina, Brasil, Chile y Ecuador superan los 9 años.

Los países europeos, por su parte, destacan por ser los países con las relaciones más duraderas con su banco principal, posicionándose, una vez más, Reino Unido a la cabeza con una relación media de 19,9 años.

En los países latinoamericanos la relación con la entidad financiera es menos duradera que en los países europeos, siendo Colombia, México y Perú los países latinoamericanos con la relación menos extensa con su entidad financiera principal



**Figura 4** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años - evolutivo 2020-2021)<sup>7</sup>

Población analizada: Total población ABI que tiene al banco o neobanco como entidad principal

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Cuánto tiempo hace que operas con tu banco o entidad financiera principal?"

<sup>7</sup> En la medición previa (año 2020) se preguntaba: "¿Con cuántos bancos/entidades financieras operas o tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero actualmente?" y se indicaba exclusivamente y como concepto general: bancos. En la medición actual (2021) se ha preguntado: "¿Con cuántos bancos u otros proveedores operas/tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros actualmente?" Y se incluían seis tipos de entidades con las que actualmente se pueden tener relaciones de carácter financiero: bancos, neobancos, comercios o tiendas físicas, webs de comercio electrónico, grandes compañías tecnológica y grandes compañías de telecomunicaciones. Para establecer puntos de referencias de cada uno de los proveedores se incluían ejemplos específicos por cada tipo de entidad en función de cada uno de los países analizados. Para establecer una comparativa entre la pregunta del año precedente y el actual, se ha unido "bancos" y "neobancos" como suma que permite una comparativa con la formulación previa donde únicamente se mencionaba "bancos".

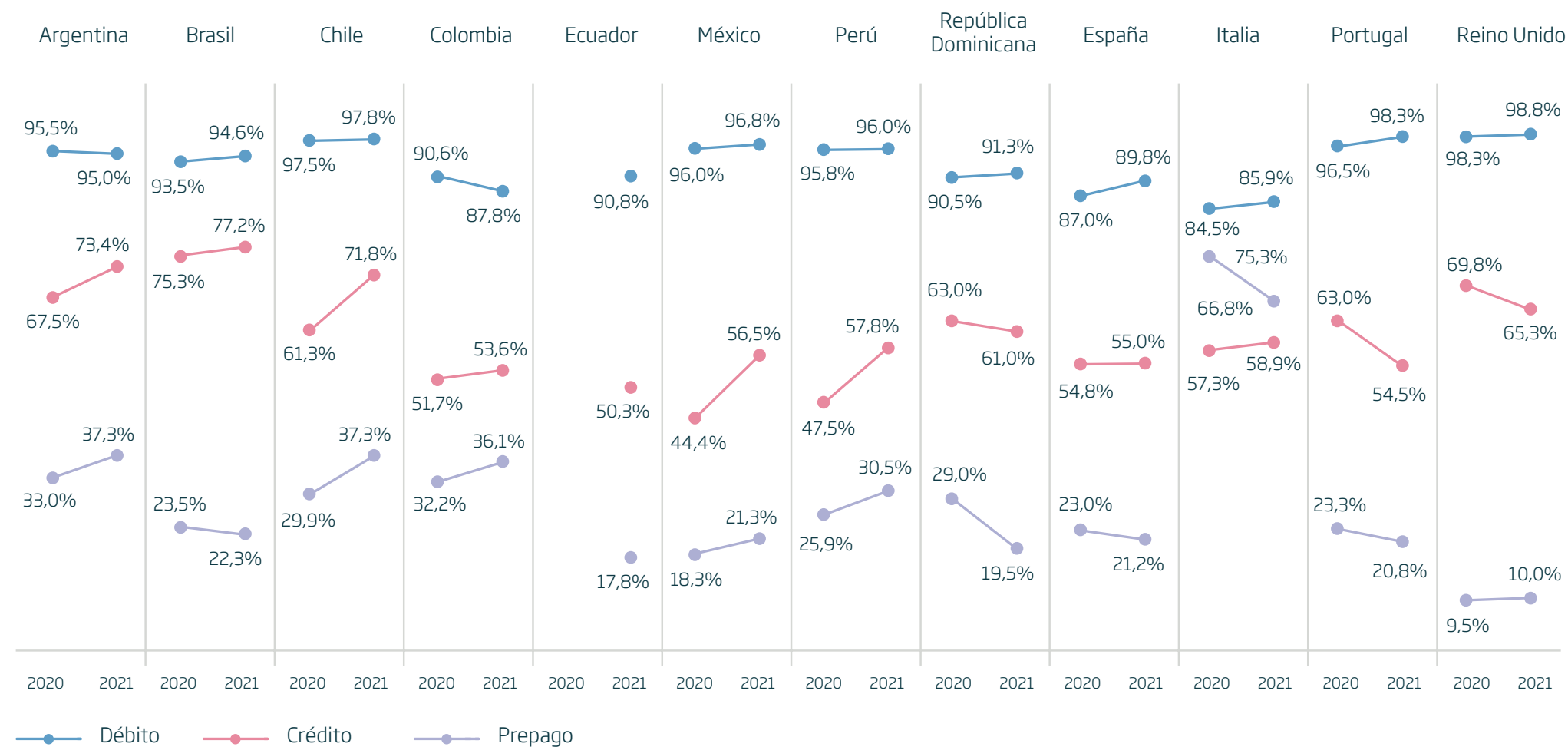
## La tarjeta de crédito recupera presencia en América Latina, pero la de débito sigue siendo la protagonista en todos los países

La tarjeta de débito continúa siendo la gran protagonista, manteniendo unos porcentajes similares a los de periodos anteriores. En todos los países la población con tarjeta de débito supera el 85%, estando a la cabeza Reino Unido y Portugal (98,8% y 98,3% respectivamente).

Tras el ligero descenso de población tarjetahabiente de crédito durante el año 2020, en 2021 hay una recuperación generalizada en todos los países a excepción de República Dominicana, Portugal y Reino Unido, que continúan en descenso (-2,0 p.p., -8,5 p.p. y -4,5 p.p. respectivamente). Entre los países donde aumenta el porcentaje de tarjetahabientes de tarjeta de crédito, destacan México y Chile como los países que más ha aumentado la población con este tipo de tarjetas (+12,1 p.p. y +10,5 p.p., respectivamente).

Con respecto a la tarjeta prepago, Latinoamérica experimenta un crecimiento generalizado, a excepción de República Dominicana, que desciende 9,5 p.p., y Brasil, que pierde 1,2 p.p. Chile es el país que más crece con respecto al 2020 (+7,4 p.p.) seguido de Perú (+4,6 p.p.).

Por el contrario, en Europa hay un decrecimiento generalizado en la tenencia de tarjetas prepago con Italia a la cabeza, presentado un descenso de 8,5 puntos porcentuales. Dato que destaca si se tiene en cuenta que el uso de este tipo de tarjetas en Italia, especialmente para compras online, es una tendencia propia en su población ABI. Se trata de un fenómeno independiente que no encuentra similitudes con ningún otro país analizado <sup>8</sup>.



**Figura 5** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

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?"

<sup>8</sup> Para más información se remite al informe de la Associazione Bancaria Italiana [https://www.abi.it/DOC\\_Mercati/Analisi/Innovazione-ricerca/Banche-social-media/DIGITALIZZAZIONE%20E%20INNOVAZIONE%20NEL%20RETAIL%20BANKING\\_%20RELAZIONE%20BANCA%20CLIENTE%202020.pdf](https://www.abi.it/DOC_Mercati/Analisi/Innovazione-ricerca/Banche-social-media/DIGITALIZZAZIONE%20E%20INNOVAZIONE%20NEL%20RETAIL%20BANKING_%20RELAZIONE%20BANCA%20CLIENTE%202020.pdf)

Con respecto a la tarjeta prepago, Latinoamérica experimenta un crecimiento generalizado, a excepción de República Dominicana y Brasil

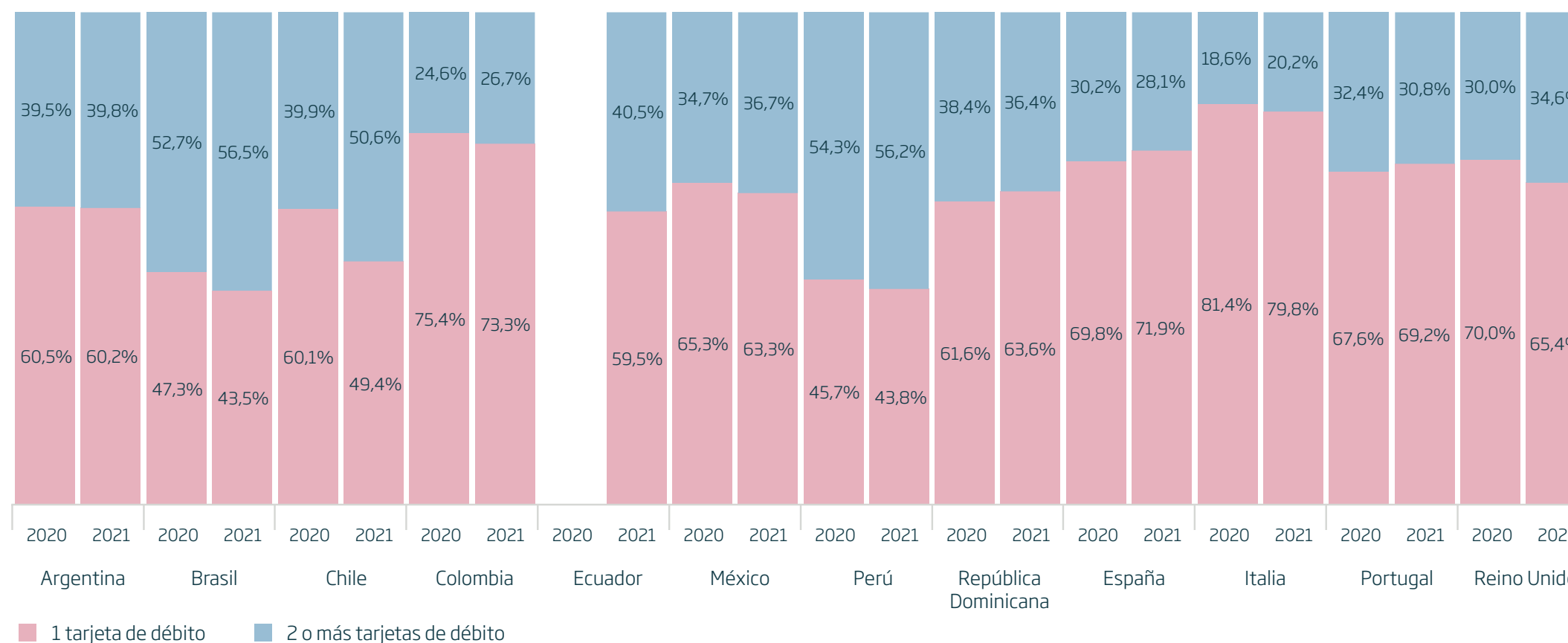
## Brasil, Chile y Perú lideran la multitenencia de tarjetas de débito

En Chile la población ABI que dispone de más de una tarjeta de débito crece en un solo año más de 10 puntos porcentuales, pasando de un 39,9% a un 50,6%. Aunque a mucha distancia, Brasil y Reino Unido también experimentan un ligero crecimiento en la multitenencia de este tipo de tarjetas. En el resto de los países se evidencia cierta estabilidad con respecto 2020 (Figura 6).

En lo que se refiere a la multitenencia de tarjetas de crédito, los países europeos se mantienen estables respecto a 2020. Estos países tienden a tener más población con una sola tarjeta de crédito, al contrario que Latinoamérica. Destaca Italia, que continúa posicionándose como el país con la multitenencia más baja registrada (13,9%). En términos evolutivos, los países de Latinoamérica muestran evoluciones diferenciadas. Así, mientras México, Perú y República Dominicana descienden en el porcentaje de población con más de una tarjeta de crédito, Brasil, Chile y Colombia aumentan con respecto al último año. De la totalidad de países destaca Argentina, por ser el país que concentra más población ABI con más de una tarjeta de crédito y sin apenas variación con respecto a 2020 (63,3% y 64,1%).

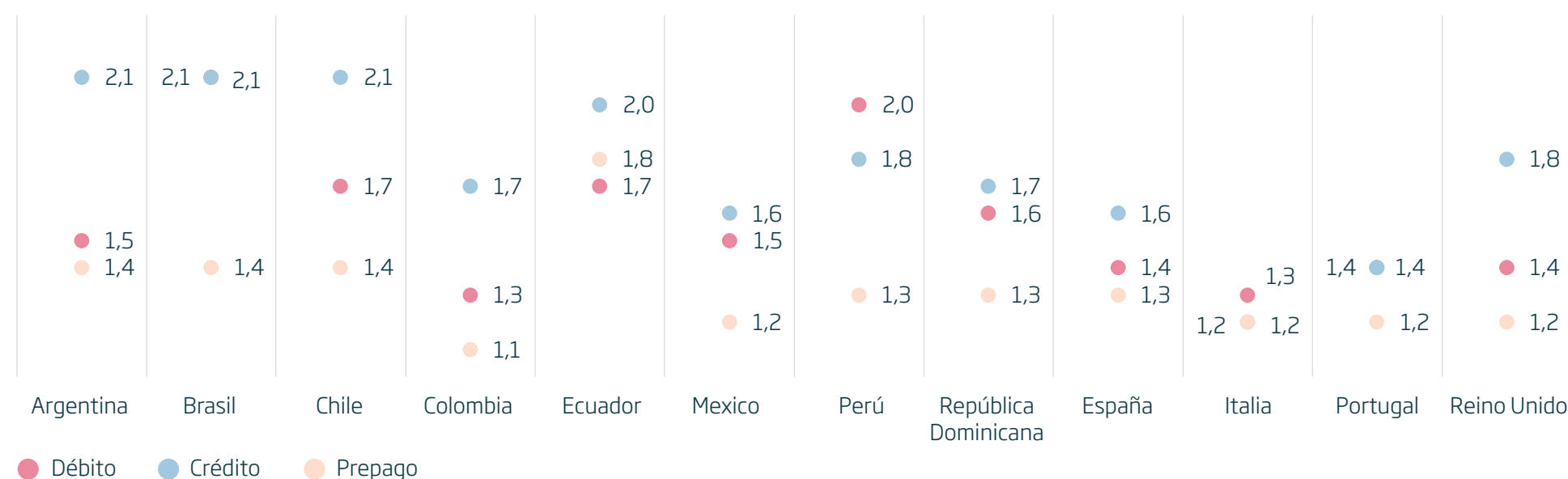
En relación con las tarjetas prepago, Chile vuelve a destacar por ser el país donde más ha aumentado la proporción de población ABI que tiene más de una tarjeta de este tipo (+15,5 p.p.). Por el contrario, Colombia es el que más decrece con una caída de 11,4 puntos porcentuales.

Teniendo en cuenta el número medio de tarjetas que tiene la población ABI (Figura 7) se evidencia que en los países latinoamericanos hay una mayor tendencia a la multitarjeta en comparación con Europa.



**Figura 6** Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente (evolutivo 2020-2021)

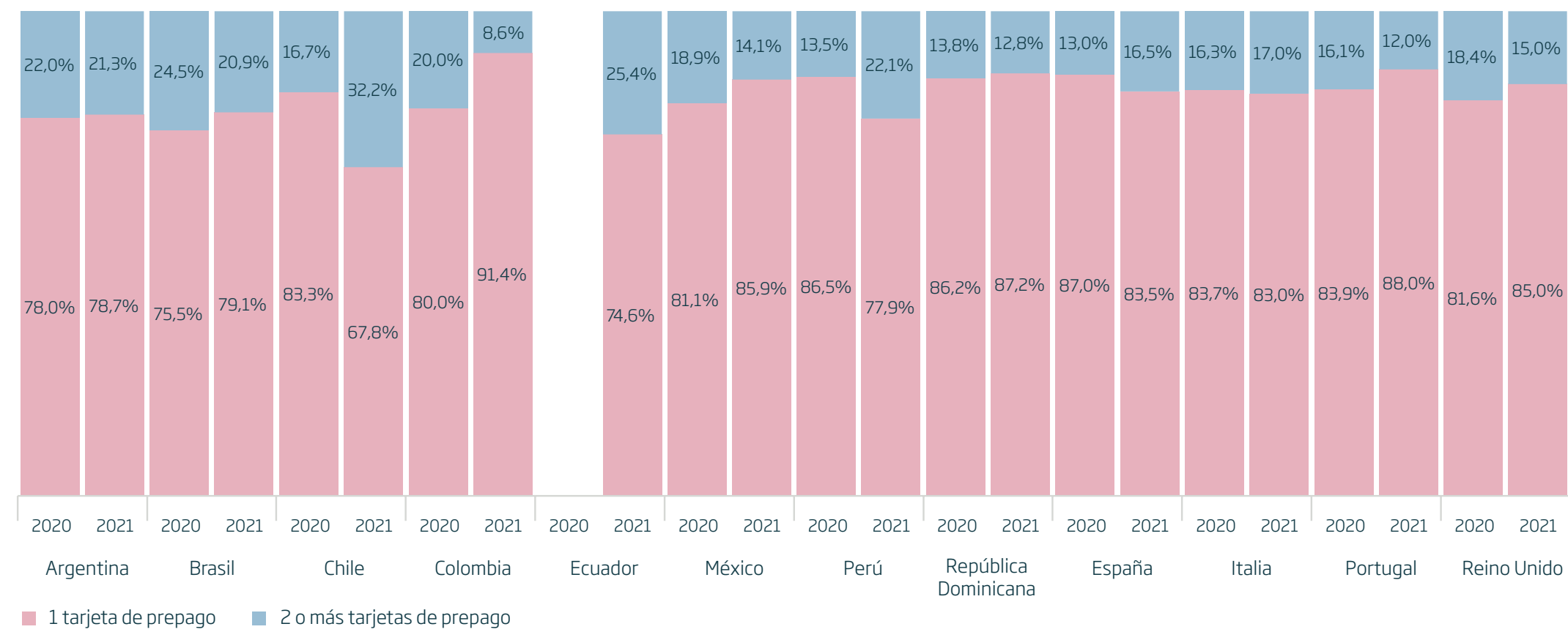
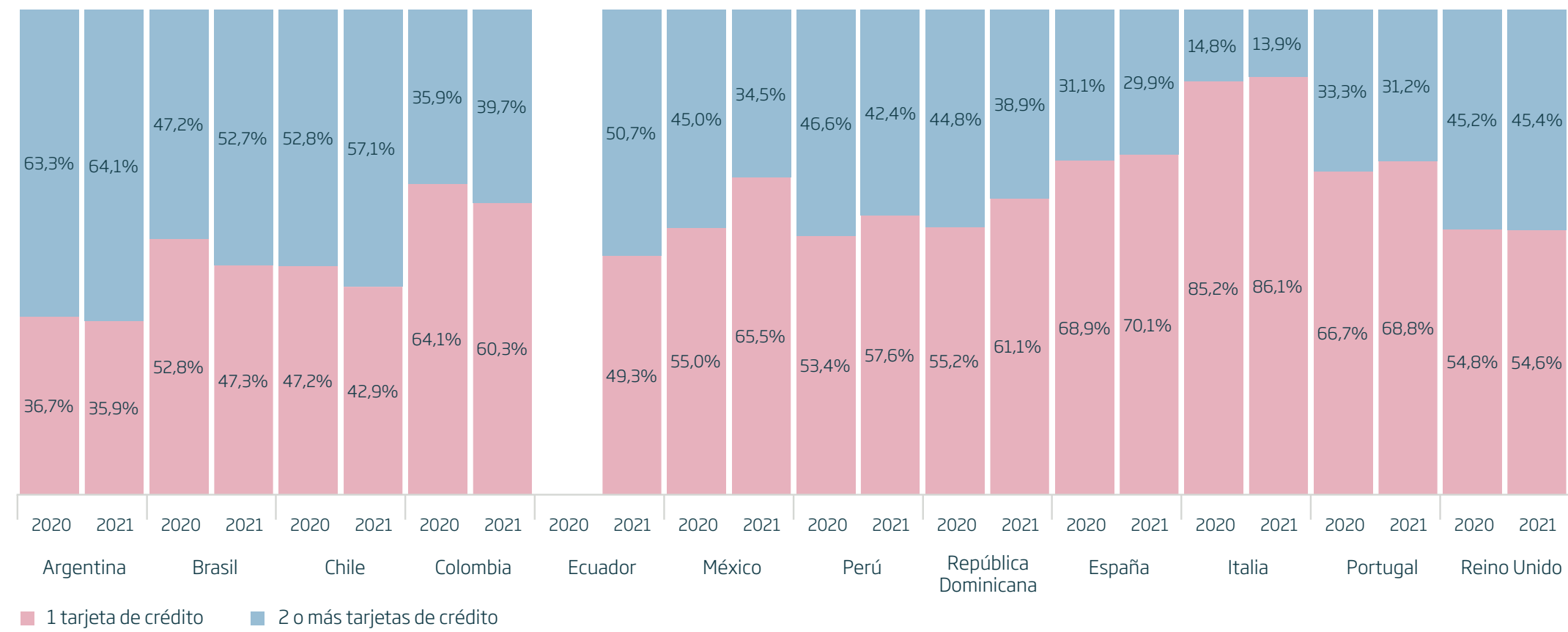
Población analizada: Población ABI con tenencia de cada tipo de tarjeta  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Cuántas tarjetas tienes de cada tipo?"



**Figura 7** Número medio de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente

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?"

4. Demanda



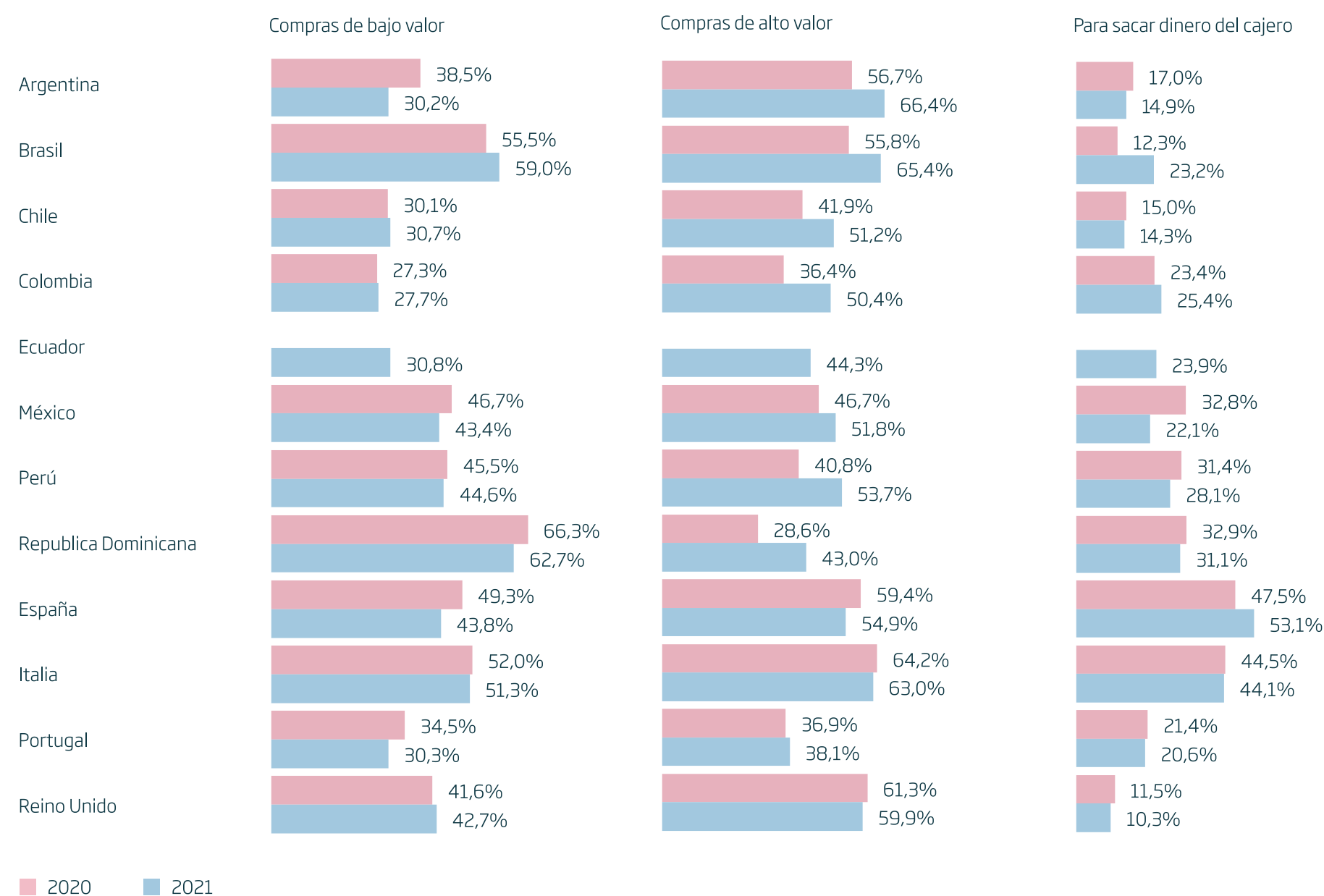


## Latinoamérica recupera el uso frecuente de la tarjeta de crédito para compras de alto valor

Tras un ligero descenso generalizado en 2020 del uso de la tarjeta de crédito para las compras de alto valor en Latinoamérica, en 2021 se recupera y supera porcentajes de uso previos para este tipo de compras siendo Colombia y República Dominicana los que lideran este incremento de uso con 14,0 p.p. y 14,4 p.p. respectivamente (Figura 8).

Brasil es el único país latinoamericano que presenta un crecimiento en la frecuencia de uso de la tarjeta de crédito para retirar dinero de cajeros automáticos (+10,9 p.p. respecto 2020), pero sigue siendo España el país donde se evidencia más el uso de la tarjeta de crédito para este fin (53,1%) seguido de Italia (44,1%).

**Brasil es el único país latinoamericano que presenta un crecimiento en la frecuencia de uso de la tarjeta de crédito para retirar dinero de cajeros automáticos**



**Figura 8** Uso frecuente<sup>9</sup> de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020 - 2021)

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?"

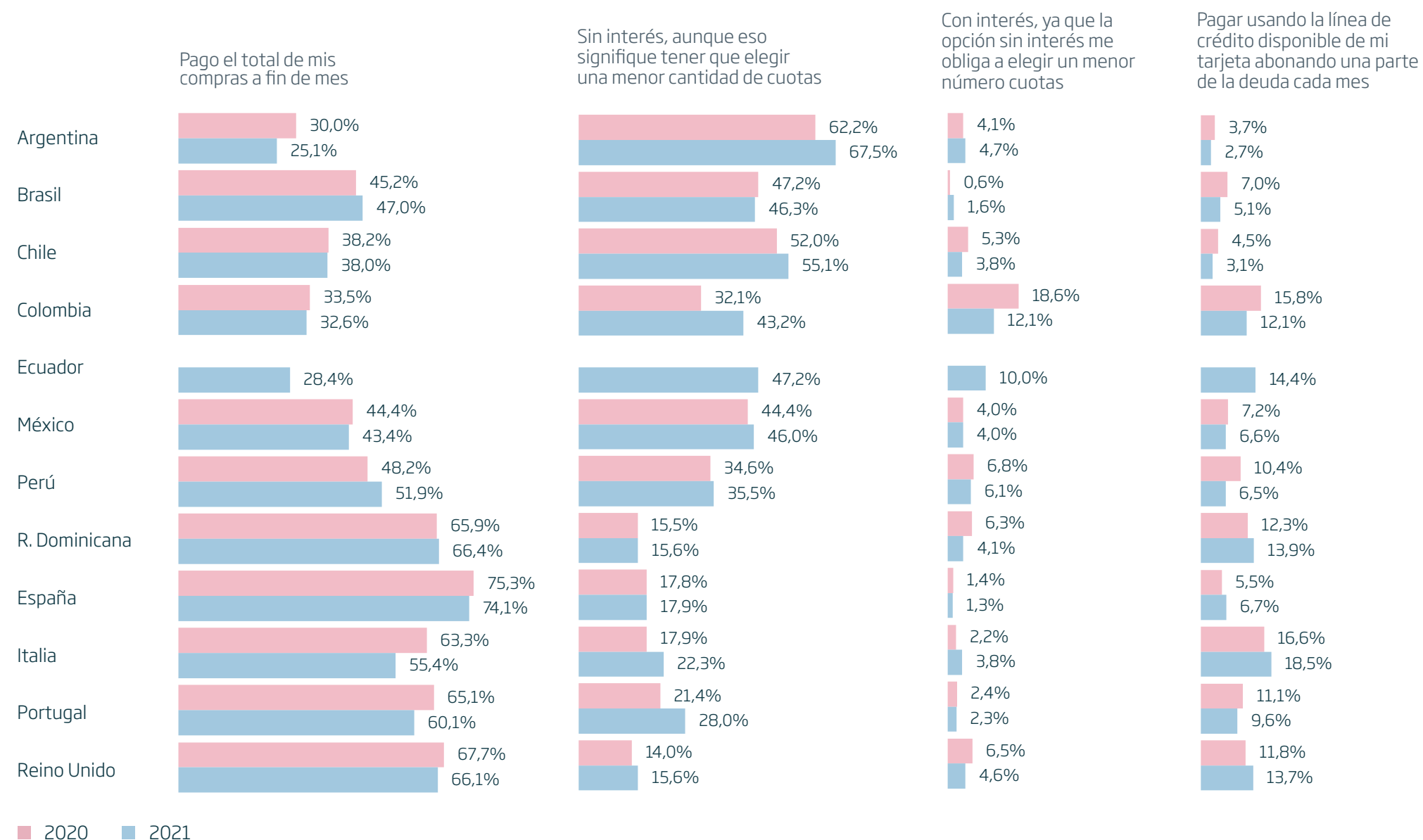
<sup>9</sup> El uso frecuente se define como el porcentaje de personas que mencionan utilizar su tarjeta "siempre" o "casi siempre" en una escala verbal de frecuencias (Likert) de cinco niveles: siempre, casi siempre, algunas veces, pocas veces y nunca.

## Europa y Latinoamérica: dos modelos de pago con tarjeta de crédito

En Europa sigue manteniéndose un uso predominante de la modalidad de pago con tarjeta de crédito a fin de mes. El resto de las opciones, especialmente las que acarrearán pago de intereses, quedan en un uso significativamente menor, o incluso residual. Dentro del uso de pago con tarjeta de crédito a fin de mes, España continúa liderando, siendo el 74,1% de la población con este tipo de tarjeta la que utiliza esta modalidad de pago. República Dominicana es el único país de Latinoamérica que replica el comportamiento europeo a este respecto.

En el resto de los países latinoamericanos, la modalidad de pago preferida por la población ABI es el pago en cuotas sin intereses, especialmente en Argentina (67,5%). Como peculiaridad, hay que destacar Colombia y Ecuador, países que presentan el mayor porcentaje de elección de pago con tarjeta de crédito consistentes en la modalidad con interés (12,1% y 10,0% respectivamente) y el pago usando la línea de crédito disponible en la tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes (12,1% y 14,4% respectivamente).

En Europa sigue manteniéndose un uso predominante de la modalidad de pago con tarjeta de crédito a fin de mes. El resto de las opciones quedan en un uso significativamente menor, o incluso residual



**Figura 9** 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?"

# Se dispara el uso de billeteras o agregadores y apps de pago entre particulares

**Continúa el crecimiento de la cantidad de medios de pago utilizados. Los medios digitales ganan protagonismo, pero el efectivo está lejos de desaparecer**

La media de formas de pago utilizadas por la totalidad de la población ABI continúa en crecimiento con respecto al período anterior (Figura 10). Perú es el país que más aumenta en cantidad media de medios de pago utilizados en el último mes (2,7 en 2020 frente a 3,6 en 2021), seguido de Colombia y Chile.

Respecto a los diferentes medios de pago utilizados durante el último mes (Figura 11), el efectivo ha experimentado un ligero incremento, de manera desigual entre los países latinoamericanos, donde se observa el mayor incremento en Chile (+8,0 p.p.) seguido de México y Perú (+6,9 p.p. en ambos países)<sup>10</sup>. Argentina y Brasil son la única excepción. El primero permanece sin variaciones, mientras que el segundo y continúa con la tendencia decreciente de 2020 (-4,5 p.p.), decantándose por el pago mediante apps de pago entre particulares a través del móvil. El medio de pago con tarjeta prepago virtual, continúa siendo muy pronunciado en Argentina, con un crecimiento de 10,8 p.p. En el resto de los países latinoamericanos continúa la tendencia creciente, pero de forma muy moderada.

El pago con dispositivos móviles, billeteras o agregadores, y las apps de pago entre particulares, ha experimentado un crecimiento generalizado respecto a 2020. En Argentina el más habitual es el pago a través de billeteras o agregadores (43,8%), seguido de Perú (37,8%). Las aplicaciones móviles de pago entre particulares se expanden de una forma muy significativa en Brasil y Perú (+36.5 p.p. y +36.9 p.p. respectivamente) llegando a superar en ambos casos el 60% de la población ABI que ha hecho uso de este medio de pago durante el último mes.

Colombia, que ya experimentó el gran crecimiento de uso en 2020, continúa aumentando la población ABI que hace uso de las apps de pago entre particulares, llegando a ser el 55%. Esto le coloca como el tercer país de Latinoamérica con más usuarios durante el último mes<sup>11</sup>.

Con respecto a la modalidad de pagos desde cuenta, se constata un crecimiento muy pronunciado en México, con un incremento de 15,2 p.p. En contrapunto, se produce un descenso en Portugal de 9,0 p.p.

---

**Perú es el país que más aumenta en cantidad media de medios de pago utilizados en el último mes (2,7 en 2020 frente a 3,6 en 2021), seguido de Colombia y Chile**

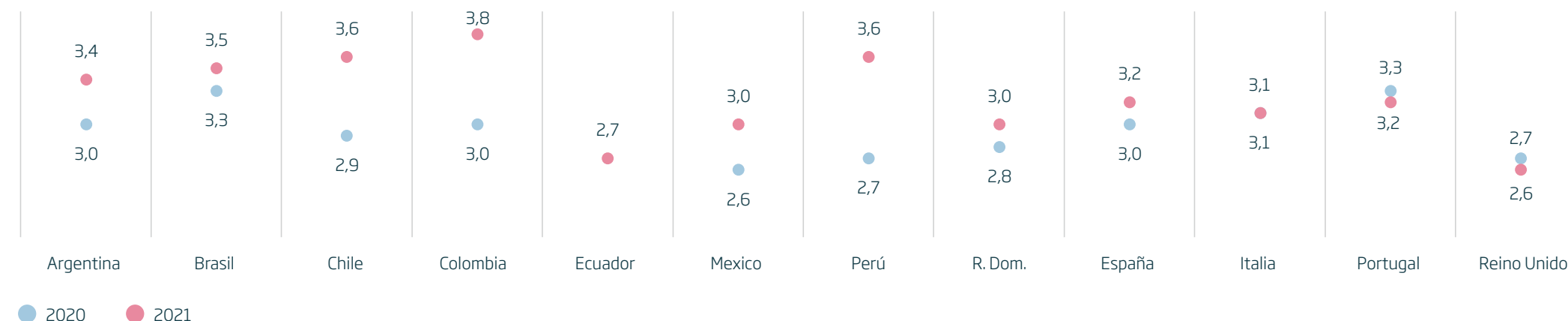
<sup>10</sup> Tras un ligero receso en el uso del efectivo debido a la COVID-19, que fue de carácter generalizado en todos los países, los datos de uso de efectivo no solo no decrecen (o no de forma significativa) si no que recuperan los porcentajes de uso de población ABI de épocas prepandémicas.

<sup>11</sup> Por claridad visual del gráfico y por carecer de evolutivo ya que fue incorporado por primera vez en la presente medición, no se han incluido aquí los "Iniciadores de Pago" ya que no se encuentran presente en México, Perú, República Dominicana y Ecuador, y en el resto de los países tiene una presencia de uso desde un mínimo de 0,2% en Reino Unido hasta un máximo de 11,5% en Chile. Sin embargo, el caso de Colombia es singular en este aspecto ya que los iniciadores de pago son sistemas muy conocidos y utilizados, el 55,5% de la población ABI colombiana hizo uso de este medio de pago durante el último mes.

En Europa, Portugal vuelve a duplicar usuarios y ya la mitad de la población ABI ha utilizado las aplicaciones de pago entre particulares en el último mes. En España sigue sin calar el sistema de billeteras o agregadores, pero el uso de las aplicaciones de pago entre particulares continúa incrementándose y las utiliza ya más del 50% de la población ABI.

De manera generalizada, las aplicaciones de pago entre particulares presentan un mayor uso entre los jóvenes. En cambio, las billeteras o agregadores no presentan cambios según el grupo de edad.

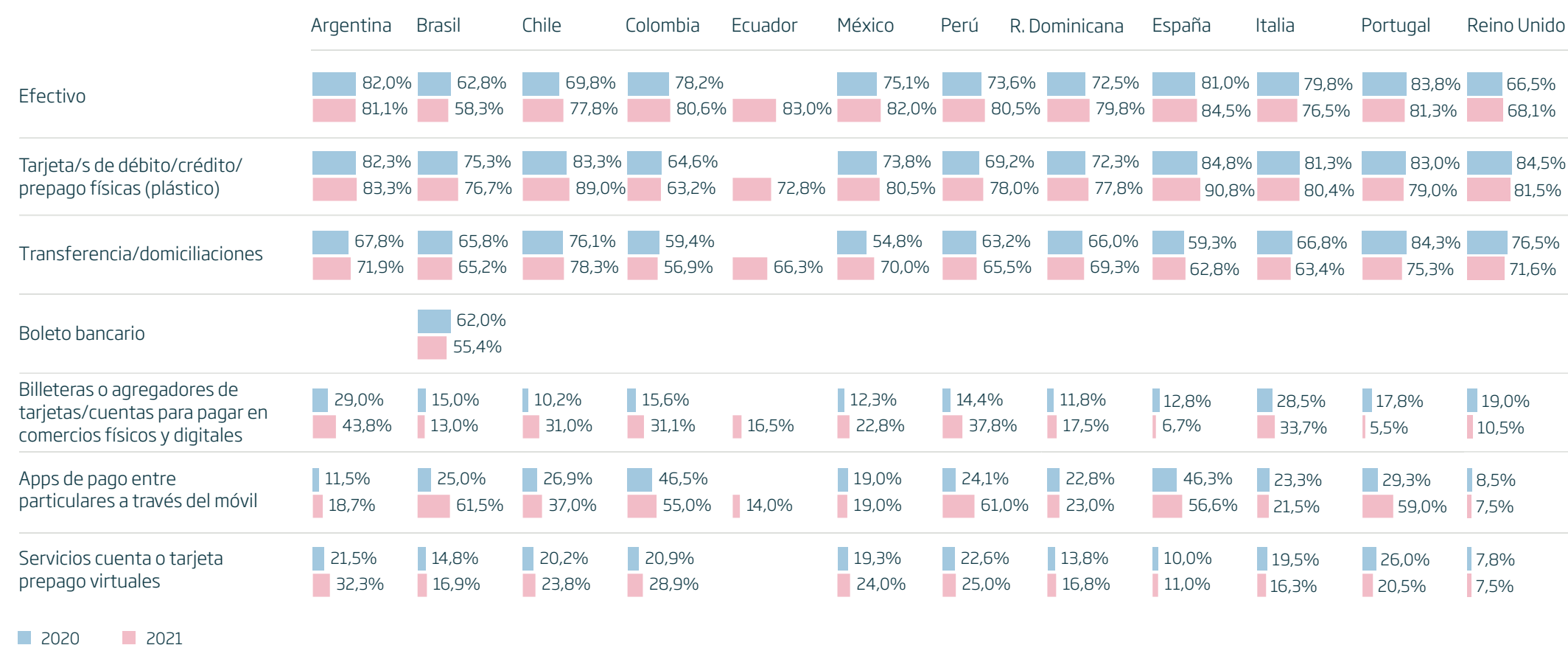
Se están adoptando más medios de pago y se están haciendo más habituales, pero el efectivo sigue estando muy presente entre la población ABI. Tras el ligero descenso en la población ABI que había utilizado el efectivo en 2020, este año se recuperan porcentajes de uso más similares a datos prepandémicos (2019), siendo más del 75% de la población ABI de todos los países los que han utilizado el efectivo durante el último mes (con la única excepción de Reino Unido, que llega al 68,1%).



**Figura 10** Cantidad media de medios de pago utilizados durante el último mes (evolutivo 2020-2021)

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 11** Medios de pago <sup>12</sup> utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021) <sup>13</sup>

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?"

**12** En el cuestionario se han definido los siguientes medios de pago: La opción efectivo / La opción "tarjetas" incluye débito, crédito y prepago / La opción "pagos desde cuenta" incluye transferencia, crédito directo y domiciliaciones / 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) / La opción "billeteras o agregadores de tarjetas/cuentas (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)" / La opción de apps de pago entre particulares a través de móvil"

**13** 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 9%. No se muestran datos de "servicios de cuenta o tarjeta prepago virtual en Ecuador, debido a que no hay presencia de este medio de pago en dicho país.

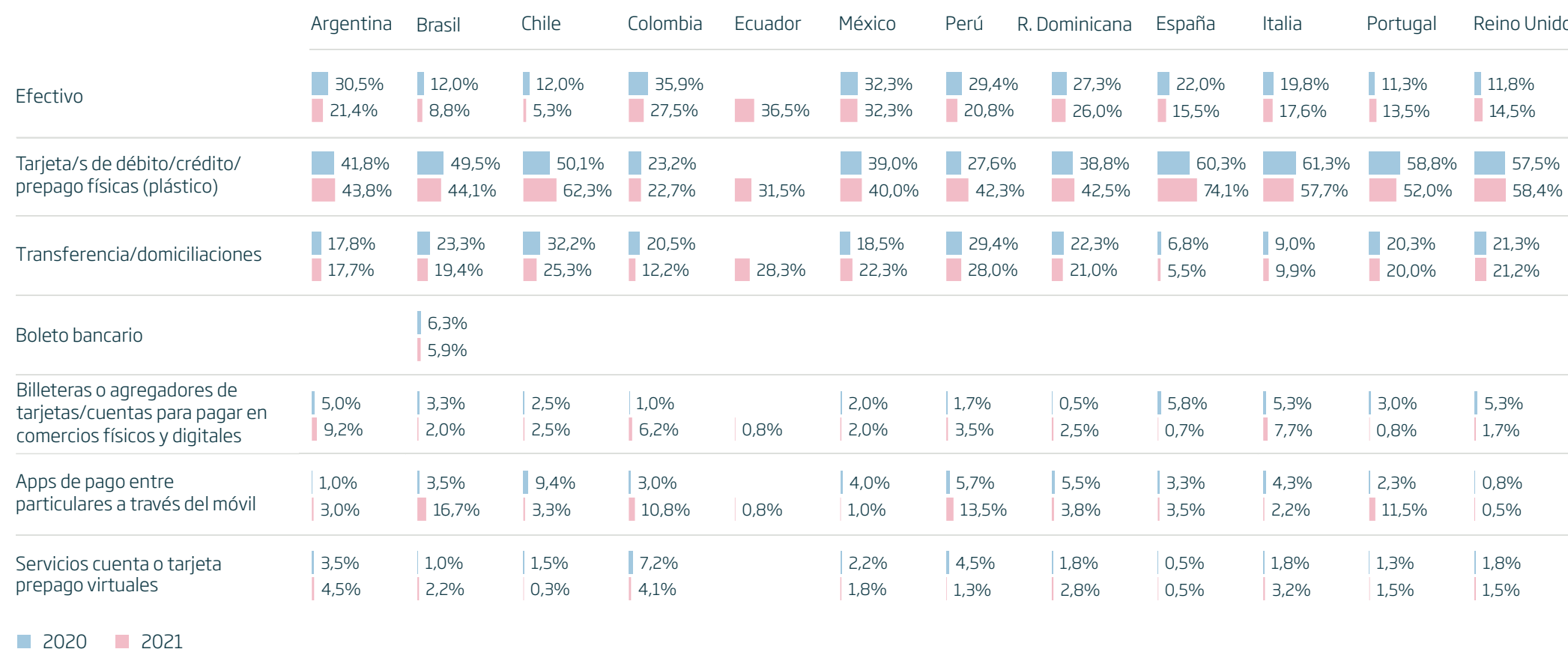
## La tarjeta sigue ganando terreno como medio de pago principal<sup>14</sup>, excepto en Colombia y Ecuador

El efectivo pierde protagonismo como medio de pago principal en todos los países a excepción de Portugal y Reino Unido, que han experimentado un pequeño incremento en la preferencia de efectivo como pago principal (2,2 p.p. y 2,7 p.p., respectivamente) en comparación con 2020.

La tarjeta, por su parte, sigue siendo el medio de pago principal para la mayoría de la población ABI en todos los países, a excepción de Ecuador que mantiene porcentajes muy equilibrados entre efectivo, tarjeta y pago desde cuenta.

Dentro de la preferencia por la tarjeta, cabe destacar el incremento en Perú (+14,7 p.p.) y Chile (+12,2 p.p.), en Latinoamérica: y en España (+13,8 p.p.) en el caso de Europa.

Si atendemos a las opciones más digitales (billeteras o agregadores, o apps de pago entre particulares), aunque su uso ha aumentado de forma muy destacada (Figura 11), todavía no se significan como medio de pago principal (Figura 12), con la excepción de las apps de pago entre particulares en Brasil, Colombia, Perú y Portugal, donde entre un 10% y un 15% de la población ABI lo elige como medio de pago principal. Brasil destaca no solo por ser el país donde más población elige las apps de pago entre particulares como medio de pago principal (16,7%) sino que esta población casi duplica a la que elige el efectivo como medio de pago principal (8,8%).



**Figura 12** Medio de pago principal (evolutivo 2020 - 2021)<sup>16</sup>

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?"

<sup>14</sup> En el cuestionario se definía el medio de pago principal como "medio de pago con el que haces la mayor parte de los gastos".

<sup>15</sup> La opción "tarjetas" incluye débito, crédito y prepago / La opción "pagos desde cuenta" incluye transferencia, crédito directo y domiciliaciones / 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). La opción "billeteras y agregadores de tarjetas cuentas" 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.

<sup>16</sup> De forma similar a los medios de pago utilizados durante el último mes, en Colombia, el 15,6% de la población ABI indica que su medio de pago principal son los iniciadores de pago.

La tarjeta sigue siendo el medio de pago principal para la mayoría de la población ABI en todos los países, a excepción de Ecuador que mantiene porcentajes muy equilibrados entre efectivo, tarjeta y pago desde cuenta

## Avanza la adopción del pago *contactless* con tarjeta

Entre aquellos que tienen la tarjeta como medio de pago principal (aquella con la que hacen la mayor parte de los gastos), se observa que en todos los países el uso de tarjetas *contactless* es superior al de aquellas que se insertan en el datáfono.

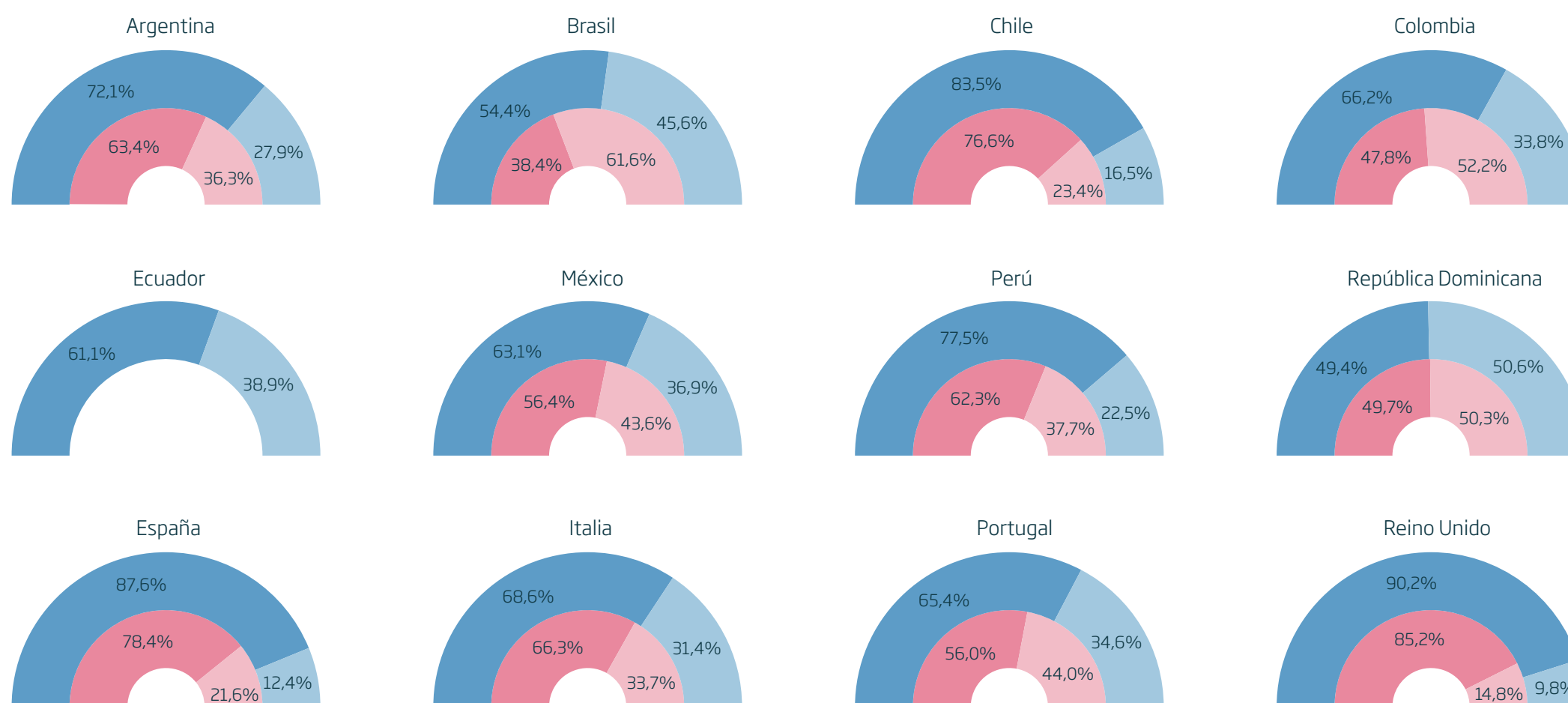
Esta tendencia se pronunció a raíz de la pandemia, momento a partir del cual se ha optado por métodos de pago de compras que no impliquen contactos innecesarios.

Destacan dos países europeos en el uso de este tipo de tarjetas: Reino Unido y España, que siguen estando a la cabeza en el uso de la modalidad *contactless*, con un 90,2% y 87,6%, respectivamente<sup>17</sup>. En Latinoamérica, Chile (83,5%), Perú (77,5%) y Argentina (72,1%) se sitúan como los países con mayor uso de *contactless*.

Colombia y Brasil, por su parte, destacan por experimentar los mayores crecimientos en la población ABI que elige este tipo de tarjetas como la principal, con un incremento de 16 p.p. en Brasil y de 18,4 p.p. en Colombia.

República Dominicana es el país que aún presenta una clara paridad en el uso de ambos tipos de tarjetas.

### En todos los países el uso de tarjetas *contactless* es superior al de aquellas que se insertan en el datáfono



2021 ■ Tarjeta *contactless* ■ Tarjeta para insertar en datáfono

2020 ■ Tarjeta *contactless* ■ Tarjeta para insertar en datáfono

**Figura 13** Uso de tarjeta *contactless* o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono entre los que usan la tarjeta como medio principal

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?"

<sup>17</sup> España y Reino Unido son los países que lideran la tenencia de tarjetas *contactless*. Es interesante remarcar que también son países que se encuentran en las primeras posiciones respecto al uso de la tarjeta durante el último mes (Figura 11) como medio de pago principal (Figura 12), y como medio de pago favorito (Figura 14). Es importante destacar, en este punto, que son los dos únicos países (junto con Portugal) donde no solo no aumenta, si no que decrece el uso de las billeteras y agregadores. Esta baja presencia de este medio de pago, y la falta de crecimiento en un momento de adopción de medios de pago digitales, puede devenir de esta presencia masiva de tarjetas *contactless*.

## El pago con tarjeta es el favorito para la población ABI

Más allá del medio de pago principal (el que se suele utilizar para la mayor parte de los pagos), en la presente investigación se indagó sobre el medio de pago favorito. Es decir, aquel con el que la población ABI desearía realizar la mayor parte de los pagos, si fuera posible.

En este sentido, y en consonancia con el medio de pago principal (**Figura 12**), la tarjeta también es el medio de pago favorito para la totalidad de los países a excepción de Colombia, donde la población se encuentra diversificada a este respecto (el 23,2% se adhiere al efectivo, el 15,8% tiende a un pago más digital a través de las apps de pago entre particulares, y un 20,5% señala los iniciadores de pago <sup>18</sup>).

---

### la tarjeta también es el medio de pago favorito para la totalidad de los países a excepción de Colombia

Entre las zonas geográficas que seleccionan la tarjeta como medio de pago favorito, España, con un 66,3%, y Chile, con un 59,5%, encabezan el ranquin; seguidos de Italia (53,0%) y Reino Unido (51,9%).

Estableciendo una diferenciación entre tarjeta con necesidad de inserción en datáfono y tarjeta contactless (**Figura 15**), ésta última es la preferida. Más del 50% de la población ABI de todos los países que eligen como medio de pago favorito la tarjeta, prefiere el pago contactless, con Reino Unido en primera posición (90,0%), seguido de España (89,1%) (**Figura 13**).

<sup>18</sup> Debido a que los iniciadores de pago no tienen presencia en todos los países; a que en aquellos que lo tiene, la penetración es muy leve; y a que no se contaba con evolutivo, ya que era el primer año donde se incluía dicho medio de pago; no se incluye en el presente gráfico (Figura 14).

Brasil, Colombia, Perú y Portugal no solo son los países con mayor crecimiento de usuarios de apps de pago entre particulares (**Figura 11**) o los que más población ABI señala dicho pago como principal (**Figura 12**), sino que también son los países donde mayor proporción de población ABI lo señala como favorito: entre un 15% y un 25% de la población utilizaría siempre este medio de pago si fuera posible.

Argentina, con un 19,2%, destaca por ser el país que presenta una mayor preferencia por el pago mediante billeteras o agregadores de tarjetas para pagar en comercios físicos y digitales.

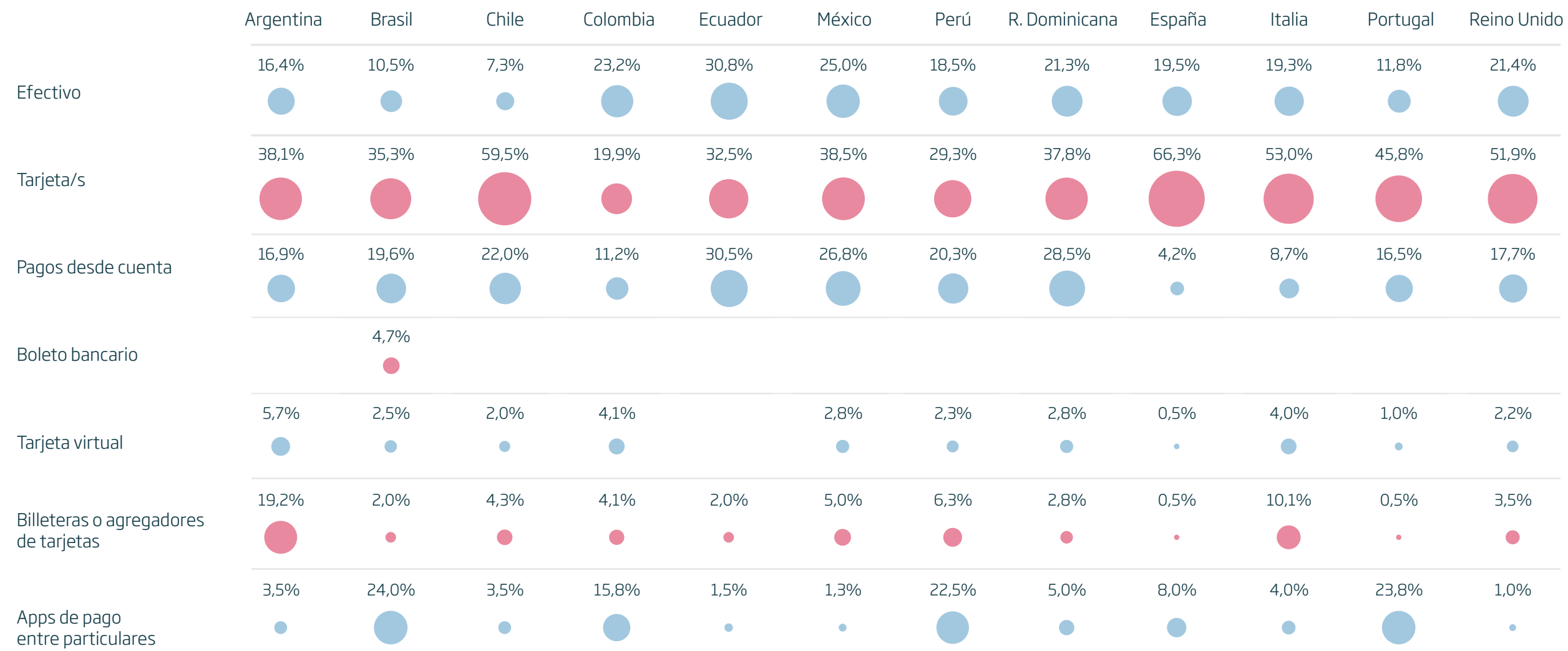
Los pagos desde cuenta son el segundo medio de pago favorito para la población ABI de Ecuador (30,5%), República Dominicana (28,5%) y México (26,8%).

El efectivo, por su parte, sigue teniendo fuerza en algunos países como Ecuador, México y Colombia, donde uno de cada cuatro preferiría pagar en efectivo.

---

### Entre las zonas geográficas que seleccionan la tarjeta como medio de pago favorito, España con un 66,3% y Chile con 59,5% encabezan el ranquin, seguidos de Italia (53,0%) y Reino Unido (51,9%)

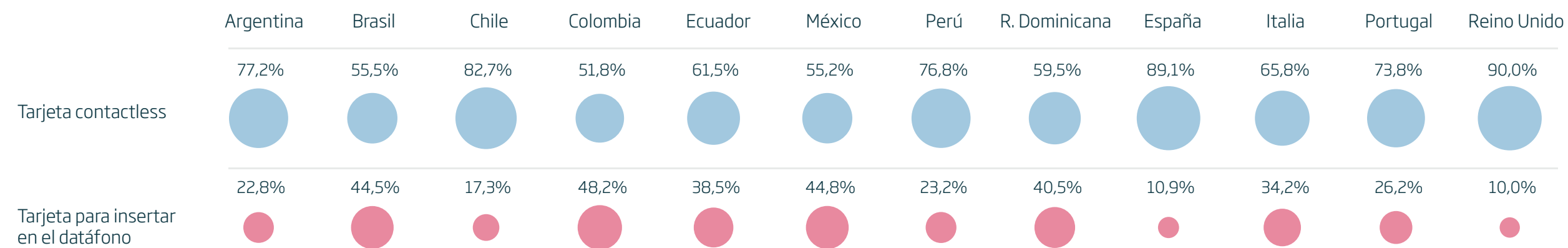
4. Demanda



**Figura 14** Medio de pago favorito <sup>19</sup>

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 favorito?"

<sup>19</sup> En el cuestionario se define el medio de pago favorito como 'medio de pago con el que te gusta o te gustaría pagar siempre si fuera posible'.



**Figura 15** Tipo de tarjeta elegida entre el medio de pago favorito: la tarjeta

Población analizada: Población ABI que tiene como medio favorito la tarjeta

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Y cuál consideras que es tu medio favorito?"



## La facilidad de uso, rapidez y comodidad, principales motivos transversales para la elección del método de pago como favorito

Para quienes el efectivo es su medio de pago favorito, la motivación principal viene porque es aceptado, de forma generalizada, tanto por personas como por establecimientos. Además, y respecto al resto de medios de pago, el efectivo destaca por ser 'el de siempre'.

Las tarjetas, ya sean con necesidad de inserción en datáfono o contactless, también comparten con el efectivo la aceptación en todos los establecimientos, pero son reconocidos como más cómodos, más fáciles de usar y más rápidos.

Los medios de pago más digitales (pagos desde cuenta, billeteras o agregadores, y apps de pago entre particulares) parecen tener problemas con la aceptación (ya sea por establecimientos o personas físicas), pero destacan en la comodidad, facilidad de uso y rapidez. Además, y en comparación al resto de medios de pago, destacan por la inmediatez, especialmente por parte de las apps de pago que, por otro lado, no se identifican tan intensamente con la sensación de seguridad, el control sobre los gastos realizados y la privacidad que proporciona respecto de los gastos.

Las billeteras o agregadores, aunque es el medio de pago reconocido como más cómodo, se ven superadas por las tarjetas respecto a la facilidad y rapidez, y por las apps de pago entre particulares por las mismas características más la inmediatez. Esto puede generar esa dificultad de adopción que parece estar teniendo este medio de pago por algunos países, como España y Reino Unido (**Figura 11**).

	Efectivo	Tarjetas (contactless)	Tarjetas (datáfono)	Pagos desde cuenta	Billeteras o agregadores	Apps de pago entre particulares
Me da seguridad	26,2%	24,2%	34,8%	33,1%	29,8%	19,1%
Es higiénico (no requiere contacto)	1,9%	24,4%	11,3%	15,8%	25,6%	23%
Escómodo	21,4%	41,8%	37,5%	36,8%	48,8%	40,4%
Es fácil de usar	35,2%	52,9%	49,6%	45,3%	48,3%	58,7%
Es rápido	35,7%	51%	44,3%	49%	48,8%	57,8%
Tengo mayor control sobre mis gastos	35,8%	23,3%	28%	32,9%	26,4%	18,9%
Me proporciona privacidad respecto a mis gastos	20,1%	8,8%	10,6%	15,5%	8,3%	8,5%
Lo aceptan en todos los establecimientos	35,9%	28,4%	32,3%	14,1%	11,6%	12,8%
Lo aceptan todas las personas	39,7%	13,9%	18,1%	14,6%	11,6%	9,1%
Es de siempre	25,2%	8,6%	13,1%	7%	6,6%	3,3%
Es inmediato (doy/envío o recibo el dinero en el momento)	20,8%	22%	18,6%	35,3%	32,6%	47,6%

**Figura 16** Motivos de elección de medio de pago favorito

Población analizada: Población ABI que tiene como método de pago favorito alguno de los mostrados en las tablas

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Cuáles son los motivos por los que ese medio de pago es tu favorito? Indica los 3 motivos principales"

# El efectivo se resiste a desaparecer, al menos a corto plazo. Pierde frecuencia de uso pero no presencia, y la mayoría no quiere renunciar a tenerlo disponible

El uso del efectivo como medio de pago habitual se ha visto afectado por la pandemia, hecho que se constató en 2020 cuando la población ABI de todos los países redujo la frecuencia de uso de este medio de pago. Sin embargo, en 2021 recupera posiciones y vuelve a acumular porcentajes pre pandémicos (Figura 11).

Si bien el uso del dinero en efectivo aún no se ha abandonado, existen disparidades respecto a su frecuencia de uso. Mientras que menos del 25% de la población ABI de los países europeos ha utilizado el efectivo diariamente, siendo Reino Unido el país con el menor porcentaje de usuarios frecuentes (10,2%); en los países latinoamericanos la población que utiliza el efectivo con alta frecuencia (a diario) pivota entre un 30% y un 50%, a excepción de Brasil y Chile (15,0% y 19,3% respectivamente).

Mirando al futuro, más del 50% de la población ABI de la totalidad de los países declara que continuará usando el efectivo como medio de pago con la misma frecuencia que hasta ahora, pero entre un 20% y un 55% indica que utilizará el efectivo con menos frecuencia, destacando Brasil y República Dominicana (54,9% y 48,5% respectivamente) (Figura 18).

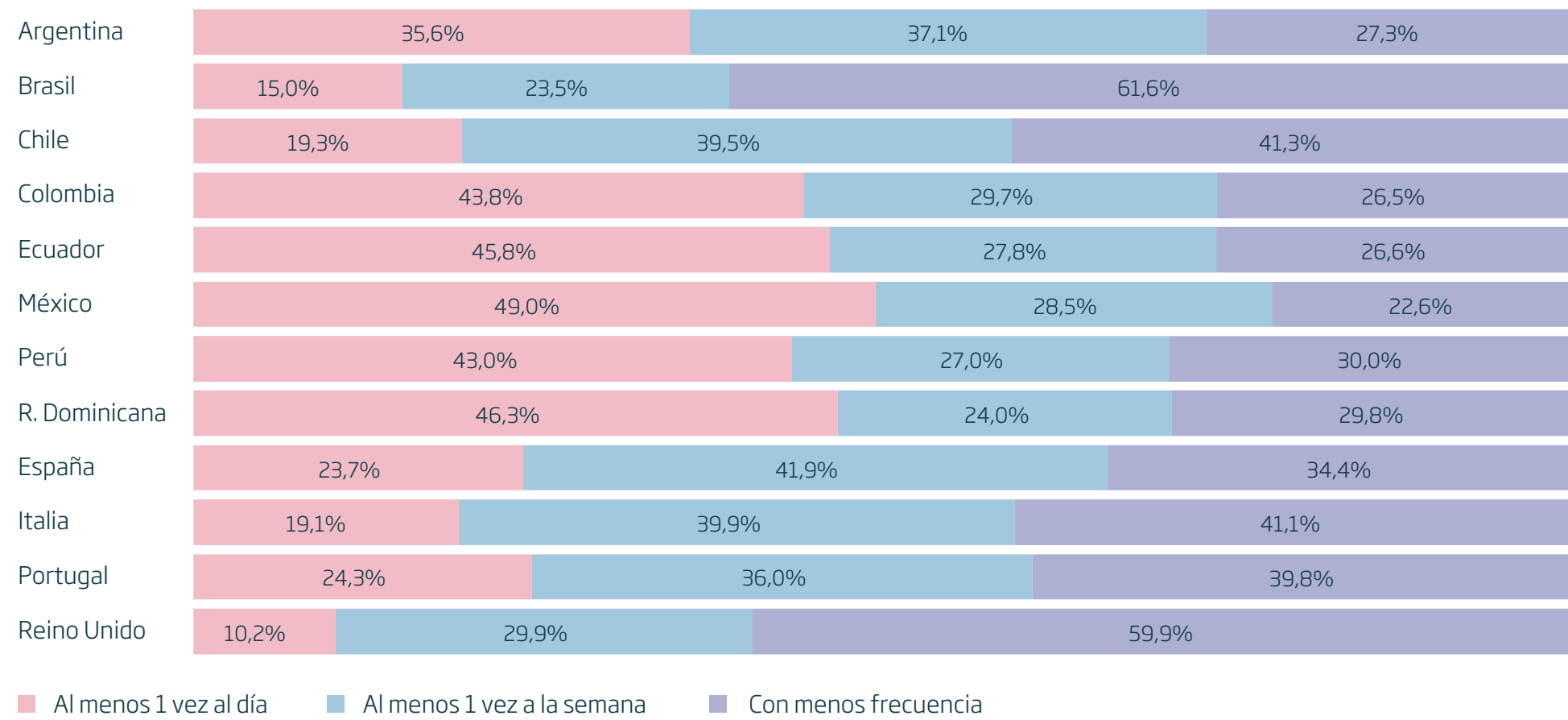
Hay una consonancia en todos los países con respecto al uso del efectivo en el futuro: casi la mitad de la población de todos ellos considera que disminuirá la frecuencia de uso.

Hay una consonancia en todos los países con respecto al uso del efectivo en el futuro: casi la mitad de la población de todos ellos considera que disminuirá la frecuencia de uso

La única excepción se encuentra en Reino Unido, donde solo un 22,7% prevé una disminución en la frecuencia de uso (Figura 18). Esto puede estar influido por la composición de la población ABI de Reino Unido que, como ya se ha mencionado, es de edad más avanzada que la población del resto de países de Europa y, especialmente, que la población ABI de Latinoamérica. Así, el segmento de población más adulta de Reino Unido (52 años o más) es el que menor porcentaje acumula que indica que reducirá el uso de efectivo (15,8%), quedando a mucha distancia del segmento más joven donde un 29,6% indica que prevé reducir el uso de efectivo.

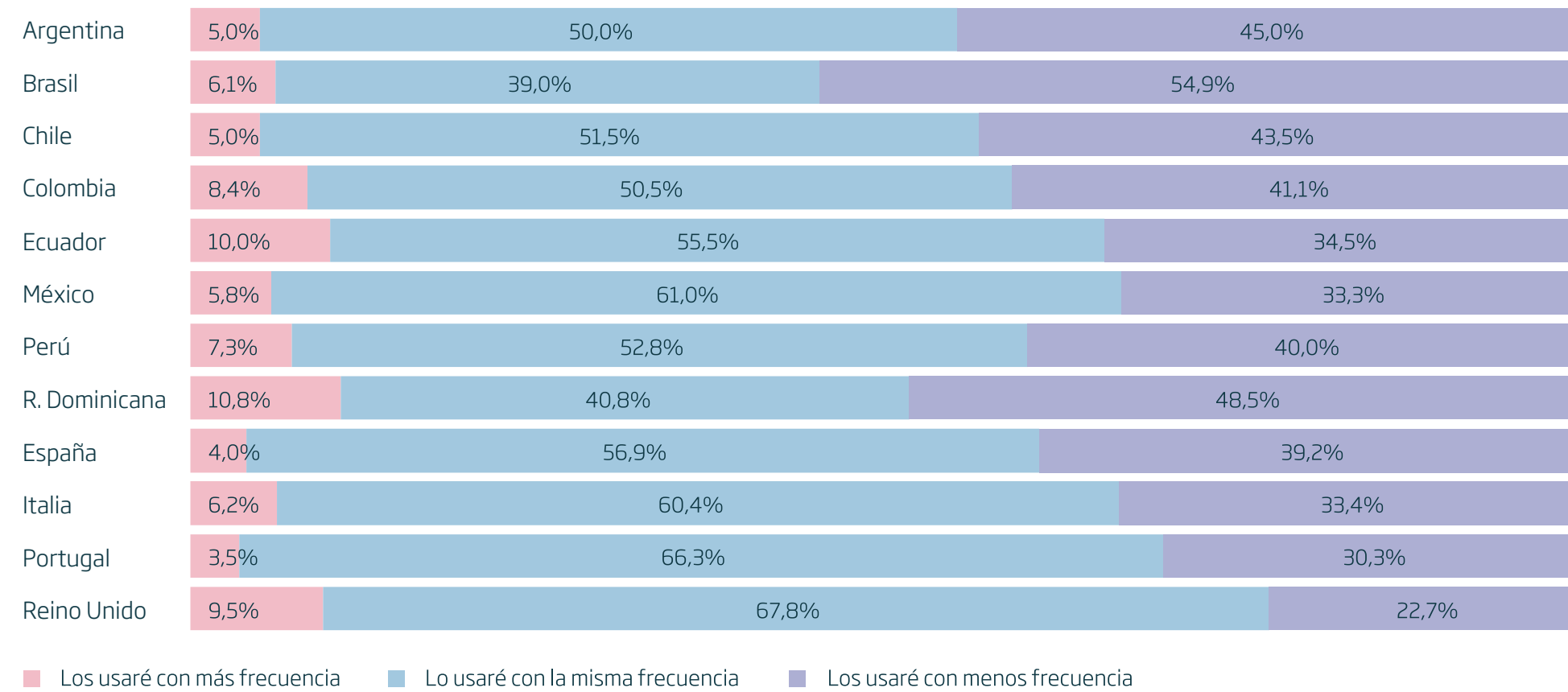
Además, es el país con menor variedad de medios utilizados durante el último mes, apenas 2,6 medios de pago (Figura 10). Es decir, parece producirse cierta resistencia al abandono definitivo del efectivo ya que, aunque se use con poca frecuencia, es uno de los tres medios de pago más utilizados (efectivo, tarjeta y pagos desde cuenta - domiciliaciones y transferencias)

4. Demanda



**Figura 17** Frecuencia uso de efectivo durante el último año

Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Durante el último año, ¿con qué frecuencia has utilizado el efectivo?"



**Figura 18** Frecuencia uso de efectivo durante el próximo año

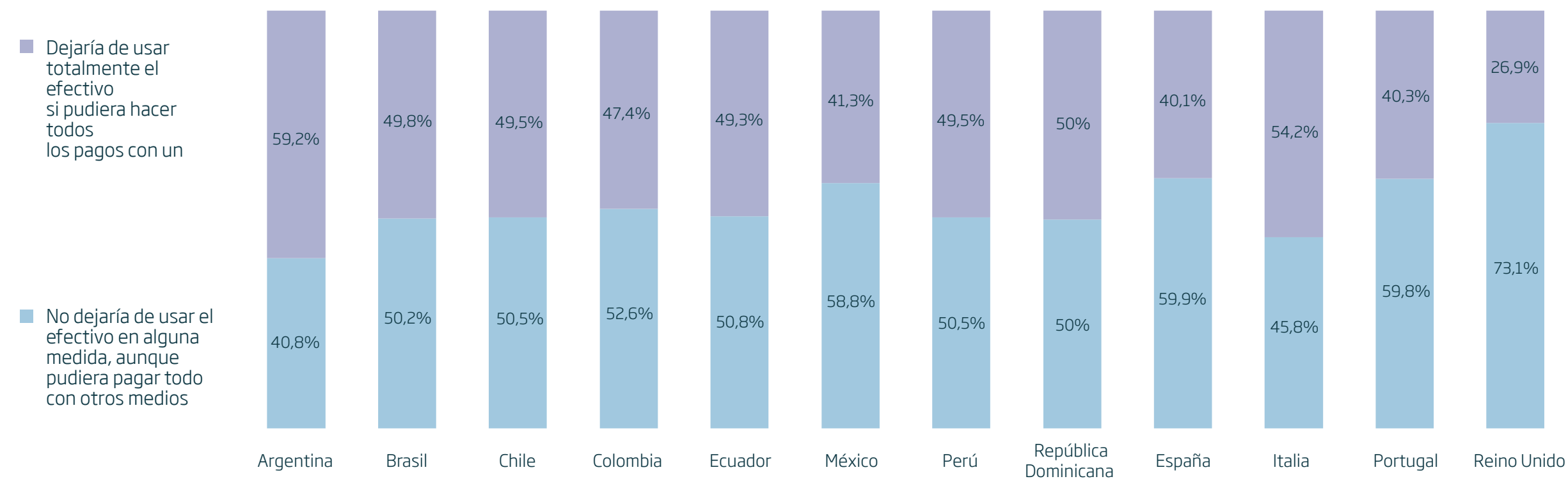
Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Cómo crees que será tu frecuencia de uso de efectivo durante el próximo año?"

## Para la mitad de la población bancarizada el efectivo es un medio de pago caduco

Entre un 40% y un 50% de la población ABI de todos los países abandonaría definitivamente el uso del dinero en efectivo si pudiera realizar todos los pagos con sistemas alternativos.

La única excepción se encuentra en Reino Unido debido al fenómeno, ya comentado, de menor cantidad de medios de pago utilizados y de población ABI de mayor edad. Así, el 79,7% del segmento más maduro de la población ABI inglesa indica que no dejaría de usar el efectivo.

El 79,7% del segmento más maduro de la población bancarizada internauta inglesa no dejaría de usar el efectivo



**Figura 19** Actitud respecto al uso del efectivo en el futuro

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Pensando en el uso del efectivo en el futuro, ¿con cuál de las siguientes frases te sientes más identificado/a?"

## Todavía existen muchos puntos de venta que limitan el uso de medios de pago distintos al efectivo, especialmente en América Latina. Los pequeños comercios y el transporte público son los que más barreras plantean

La tendencia en aumento del uso de los medios de pago digitales o que no requieren contacto es generalizado en todos los países, sin embargo, no todos los puntos de venta acompañan al consumidor en esta transformación.

En términos generales, la obligatoriedad de uso de efectivo en los diferentes puntos de venta es mayor en Latinoamérica que en Europa. Sin embargo, todos los países comparten dos establecimientos como los más restrictivos respecto a los medios de pago aceptados: pequeño y mediano comercio (mercados y tiendas de barrio de alimentación, vestido y calzado, peluquerías) y el transporte público (autobuses, taxis, tren).

En América Latina, cabe destacar República Dominicana por su obligatoriedad de uso de efectivo en el pago de las autopistas, el 53% de la población ABI indica que se ha visto obligada a pagar en efectivo. A este punto de venta se le suma los servicios profesionales para el hogar donde un 54,0% no pudo utilizar un

medio de pago alternativo. Estos servicios profesionales para el hogar (fontanería, electricidad...) también generan resistencia al uso de medios de pago alternativos al efectivo en casi todos los países latinoamericanos, a excepción de Colombia y Brasil, que muestran porcentajes significativamente menores al del resto de países del continente.

Estos dos países, Brasil y Colombia, destacan por ser los que muestran, dentro del continente, menores porcentajes de obligatoriedad del uso del efectivo para los distintos puntos de venta, aunque Colombia se alinea con el resto países latinoamericanos respecto a los dos puntos de venta más críticos: el transporte público y los pequeños comercios.

Por su parte, en Europa, las opciones de medios de pago para los distintos puntos de venta parecen más amplias, sin embargo, también hay limitaciones en algunos de ellos.

Así, los servicios profesionales del hogar, los bares y restaurantes, el transporte público y, especialmente, los pequeños comercios, parecen poner trabas al pago con medios diferentes al efectivo. Esto es especialmente relevante en España, Italia y Portugal. Sin embargo, Reino Unido, aunque también parece tener dificultades para el uso de medios de pago alternativos en los pequeños comercios, destaca por ser el país donde menos dificultades se perciben para el uso de otros medios de pago alternativos para casi todos los puntos de venta.

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	GB
Administraciones públicas (multas, tasas, impuestos...)	14,7%	18,8%	8,4%	16,8%	27,0%	19,8%	31,3%	29,4%	9,3%	12,8%	5,5%	4,4%
Facturas de servicios (Agua, luz, gas, internet...)	9,5%	14,4%	4,3%	26,4%	26,7%	25,5%	23,3%	21,1%	3,3%	8,5%	3,5%	4,2%
Transporte público (Autobuses, taxi, tren...)	34,9%	35,1%	53,9%	67,9%	75,3%	65,0%	74,5%	76,4%	31,0%	27,5%	19,1%	10,7%
Pequeños y medianos comercios	62,8%	24,5%	54,7%	66,4%	72,5%	72,5%	69,8%	69,6%	45,3%	36,3%	42,6%	30,3%
Supermercados y grandes superficies	6,7%	5,7%	5,1%	19,4%	17,6%	13,8%	13,5%	15,3%	5,8%	9,5%	3,0%	9,9%
Gasolineras	11,2%	8,2%	6,1%	23,3%	21,9%	18,0%	22,8%	14,8%	4,3%	12,8%	4,0%	5,2%
Autopistas	26,4%	26,2%	27,6%	30,9%	39,3%	38,5%	35,3%	53,0%	6,3%	13,0%	6,8%	3,7%
Hoteles y billetes de avión	4,7%	5,0%	3,3%	10,1%	10,6%	8,3%	10,8%	9,0%	4,3%	6,0%	2,3%	2,9%
Bares y restaurantes	22,7%	11,1%	10,4%	32,1%	31,7%	21,8%	21,3%	23,9%	35,8%	35,8%	29,2%	10,7%
Entretenimiento	13,2%	6,2%	10,1%	17,3%	22,4%	15,8%	17,8%	24,9%	13,1%	15,0%	8,8%	7,6%
Servicios profesionales para el hogar (fontanería...)	50,1%	28,5%	29,9%	43,9%	46,1%	46,8%	46,5%	54,0%	26,4%	28,3%	24,4%	10,4%
Servicios médicos (dentista...)	39,2%	10,6%	10,9%	30,9%	31,2%	30,3%	30,8%	43,7%	8,3%	13,8%	8,6%	3,4%

**Figura 19** Puntos de venta donde se han visto obligados a utilizar el efectivo <sup>20</sup>

Población analizada: Población ABI que se ha visto obligada a pagar en efectivo.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Durante el último año, y en términos generales, ¿en qué tipo de puntos de venta te has visto obligado a utilizar el efectivo, aunque hubieras preferido utilizar otro medio de pago?"

<sup>20</sup> Para la realización de esta tabla se ha tenido en cuenta, exclusivamente, la respuesta "Sí, me he visto obligado a pagar en efectivo, me han puesto barreras o no era posible pagar con otros medios".

# Pago con dispositivos móviles

## El NFC pierde terreno en casi todos los mercados frente a otras alternativas y solo lidera en Europa

El pago con dispositivos móviles (smartphone o smartwatch) ha experimentado un crecimiento generalizado respecto al año 2020 (Figura 11).

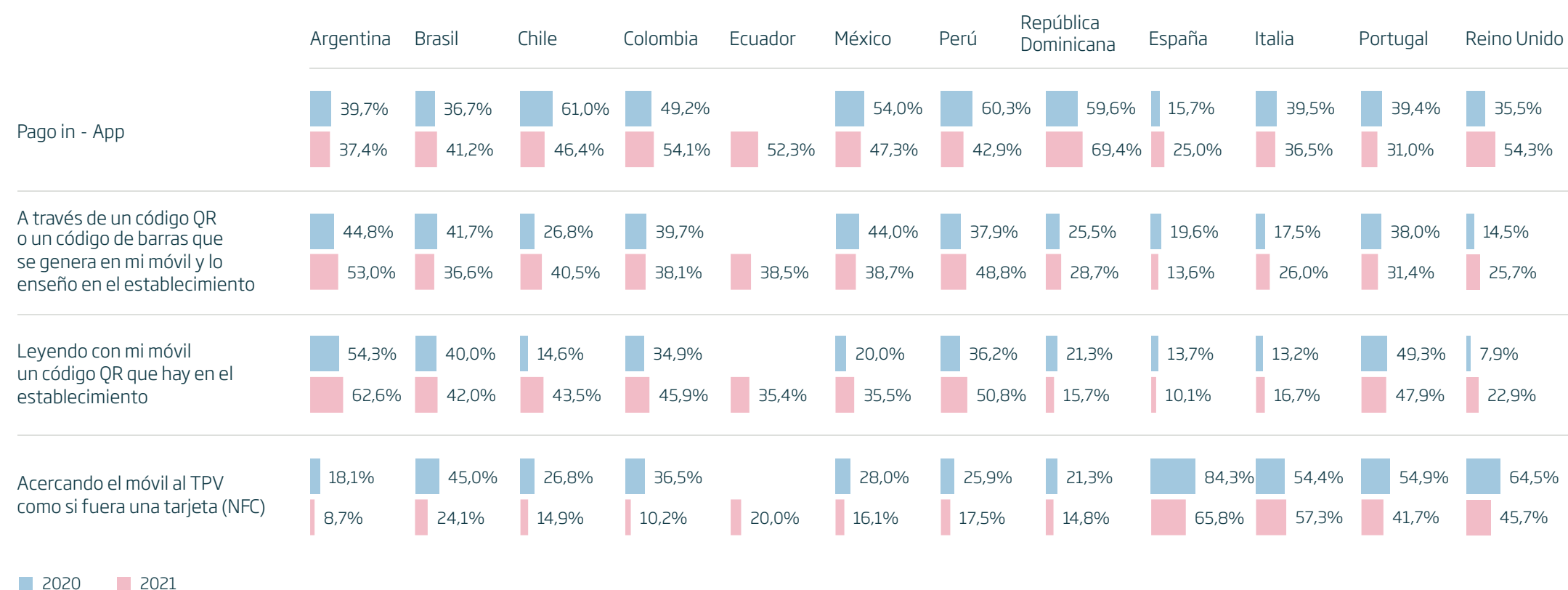
Respecto al tipo de sistema utilizado para realizar estos pagos digitales, Latinoamérica se caracteriza por establecer un modelo de multiplicidad de sistemas donde conviven, principalmente, el pago con QR tanto estático <sup>21</sup> como dinámico <sup>22</sup> y el pago in app <sup>23</sup>.

Los pagos con NFC han disminuido en la población ABI latinoamericana por debajo del 25%, mientras que los pagos con QR estáticos y QR dinámicos han experimentado un incremento general, pero especialmente en Chile, con un aumento de 28,9 p.p. en pago con QR estático y 13,7 p.p. en pago QR dinámico.

Por su parte, el pago in app permanece relativamente estable en casi toda Latinoamérica, excepto en Perú y Chile, donde desciende 17,4 p.p. y 14,6 p.p. respectivamente.

En Europa el NFC es la modalidad de pago utilizado por mayor porcentaje de población ABI que paga con su dispositivo móvil, aunque ha experimentado un descenso con respecto 2020, a excepción de Italia, donde se mantiene.

En este sentido, destaca muy significativamente Reino Unido, donde el pago NFC se ha visto reducido dando prioridad al pago in app.



**Figura 21** Formas con las que puedes pagar con smartphone o smartwatch en tiendas, restaurantes y comercios físicos utilizadas

Población analizada: Población ABI que ha utilizado el móvil como wallet o ha utilizado apps de pago entre particulares para pagar en establecimientos durante el último mes  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "De las siguientes formas con las que puedes pagar con tu smartphone o smartwatch en tiendas, restaurantes y comercios físicos en general, ¿cuáles de ellas has utilizado?"

<sup>21</sup> Se define QR estático como: "Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento".

<sup>22</sup> 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".

<sup>23</sup> 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".

## Falta de ventajas específicas y de seguridad percibidas: un reto para los pagos digitales

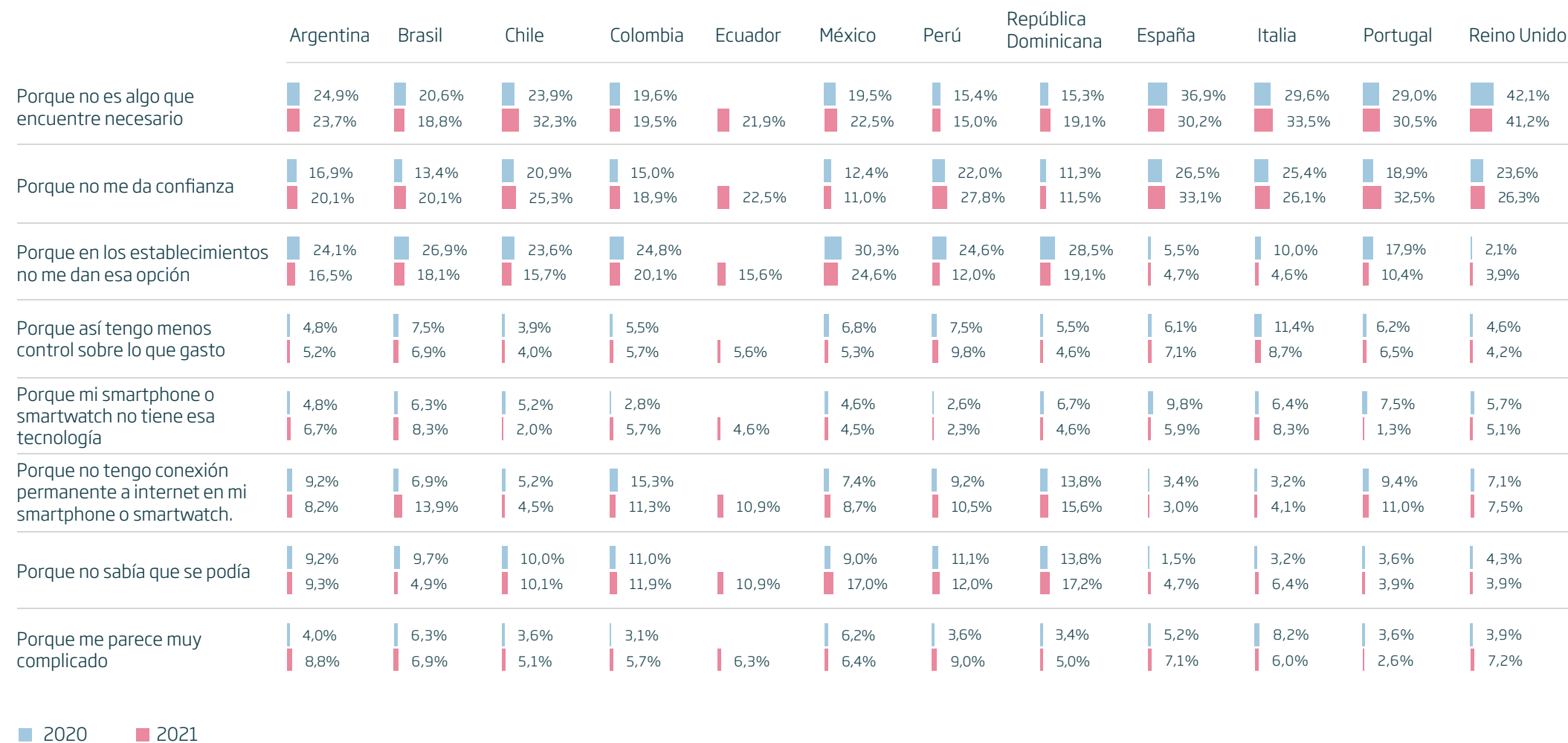
Las principales barreras al pago con el móvil se fundamentan en frenos actitudinales como la desconfianza en estos métodos de pago y la percepción de falta de necesidad. La población ABI perteneciente al segmento más adulto es la que más identifica esta falta de confianza como barrera al pago con el móvil.

A parte de estos motivos, transversales para todos los países de ambos continentes, se establecen otros motivos que presentan diferencias según el país.

En Latinoamérica, el hecho de que los establecimientos comerciales no están proporcionando esta opción de pago se puede considerar una barrera, pero no la principal como en 2020, vista la evolución que indica un proceso en marcha de adaptación al pago con dispositivo móvil.

República Dominicana, Brasil, Colombia y Perú aquejan de una falta de conexión permanente a Internet como una barrera destacada, para al menos el 10% de la población ABI que no ha realizado pagos con el dispositivo móvil, aunque presenta diferencias relevantes entre los jóvenes y los adultos de estos países, ya que los jóvenes indican este motivo con mayor frecuencia que los adultos, probablemente por disponer de limitación de datos (modalidades y tarifas prepago) <sup>24</sup>.

En México y República Dominicana se pone de manifiesto una necesidad de divulgación sobre la posibilidad del pago con dispositivo móvil ya que más de un 15% de la población no sabía que se podían realizar.



**Figura 22** Motivo principal por el que no utilizan smartphone o smartwatch para pagar en algún establecimiento

Población analizada: Población ABI que no ha pagado con smartphone o smartwatch 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?”

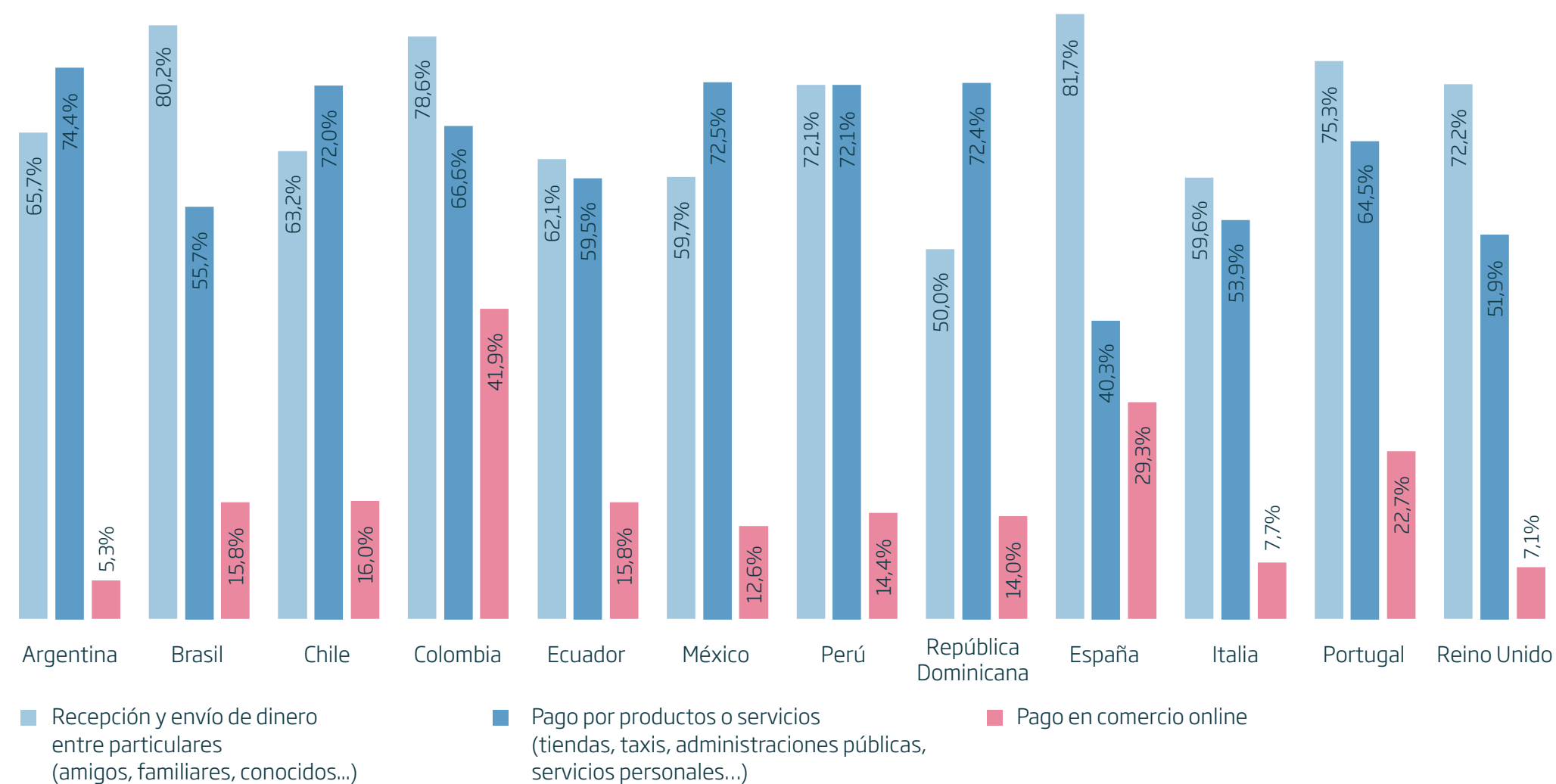
<sup>24</sup> Para más información sobre los porcentajes de población con tarifas prepago o pospago, se remite a los siguientes informes según el país: República Dominicana, Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL): <https://transparencia.indotel.gov.do/media/214393/informe-desempen-o-de-las-telecomunicaciones-julio-septiembre-2020.pdf>  
Brasil, Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL): <https://informacoes.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonias-movel>  
Colombia, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ColombiaTIC/MinTIC): <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-47274.html>  
Perú, Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones: <https://repositorio.osiptel.gob.pe/handle/20.500.12630/736>

## Las ventajas de las apps de pago entre particulares les hacen ganar fuerza en la pandemia para todo tipo de operaciones

En línea con el análisis de motivos de elección de medio de pago favorito (**Figura 16**), donde se destacaban la facilidad de uso, la rapidez y la inmediatez, las apps de pago entre particulares han presentado un crecimiento generalizado durante 2021, siendo Brasil, Colombia, Perú, España y Portugal los países que más población ABI las han utilizado durante el último mes (**Figura 11**).

En Europa, la recepción y envío de dinero entre amigos y conocidos es el tipo de pago que más se ha realizado con las aplicaciones de transferencias entre particulares, destacando España con un 81,7%, pero también es habitual el pago de productos y servicios a través de este sistema, especialmente en Reino Unido, Italia y Portugal.

Por el contrario, en Latinoamérica se observan diferencias según el país analizado. Así, en Argentina, Chile, México y República Dominicana predomina el pago por productos o servicios como tipo de pago realizado. Por su parte, en Brasil y Colombia las transferencias entre particulares se utilizan principalmente para recepción y envío de dinero.



**Figura 23** Tipo de pago realizado con las aplicaciones de transferencias entre particulares

Población analizada: Población ABI que ha realizado pagos con las aplicaciones de pago entre particulares durante el último año.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Qué tipo de pagos has realizado con las aplicaciones de transferencias entre particulares?" y "¿Qué métodos de pago utilizas para tus compras online?"



Los pagos en comercios online mediante apps de pago entre particulares muestran un uso significativamente menor, entre un 5% y un 15%, a excepción de Colombia (41,9%), España (29,3%) y Portugal (22,7%).

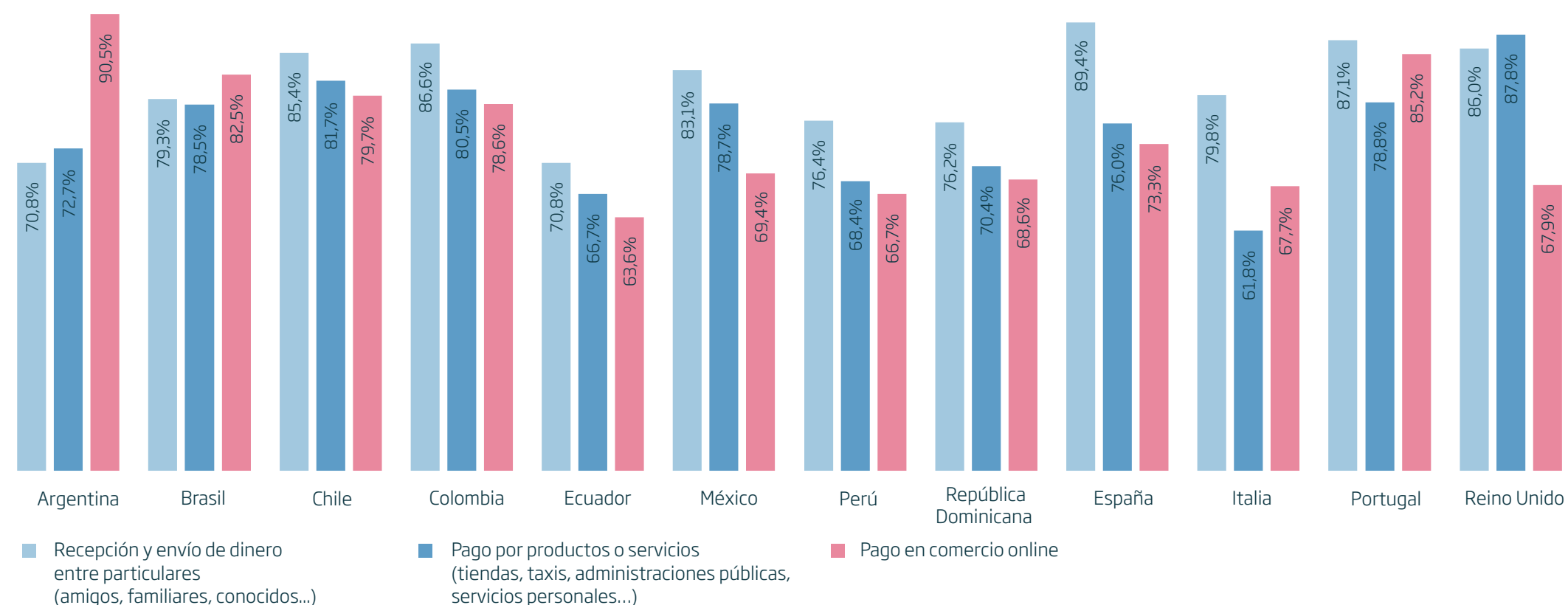
Independientemente del tipo de pago o uso que le den a este tipo de aplicaciones, la población ABI que las utiliza se encuentra satisfecha con el funcionamiento de estas (**Figura 24**).

Así, entre el 70% y 80% de los usuarios indican estar satisfechos cuando las utilizan para hacer pagos a amigos o conocidos.

Entre el 65% y el 80% se encuentran satisfechos cuando utilizan estas apps para realizar pagos en comercios físicos (donde destaca Reino Unido, que llegan al 87,8% los satisfechos con esta experiencia).

Por último, entre el 60% y el 80% de los usuarios de apps para pagos en comercios online indican estar satisfechos con este proceso, destacando especialmente Portugal y Argentina, con un 85,2% y 90,5% de usuarios satisfechos, respectivamente.

**Entre el 70% y 80% de los usuarios indican estar satisfechos cuando utilizan las apps de pago entre particulares.**  
**Entre el 65% y el 80% se encuentran satisfechos cuando utilizan estas apps para realizar pagos en comercios físicos**



**Figura 24** Satisfacción con la experiencia<sup>25</sup> de pago con las aplicaciones de pago entre particulares

Población analizada: Población ABI que ha realizado pagos con las aplicaciones de pago entre particulares durante el último año para los tres tipos de uso mencionados.  
 Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Teniendo en cuenta tu experiencia de pago con las aplicaciones de pago entre particulares, valora tu satisfacción utilizando una escala del 1 al 5 donde 1 significa "muy insatisfecho" y 5 "muy satisfecho".

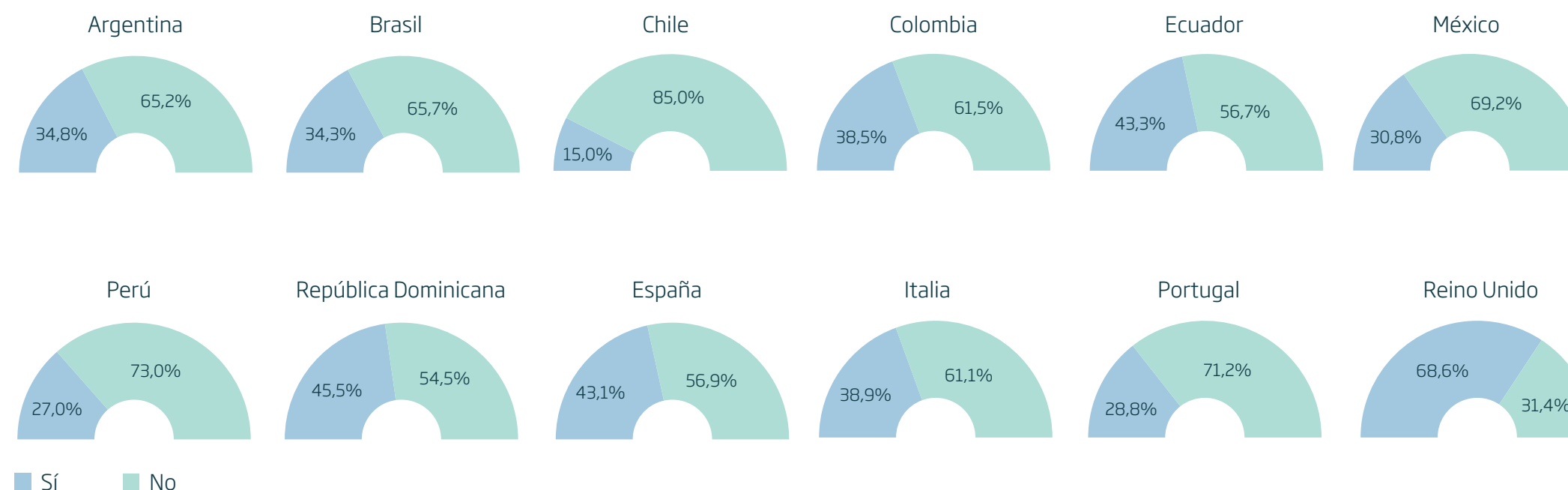
<sup>25</sup> El nivel de satisfacción se define como el porcentaje de individuos que mencionan estar muy satisfechos (5) o bastante satisfechos (4) en una escala verbal (Likert) de 5 niveles: (1) muy insatisfecho, (2) bastante insatisfecho, (3) algo satisfecho, (4) bastante satisfecho y (5) muy satisfecho.

# Buy Now Pay Later<sup>26</sup>

Un servicio aún lastrado por un bajo conocimiento: solo Reino Unido presenta altos niveles de conocimiento y uso del sistema de financiación BNPL

En general, este sistema de financiación todavía presenta bajos niveles de conocimiento tanto en Europa como en Latinoamérica, a excepción de Reino Unido, donde el sistema de financiación alcanza al 68% de la población en términos de notoriedad. Por el contrario, Chile es el país con menor nivel de conocimiento (solo es reconocido por un 15% de la población ABI).

Por edad se observan algunas diferencias entre los países europeos y latinoamericanos. Mientras que en países como España o Italia el sistema tiene mayores niveles de conocimiento en la población adulta (mayores de 40 años), en Latinoamérica se aprecia una tendencia generalizada a un mayor conocimiento entre el segmento más joven, principalmente en Colombia, Argentina, Chile y Perú.



**Figura 25** Conocimiento del sistema de financiación BNPL

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Conocías este sistema de financiación?"

<sup>26</sup> El sistema de financiación BNPL se definía y presentaba a los entrevistados de la siguiente manera: "Algunos establecimientos físicos y online ofrecen a sus clientes, como medio de pago, la posibilidad de financiar compras, a partir de cierto valor económico. En estos casos, en vez de pagar con tarjeta de crédito, la compra es financiada, con un número concreto de cuotas, por el propio establecimiento. No requiere contratar ningún tipo de servicio o producto adicional (no se contrata una tarjeta). Una vez se termina el pago de las cuotas, se termina la deuda con el establecimiento."

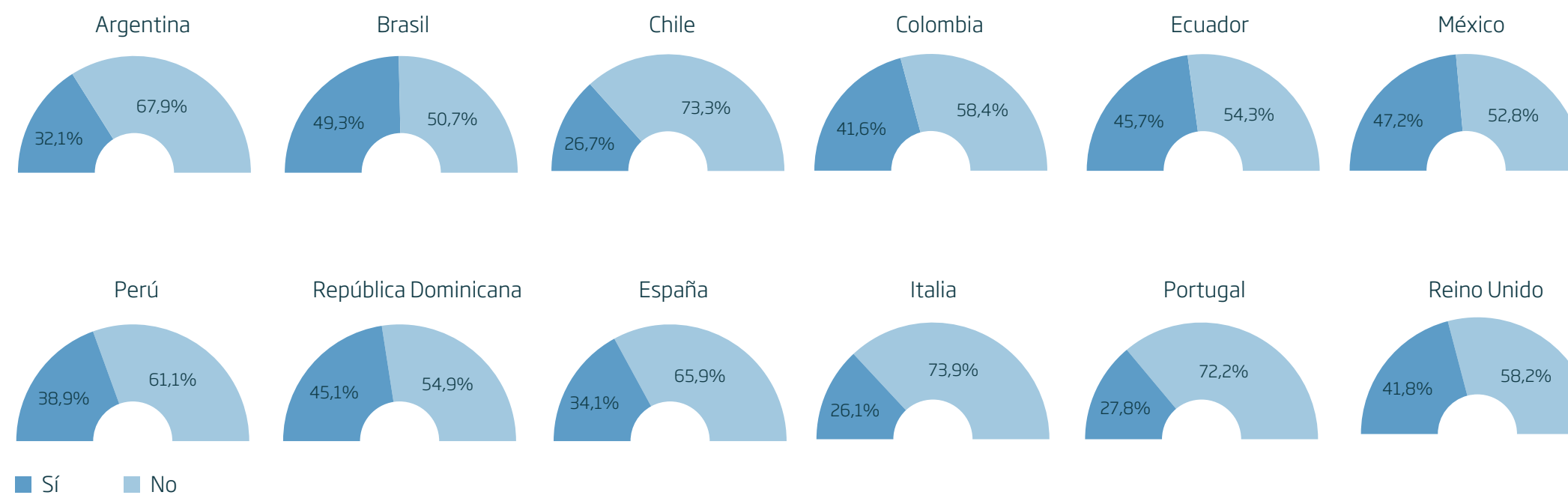
A nivel de uso, es un sistema que aún no está muy extendido (**Figura 26**). Solo Reino Unido, República Dominicana, México, Ecuador y Brasil presentan niveles de uso superiores al 40% entre los conocedores del método de financiación. Sin embargo, en países como Portugal y Chile el uso es aún incipiente (menos del 30% de la población que conoce este sistema lo ha utilizado alguna vez).

En Latinoamérica destaca Brasil por su alto ratio de uso entre los conocedores (un 49,3% de individuos que conocen el servicio han decidido usarlo).

Esto hace que Brasil se sitúe en cuarto lugar en el ranking de uso global por encima de Argentina o Colombia, que partían de niveles de conocimiento superiores.

En el lado opuesto se encuentra Italia, que partiendo de unos niveles de conocimiento relativamente altos (en comparación con el resto de los países), solo un 27,8% de estos individuos han hecho uso del sistema de financiación, colocando al país a la cola del ranking de uso, junto a Chile y Portugal (países que ya parten de bajos niveles de conocimiento).

**Solo Reino Unido, República Dominicana, México y Ecuador presentan niveles de uso superiores al 40% entre los conocedores del método de financiación**



**Figura 26** Uso sistema de financiación BNPL

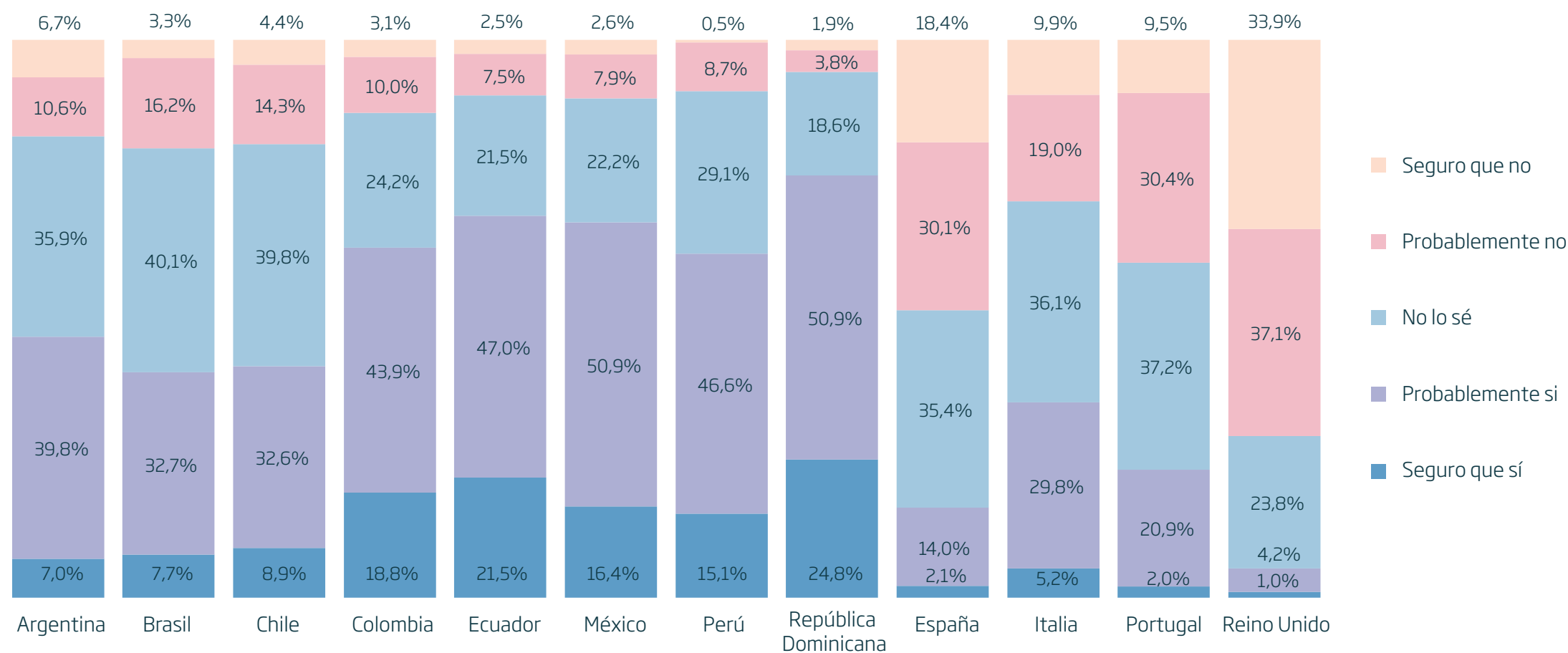
Población analizada: Población ABI que conoce el sistema de financiación BNPL.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Lo has utilizado alguna vez?"

## Latinoamérica, más abierta al uso del BNPL

A pesar de que Reino Unido se alza como el país con mayor conocimiento y uso del sistema de financiación BNPL, parece que éste está alcanzado un tope de penetración entre la población ABI, ya que la población desconocedora o no usuaria de esta fórmula de financiación presenta muy bajos niveles de intencionalidad de uso futura.

En general todos los países europeos muestran una baja intención al uso de esta fórmula de financiación. Tanto en España como Italia y Portugal se establecen elevados niveles de población que no tienen intención de utilizar dicho sistema.

Por el contrario, se prevé un elevado crecimiento en el uso del sistema de financiación en los países de Latinoamérica, encabezados por República Dominicana, Ecuador y México, entre los que destacan elevadas intenciones de uso futuras. Concretamente, en República Dominicana se prevé que la penetración del sistema venga por uso del segmento de edad adulta (los individuos de más de 31 años presentan una intencionalidad de uso -seguro que sí o probablemente sí- superior al 80%).



**Figura 27** Intención de uso futura sistema de financiación BNPL

Población analizada: Población ABI que no conocía o que conocía, pero no ha usado aún el sistema BNPL.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Ahora que sabes lo que es ¿crees que lo utilizarías?"

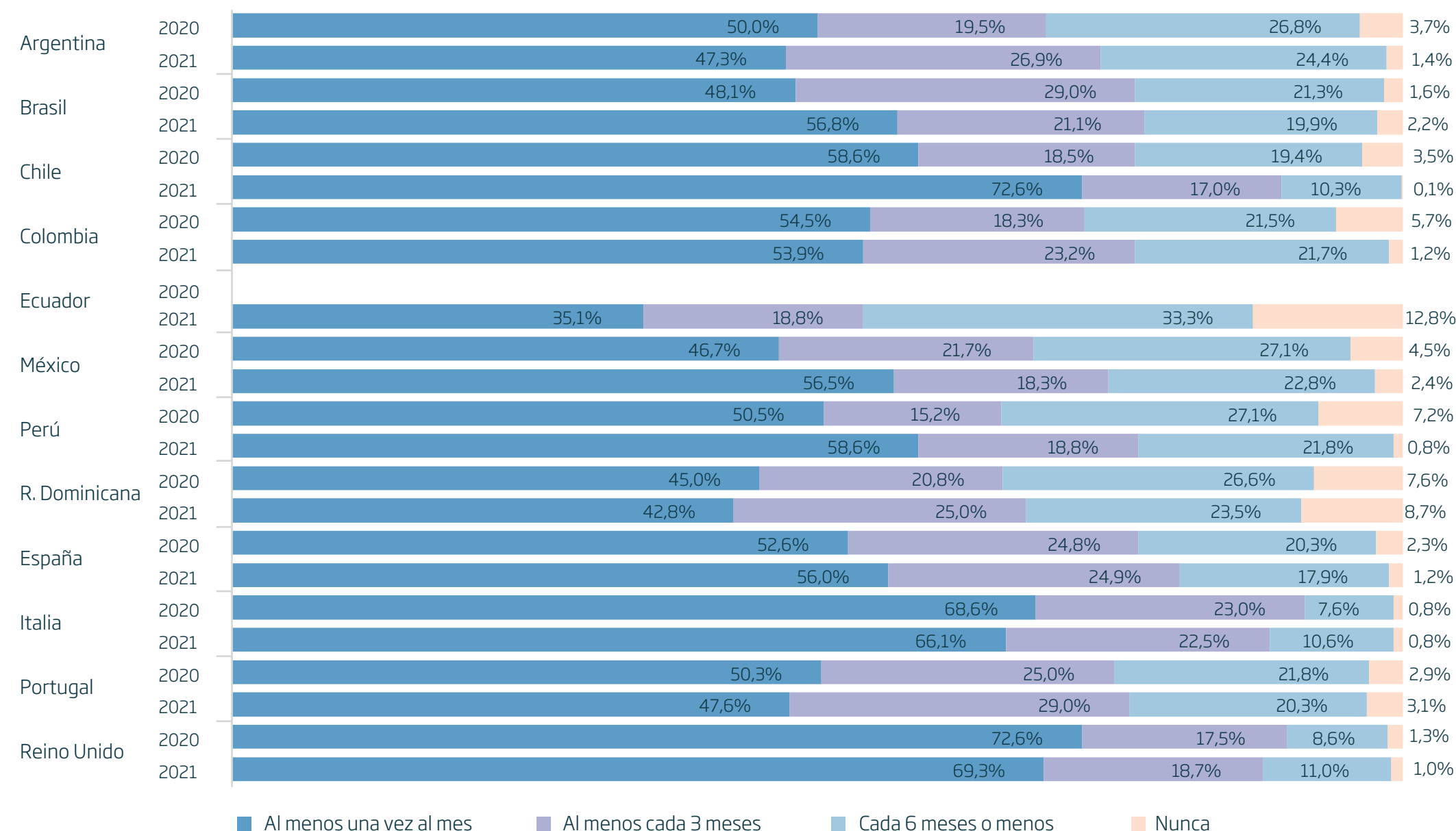
Se prevé un elevado crecimiento en el uso del sistema de financiación en los países de Latinoamérica, encabezados por República Dominicana, Ecuador y México

# Ecommerce

## Reino Unido e Italia se mantienen a la cabeza en compra online, a los que se une Chile

Se ha producido un incremento entre 2020 y 2021 prácticamente en todos los países latinoamericanos. El cambio más destacado lo protagoniza Chile, con un incremento de 14,0 p.p. de población ABI que compra online con alta frecuencia (al menos una vez al mes) <sup>27</sup>. También se han producido variaciones altas en México (+9,8 p.p.), en Perú (+8,1 p.p.) y en Brasil (+8,7 p.p.). Así, aquellos que compran por Internet al menos una vez al mes, rondan el 50% de la población en prácticamente todos los países, a excepción de Ecuador que se sitúa como el país con menores niveles de frecuencia de uso (solo un 35,1% de la población compra al menos una vez al mes).

Por su parte, en Europa los niveles de población ABI que compra por Internet se mantienen muy estables. Es importante tener en cuenta que, durante el periodo anterior y en plena pandemia se generaron incrementos en los porcentajes de compradores online de alta frecuencia. Actualmente se observa un estancamiento en los países europeos, e incluso un ligerísimo descenso, que puede estar producido por una reapertura de los comercios físicos y grandes espacios de consumo.



**Figura 28** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por

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?"

<sup>27</sup> Cámara de Comercio de Santiago <https://www.ccs.cl/2021/04/23/ccs-proyecto-ventas-online-por-mas-de-us11-500-millones-este-ano/>

La Tercera: "El boom del comercio electrónico: ventas online en el retail se triplicaron en el primer trimestre"

<https://www.latercera.com/pulso/noticia/ventas-del-comercio-electronico-en-el-retail-se-triplicaron-en-el-primer-trimestre/ANFWD2KIPFB5FCJ3QVGJOZLDCM/>

<sup>28</sup> 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".

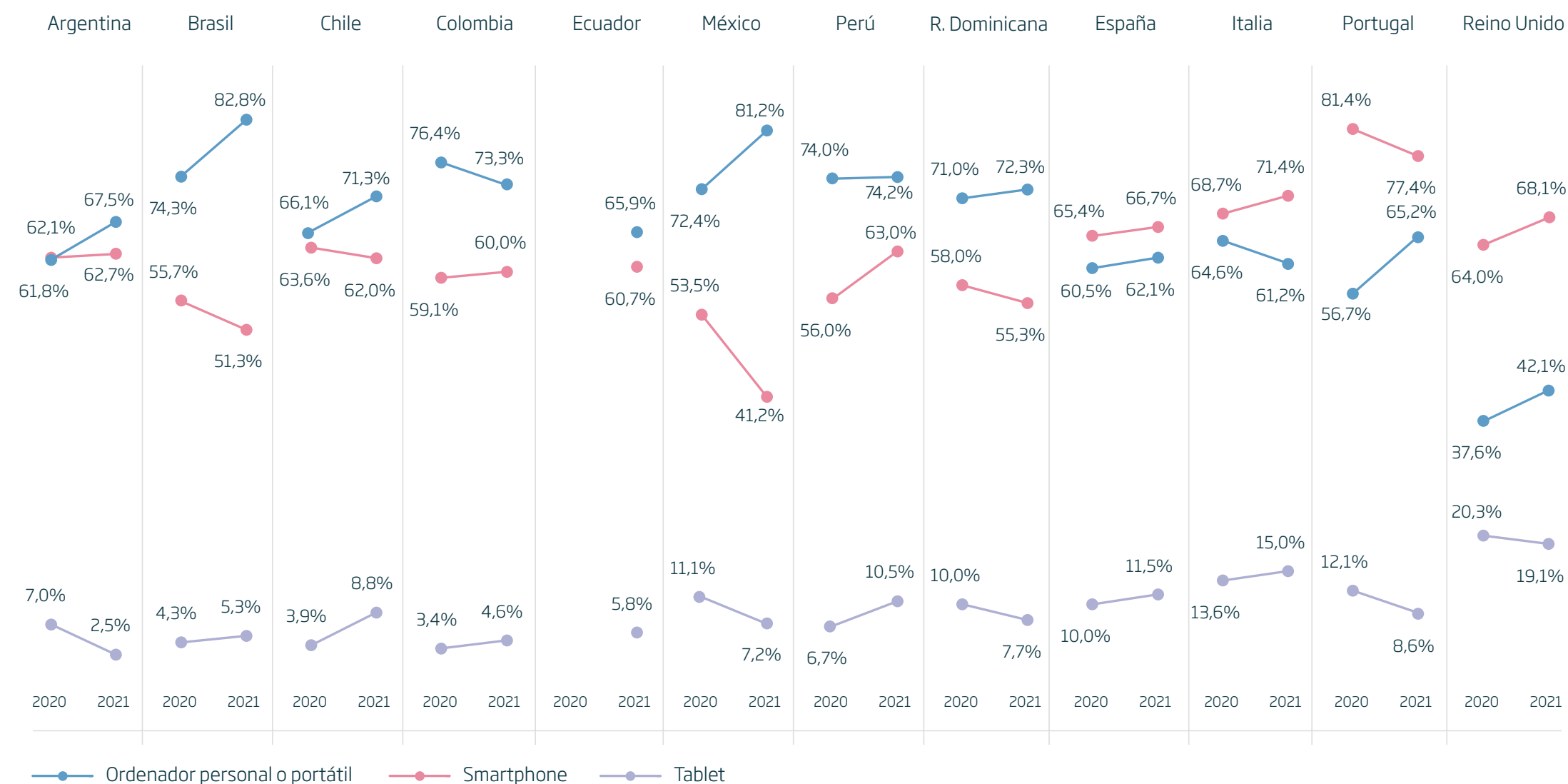
## Dominio de los dispositivos móviles para las compras online en Latinoamérica

Se mantiene la tendencia al alza, ya observada en 2020, y el smartphone continúa ganando terreno al ordenador personal o portátil para realizar las compras online, especialmente en Latinoamérica.

En Europa, aunque el uso del smartphone crece (especialmente en Portugal), sigue siendo superior el uso del ordenador personal para realizar las compras online. En Reino Unido, aunque este año incrementa en 4,5 p.p., el uso del teléfono móvil sigue colocándose lejos de los niveles del resto de países en uso de dicho dispositivo. Además, es el país ligeramente menos "multidispositivo" (uso de 1,3 dispositivos para realizar compras online frente al 1,4 o 1,5 dispositivos de media del resto de países analizados).

El menor uso del dispositivo móvil para compras online se explica, en gran medida, por la composición de la población ABI del país, ya que los jóvenes superan a los adultos en el uso del terminal móvil para compras online (64,2% entre los jóvenes, frente a un 20,6%) y, en este sentido, los países latinoamericanos cuentan con una población ABI ligeramente más joven que la europea.

## En Europa, aunque el uso del smartphone crece (especialmente en Portugal), sigue siendo superior el uso del ordenador personal para realizar las compras online



**Figura 29** Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021).

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 encabeza el ranquin de medios de pago más habituales para compras online

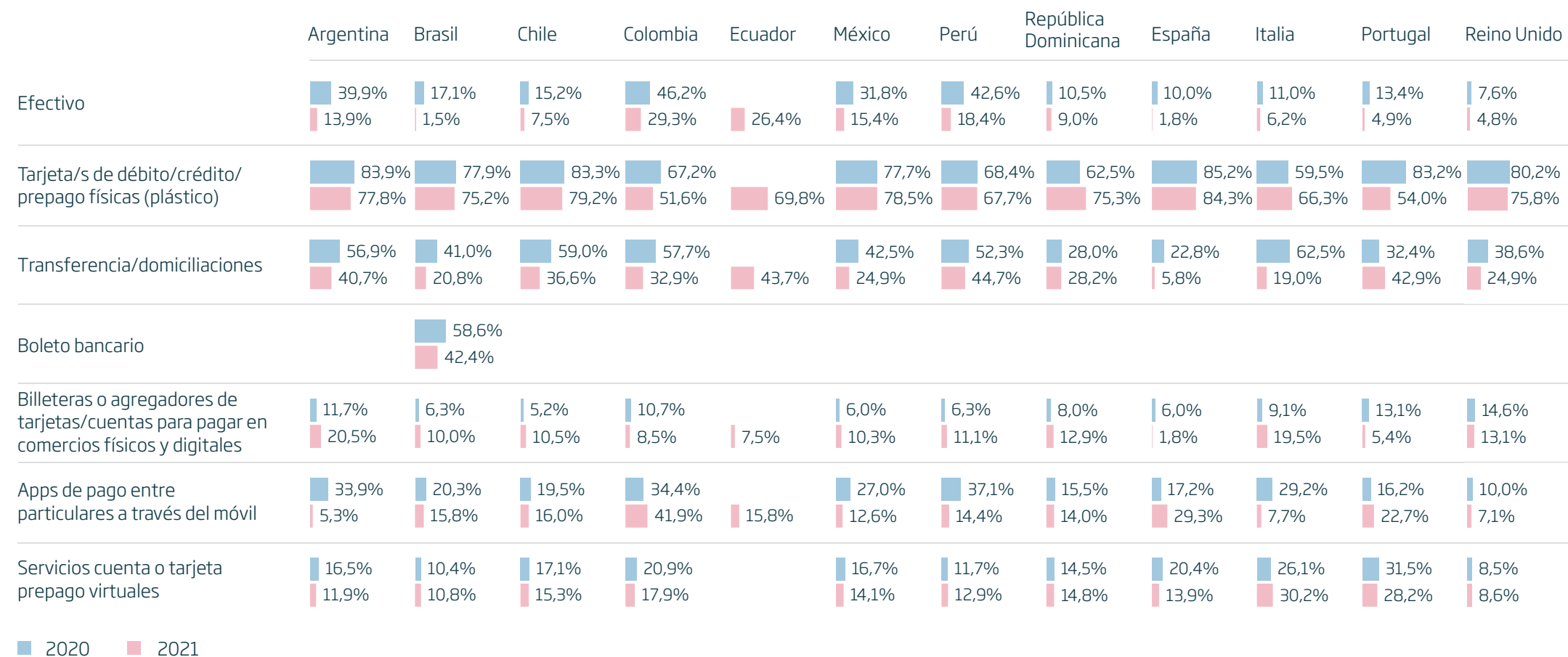
En el comercio online el medio de pago más extendido es la tarjeta. Y no es solo el primer método de pago en todos los países, sino que además lo hace con un porcentaje superior al 50% de la población ABI que ha comprado por Internet.

Como segundo método de pago destaca el elevado uso de transferencias en la mayoría de los países latinoamericanos, a excepción de Brasil donde el boleto bancario ostenta el segundo puesto (42,4% de la población ABI lo utiliza para compras online) o Colombia, donde el pago a través de las aplicaciones de pago entre particulares se incrementa de forma significativa respecto el año 2020 y se sitúa como segundo sistema de pago (y principalmente entre la población ABI colombiana más joven) <sup>29</sup>.

También en países europeos como España y Portugal se observa un importante incremento en el uso de las apps de pago entre particulares para las compras online (+12,1 p.p. en España y +6,5 p.p. en Portugal).

Es muy reseñable también el descenso sufrido en 2021 en el uso de efectivo en los países latinoamericanos. El porcentaje de población ABI que paga sus compras por internet con efectivo ha descendido a la mitad respecto de 2020 en todos los países del continente.

### Destaca el elevado uso de transferencias en la mayoría de los países latinoamericanos



**Figura 30** Métodos de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

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?"

<sup>29</sup> El sistema de financiación BNPL se definía y presentaba a los entrevistados de la siguiente manera: "Algunos establecimientos físicos y online ofrecen a sus clientes, como medio de pago, la posibilidad de financiar compras, a partir de cierto valor económico. En estos casos, en vez de pagar con tarjeta de crédito, la compra es financiada, con un número concreto de cuotas, por el propio establecimiento. No requiere contratar ningún tipo de servicio o producto adicional (no se contrata una tarjeta). Una vez se termina el pago de las cuotas, se termina la deuda con el establecimiento."

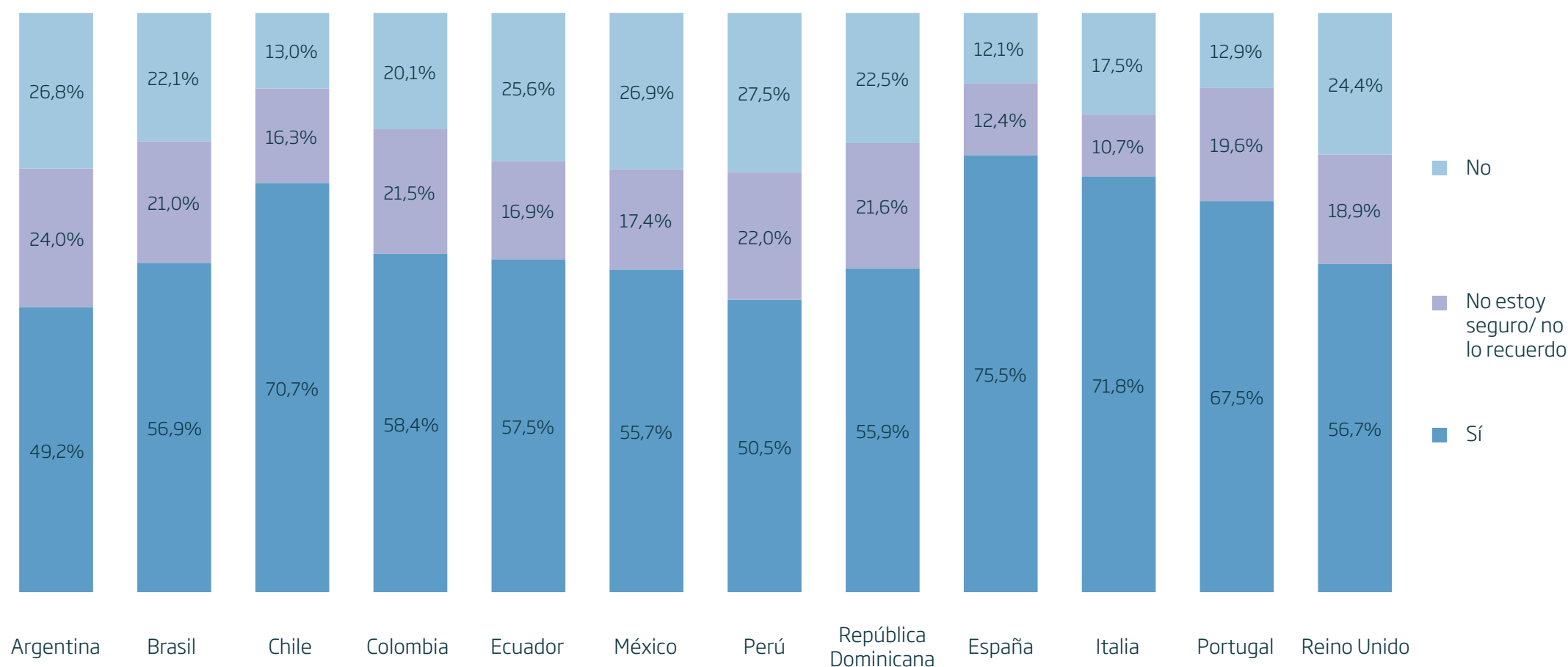
# Sistemas de seguridad para el pago online

## Uso generalizado del doble factor de autenticación<sup>30</sup>

En el último año el uso del doble factor de autenticación en las compras online ha sido elevado de una forma generalizada, alcanzando los valores más elevados en España (75,5% de la población ABI ha utilizado un doble factor de autenticación en alguna de sus compras online realizadas en el último año), Italia (71,8%), Chile (70,7%) y Portugal (67,5%).

Por el contrario, los países en los que el uso de esta doble autenticación en las compras online ha sido menor son Argentina (el 49,2% de la población indica haber utilizado este doble factor de autenticación en sus compras) y Perú (50,5% de uso).

En el último año el uso del doble factor de autenticación en las compras online ha sido elevado de una forma generalizada



**Figura 31** Uso del doble factor de autenticación en las compras online

Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Has utilizado un doble factor de autenticación en alguna de tus compras online realizadas durante el último año?"

**30** En la presente investigación se proporcionaba al entrevistado la siguiente definición e información sobre el doble factor de autenticación: con el fin de reducir el fraude en las compras online o cuando accedemos a nuestras cuentas bancarias se nos solicita que demos quienes somos a través de dos factores de autenticación. Puede ser: (1) algo que conocemos o sabemos cómo 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 la huella dactilar o los rasgos faciales biométricos.



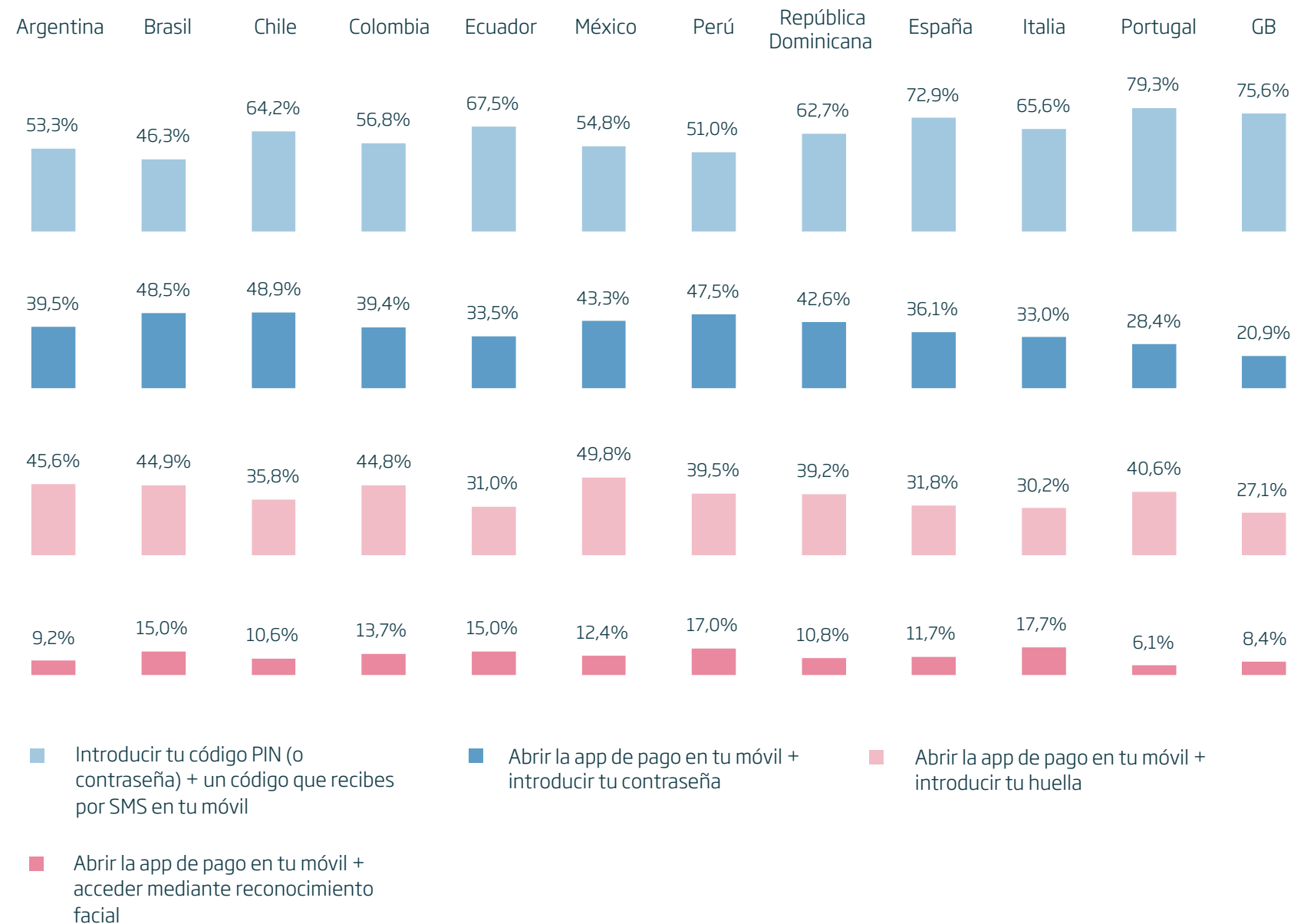
## Introducir un PIN más un código temporal recibido a través de SMS es el sistema más utilizado

En todos los países analizados el uso del sistema basado en introducir un PIN/CVV o contraseña más un código temporal recibido a través de SMS (OTP - One Time Password) es el más utilizado. Si bien es en los países europeos donde este sistema tiene mucha mayor presencia. Un 79,3% de la población ABI que ha comprado por Internet en Portugal ha utilizado este sistema en el último año. En Reino Unido lo ha hecho un 75,6% de la población y en España un 72,9%.

Por el contrario, la población ABI latinoamericana, aunque también usa este sistema, lo combinan con otros. Brasil, Chile y Perú principalmente lo combinan con el uso de abrir la app en el móvil más introducir contraseña, y Colombia y México con la apertura de la app en el móvil más la huella dactilar.

El sistema de doble factor de autenticación que combina la apertura de la app más el acceso a través de reconocimiento facial tiene un uso significativamente menor, independientemente del país.

**Brasil, Chile y Perú principalmente lo combinan con el uso de abrir la app en el móvil más introducir contraseña, y Colombia y México con la apertura de la app en el móvil más la huella dactilar**



**Figura 32** Sistemas de doble factor de autenticación utilizados online

Población analizada: Población ABI que ha utilizado al menos un segundo factor de autenticación

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Qué sistemas de doble factor de autenticación has utilizado en tus compras online durante el último año?"

## El servicio con mayor uso no es el servicio con mayor satisfacción

En términos generales, los países europeos presentan mayores niveles de satisfacción que los países latinoamericanos respecto a los sistemas de doble autenticación utilizados (Figura 33). El 79,2% de la población ABI europea está satisfecha con el sistema de mayor uso (introducir un PIN/CVV o contraseña más un código caduco recibido a través de SMS) frente al 72,2% que están satisfechos en Latinoamérica.

Si bien, cabe resaltar, que no es el servicio que ostenta los mayores niveles de uso el que obtiene los niveles de satisfacción más altos. Abrir la app en el móvil más

introducir huella es el sistema de doble autenticación que obtiene una satisfacción mayor (un 86,4% de la población ABI europea y un 81,8% entre la población latinoamericana está satisfecha con este sistema).

Por atributos, son la seguridad del sistema y la facilidad de uso los que mejores niveles de satisfacción reciben de una forma global para todos los sistemas de doble factor de autenticación.

Hay que destacar, además, que Reino Unido en Europa y Colombia en Latinoamérica son los países que tienen, en general, el mayor número de población satisfecha con los diferentes sistemas.

Por el contrario, Argentina y, especialmente, Perú, son los países donde los sistemas de autenticación reforzada parecen generar peores experiencias.

Introducir tu código PIN (o contraseña) + un código que recibes por SMS en tu móvil	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
Seguridad del sistema	64,4%	64,8%	83,4%	78,1%	72,6%	71,4%	63,7%	73,4%	75,2%	84,7%	81,6%	88,8%
Tiempo empleado en el proceso	52,9%	56,2%	63,5%	70,8%	65,9%	59,7%	55,9%	67,2%	61,9%	70,4%	73,9%	77,1%
Fiabilidad del proceso	55,8%	61%	74,6%	74,5%	70,4%	63%	62,7%	70,3%	68,8%	81%	82,1%	89,4%
Facilidad de uso del sistema	68,3%	66,7%	77,9%	78,8%	70,4%	72,3%	70,6%	71,1%	70,2%	78,3%	82,6%	85,3%
Satisfacción general con este sistema	67,3%	65,7%	80,1%	76,6%	71,1%	73,1%	69,6%	71,1%	72%	80,4%	81,2%	84,1%
Abrir la app de pago en tu móvil + introducir tu contraseña												
Seguridad del sistema	62,3%	73,6%	83,3%	85,3%	73,1%	78,7%	61,1%	79,3%	71,3%	80%	71,6%	85,1%
Tiempo empleado en el proceso	49,4%	61,8%	76,8%	76,8%	64,2%	70,2%	55,8%	73,6%	57,4%	71,6%	74,3%	78,7%
Fiabilidad del proceso	54,5%	63,6%	73,9%	78,9%	59,7%	73,4%	52,6%	73,6%	71,3%	76,8%	73%	85,1%
Facilidad de uso del sistema	59,7%	73,6%	84,8%	86,3%	68,7%	76,6%	71,6%	79,3%	69,4%	76,8%	79,7%	85,1%
Satisfacción general con este sistema	63,6%	74,5%	82,6%	82,1%	67,2%	75,5%	68,4%	81,6%	70,4%	71,6%	77%	85,1%
Abrir la app de pago en tu móvil + introducir tu huella												
Seguridad del sistema	82%	79,4%	90,1%	87%	77,4%	82,4%	68,4%	82,5%	81,1%	83,9%	86,8%	86,9%
Tiempo empleado en el proceso	83,1%	79,4%	81,2%	80,6%	75,8%	77,8%	64,6%	76,3%	74,7%	79,3%	85,8%	88,5%
Fiabilidad del proceso	83,1%	76,5%	87,1%	78,7%	75,8%	77,8%	67,1%	80%	80%	78,2%	84,9%	86,9%
Facilidad de uso del sistema	82%	80,4%	88,1%	88%	77,4%	82,4%	69,6%	83,8%	82,1%	88,5%	88,7%	88,5%
Satisfacción general con este sistema	86,5%	82,4%	87,1%	83,3%	79%	78,7%	72,2%	83,8%	83,2%	85,1%	88,7%	88,5%
Abrir la app de pago en tu móvil + acceder mediante reconocimiento facial												
Seguridad del sistema	61,1%	76,5%	76,7%	87,9%	70%	74,1%	47,1%	72,7%	80%	70,6%	93,8%	89,5%
Tiempo empleado en el proceso	50%	82,4%	66,7%	72,7%	76,7%	66,7%	58,8%	72,7%	65,7%	82,4%	87,5%	84,2%
Fiabilidad del proceso	61,1%	73,5%	73,3%	78,8%	73,3%	66,7%	61,8%	63,6%	71,4%	70,6%	87,5%	78,9%
Facilidad de uso del sistema	55,6%	79,4%	76,7%	87,9%	76,7%	81,5%	61,8%	72,7%	77,1%	76,5%	87,5%	89,5%
Satisfacción general con este sistema	66,7%	79,4%	70%	93,9%	73,3%	77,8%	50%	77,3%	74,3%	74,5%	87,5%	89,5%

**Figura 33** Satisfacción <sup>31</sup> con aspectos relacionados con doble factor de autenticación online

Población analizada: Población ABI que ha utilizado casa uno de los sistemas de autenticación

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "Teniendo en cuenta tu experiencia, indica tu grado de satisfacción con cada uno de estos aspectos relacionados con el doble factor de autenticación"

<sup>31</sup> El nivel de satisfacción se define como el porcentaje de individuos que mencionan estar muy satisfechos (5) o bastante satisfechos (4) en una escala verbal (Likert) de 5 niveles: (1) muy insatisfecho, (2) bastante insatisfecho, (3) algo satisfecho, (4) bastante satisfecho y (5) muy satisfecho.

## Abrir la app en el móvil más introducir huella es el servicio que produce menores incidencias en su uso

A nivel global, el uso del sistema de doble autenticación que consistente en abrir la app en el móvil más introducir huella es el que obtiene menores errores en su uso (Figura 34).

Por el contrario, abrir la app en el móvil más acceder mediante reconocimiento facial es la que ha obtenido mayores incidencias de forma generalizada.

Portugal destaca por ser el país en el que se producen menores incidencias, mientras que Perú y Chile son los países en los que el uso de los sistemas produce mayor proporción de errores.

Estos errores en el proceso de pago se materializan, principalmente, en la forma de pagos no terminados (un 26,1% de la población chilena ha sufrido errores en este punto en el sistema de introducción de contraseña) o de pagos no aceptados (un 23,5% de errores en Perú con el sistema de reconocimiento facial).

Introducir tu código PIN (o contraseña) + un código que recibes por SMS en tu móvil	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
NO ha tenido ninguna incidencia con este sistema	87,5%	84,8%	77,3%	77,4%	76,3%	76,5%	74,5%	77,3%	78%	79,9%	87,9%	87,10%
Sí ha sufrido alguna incidencia	12,5%	15,2%	22,7%	22,6%	23,7%	23,5%	25,5%	22,7%	22%	20,1%	12,1%	12,9%
Sí, errores en el pago (pagos no aceptados)	0,0%	4,8%	8,8%	4,4%	9,6%	13,4%	12,7%	10,9%	5,5%	8,5%	3,9%	2,4%
Sí, errores en el proceso de pago (pagos no terminados)	4,8%	9,5%	16%	16,8%	11,9%	10,1%	9,8%	6,3%	16,5%	8,5%	5,8%	4,7%
Otros errores	8,7%	2,9%	2,8%	4,4%	5,9%	4,2%	5,9%	7%	3,7%	4,2%	3,4%	7,1%

Abrir la app de pago en tu móvil + introducir tu contraseña	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
NO ha tenido ninguna incidencia con este sistema	79,2%	80%	65,9%	83,2%	77,6%	84%	68,4%	78,2%	80,6%	72,6%	95,9%	89,4%
Sí ha sufrido alguna incidencia	20,8%	20%	34,1%	16,8%	22,4%	16%	31,6%	21,8%	19,4%	27,4%	4,1%	10,6%
Sí, errores en el pago (pagos no aceptados)	7,8%	8,2%	17,4%	4,2%	10,4%	6,4%	15,8%	12,6%	8,3%	11,6%	1,4%	6,4%
Sí, errores en el proceso de pago (pagos no terminados)	6,5%	10,9%	26,1%	11,6%	17,9%	8,5%	13,7%	6,9%	13%	6,3%	4,1%	2,1%
Otros errores	6,5%	0,9%	1,4%	1,1%	1,5%	3,2%	4,2%	3,4%	1,9%	11,6%	0,0%	2,1%

Abrir la app de pago en tu móvil + introducir tu huella	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
NO ha tenido ninguna incidencia con este sistema	92,1%	88,2%	80,2%	83,3%	85,5%	85,2%	77,2%	81,3%	81,1%	81,6%	90,6%	93,4%
Sí ha sufrido alguna incidencia	7,9%	11,8%	19,8%	16,7%	14,5%	14,8%	22,8%	18,8%	18,9%	18,4%	9,4%	6,6%
Sí, errores en el pago (pagos no aceptados)	1,1%	4,9%	10,9%	3,7%	6,5%	7,4%	15,2%	6,3%	4,2%	9,2%	2,8%	1,6%
Sí, errores en el proceso de pago (pagos no terminados)	3,4%	5,9%	13,9%	9,3%	6,5%	5,6%	11,4%	10%	13,7%	8%	5,7%	3,3%
Otros errores	3,4%	1%	0,0%	4,6%	3,2%	1,9%	2,5%	5%	2,1%	1,1%	1,9%	1,6%

Abrir la app de pago en tu móvil + acceder mediante reconocimiento facial	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	R. Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
NO ha tenido ninguna incidencia con este sistema	83,3%	76,5%	70%	69,7%	76,7%	70,4%	61,8%	72,70%	80,00%	86,30%	93,80%	68,4%
Sí ha sufrido alguna incidencia	16,7%	23,5%	30%	30,3%	23,3%	29,6%	38,2%	27,30%	20,00%	13,70%	6,30%	31,6%
Sí, errores en el pago (pagos no aceptados)	11,1%	8,8%	13,3%	18,2%	10%	14,8%	23,5%	18,20%	5,70%	9,80%	6,30%	21,1%
Sí, errores en el proceso de pago (pagos no terminados)	5,6%	14,7%	13,3%	15,2%	13,3%	11,1%	17,6%	9,10%	14,30%	2,00%	0,00%	15,8%
Otros errores	5,6%	2,9%	3,3%	0,0%	0,0%	7,4%	2,9%	4,50%	2,90%	2,00%	0,00%	5,3%

**Figura 34** Incidencia con los sistemas de doble factor de autenticación

Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet y ha utilizado el doble factor de autenticación.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la pregunta "¿Has sufrido alguna incidencia utilizando el sistema ...?"

# Nuevos agentes en el espacio financiero

## Los nuevos proveedores de servicios tienen potencial localizado: Latinoamérica

Siguiendo con la tendencia de los últimos años, la irrupción en el mercado financiero de nuevos agentes está cambiando el panorama financiero tradicional. Las nuevas tecnologías digitales han permitido la entrada de nuevos agentes en el sector financiero y estos nuevos proveedores de servicios de pago están cubriendo necesidades financieras específicas de los consumidores.

Aunque ninguna de las nuevas entidades alcanza todavía los niveles de confianza, respecto a la gestión de ahorros y de seguridad similares a los que tienen en la actualidad los bancos, sí que empiezan a vislumbrar valores reseñables en algunos países, principalmente latinoamericanos, que continúan mostrándose más predispuestos que los países europeos a operar con estas nuevas entidades.

Los neobancos han irrumpido con fuerza en países como Brasil y Colombia (Figura 2), con niveles de confianza que alcanzan ya en torno al 50% de la población ABI con relación a la gestión de sus ahorros y seguridad de la información.

Compartir datos a cambio de beneficios no presenta tanta predisposición, si bien consiguen que un 42,1% de la población ABI colombiana esté dispuesta (solo 7,2 p.p. por debajo de la disposición ante bancos) y un 37,5% de la brasileña (9,3 p.p. por debajo respecto la disposición que presentan ante bancos).

Por otro lado, en República Dominicana destacan los elevados niveles de confianza que despiertan otros nuevos agentes que están haciendo su incursión en el mercado financiero: las grandes compañías tecnológicas y empresas de telecomunicaciones. Ambas entidades consiguen niveles de confianza por encima del 50%, aun así, todavía lejos de la confianza que los bancos presentan en este país, que es la más elevada en comparación con el resto de los países analizados.

Argentina, dentro de Latinoamérica, destaca por ser el país donde se dan porcentajes más bajos de confianza, seguridad y disposición a compartir datos, obteniendo valores más similares a los de los países europeos, especialmente similares a los de España, que se significa como el país con más reticencias respecto a los nuevos operadores financieros.

España, además, es el país que muestra valores más bajos de confianza, seguridad y disposición a compartir datos con los bancos. Es decir, establece una desconfianza generalizada respecto al mercado financiero independientemente del operador, con especial mención al caso de los bancos que, aunque son el operador que mejores porcentajes obtiene, son los más bajos respecto al resto de países.

Respecto al resto de países de Europa, la confianza que despiertan en general los nuevos proveedores de servicios de ámbito financiero es todavía baja. Son los bancos los que aparecen significativamente mejor posicionados que el resto de los operadores financieros, especialmente en Reino Unido.

En términos generales, e independientemente del país y el operador financiero, la población ABI muestra más confianza respecto a la gestión de ahorros y percepción de seguridad en relación con la información (datos personales, financieros...) que disposición a compartir datos en favor de obtener beneficios (descuentos...).

---

**Los países latinoamericanos se muestran más predispuestos que los países europeos a operar con estas nuevas entidades**

#### 4. Demanda

¿Cuánta confianza te daría este tipo de entidades respecto a la gestión de tus ahorros?

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
Bancos	56,7%	65,7%	67,3%	64,8%	63,5%	72,3%	66,0%	78,5%	41,9%	49,5%	58,3%	65,6%
Neobancos	21,4%	52,0%	25,8%	51,9%	20,8%	23,5%	30,5%	21,3%	17,0%	21,0%	20,3%	18,7%
Comercios o tiendas físicas	17,2%	34,1%	28,3%	40,0%	39,5%	36,3%	30,5%	41,3%	20,4%	28,5%	26,5%	24,4%
Webs de comercio electrónico	23,9%	35,3%	26,0%	30,1%	21,0%	30,5%	21,3%	28,5%	13,2%	28,2%	15,3%	18,0%
Grandes compañías tecnológicas	25,4%	43,4%	28,3%	39,7%	38,3%	35,8%	35,3%	51,5%	17,0%	27,7%	22,5%	21,4%
Grandes empresas de telecomunicaciones	19,9%	34,1%	23,8%	36,4%	34,0%	34,3%	34,3%	51,3%	17,0%	25,0%	23,5%	21,9%

¿Y respecto a la seguridad de tu información (datos personales, ubicación, datos financieros...)?

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
Bancos	54,5%	61,3%	59,3%	64,1%	58,8%	69,0%	58,8%	79,5%	45,6%	51,7%	58,3%	67,6%
Neobancos	21,6%	48,3%	29,3%	48,6%	23,5%	26,0%	31,5%	29,5%	22,7%	28,7%	25,3%	25,9%
Comercios o tiendas físicas	12,9%	35,8%	26,0%	35,6%	31,8%	27,8%	28,3%	36,3%	20,9%	28,2%	25,0%	30,4%
Webs de comercio electrónico	19,4%	34,6%	24,5%	29,9%	22,5%	25,8%	21,8%	32,8%	18,5%	28,7%	18,8%	26,9%
Grandes compañías tecnológicas	17,9%	38,0%	26,0%	34,7%	31,5%	31,3%	31,3%	49,0%	17,2%	30,9%	22,5%	28,9%
Grandes empresas de telecomunicaciones	16,2%	32,4%	23,5%	31,6%	32,8%	29,3%	32,3%	53,5%	16,5%	29,7%	20,8%	26,7%

¿Hasta qué punto estarías dispuesto/a a compartir datos con estas organizaciones a cambio de beneficios (descuentos, ...)?

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Perú	República Dominicana	España	Italia	Portugal	Reino Unido
Bancos	41,0%	46,8%	43,5%	49,3%	47,0%	52,8%	49,5%	64,8%	26,2%	40,6%	33,8%	48,1%
Neobancos	22,1%	37,5%	23,3%	42,1%	20,8%	22,8%	28,0%	27,5%	15,5%	26,2%	17,8%	20,0%
Comercios o tiendas físicas	19,9%	31,6%	22,8%	34,4%	26,8%	29,8%	31,8%	33,5%	19,7%	28,2%	17,8%	23,9%
Webs de comercio electrónico	21,9%	30,4%	21,8%	31,6%	23,0%	29,0%	24,3%	32,0%	18,2%	32,4%	17,5%	20,9%
Grandes compañías tecnológicas	19,4%	30,9%	22,3%	35,2%	28,8%	31,3%	31,0%	44,5%	17,7%	31,9%	20,3%	23,4%
Grandes empresas de telecomunicaciones	19,4%	29,4%	22,8%	36,4%	28,0%	31,0%	29,8%	47,3%	16,2%	31,9%	18,3%	21,9%

**Figura 35** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos <sup>32</sup> con los diferentes operadores del mercado financiero

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de las preguntas "¿Cuánta confianza te daría este tipo de entidades respecto a la gestión de tus ahorros? ¿Y respecto a la seguridad de tu información (datos personales, ubicación, datos financieros...)? ¿Hasta qué punto estarías dispuesto/a a compartir datos con estas organizaciones a cambio de beneficios?"

<sup>32</sup> El nivel de confianza, seguridad y disposición se definen como el porcentaje de individuos que (4) bastante confianza, bastante seguridad y bastante dispuesto y (5) mucha confianza, mucha seguridad o muy dispuesto. en una escala verbal (Likert) de 5 niveles: (1) ninguna confianza, ninguna seguridad y nada dispuesto, (2) poca confianza, poca seguridad o poco dispuesto, (3) algo de confianza, algo de seguridad y algo dispuesto, (4) bastante confianza, bastante seguridad y bastante dispuesto y (5) mucha confianza, mucha seguridad o muy dispuesto.

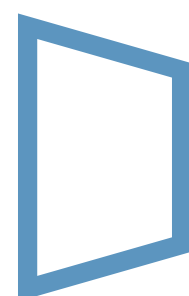
# Resumen por país

En este capítulo se realiza un análisis individualizado de cada uno de los países analizados, destacando aquellos elementos más relevantes en cada uno de ellos.

Teniendo en cuenta que Ecuador es la primera vez que forma parte de la investigación, solo once países incluyen los datos evolutivos respecto al año 2020.

Tal y como se comentó en 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

## 01

La población ABI con tarjeta de crédito aumenta 5,9 p.p. y, además, sigue siendo el país donde hay más población multitarjeta en modalidad de crédito. El 64,1% de la población ABI con tarjeta de crédito, dispone de más de una.

## 02

Argentina es el país que más usa la tarjeta de crédito para compras alto valor (66,4%) y el que ha experimentado un mayor descenso del uso de las tarjetas de crédito para compras de bajo valor (-8,3 p.p.).

## 03

Sigue siendo 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" (67,5%), y el que menos utiliza la modalidad de pago a fin de mes y el pago usando la línea de crédito disponible de la tarjeta en comparación con el resto de los países analizados.

## 04

Tras el incremento durante este año, Argentina es el país donde más población ha usado las billeteras o agregadores durante el último mes (43,8%) y, además, el 9,2% de la población ABI señala esta forma de pago como la principal y el 19,5%, como la favorita, situándose como el país en el que más población elige esta opción como aquella con la que querría pagar todos sus gastos si fuera posible. A esto se añade que es el país donde en mayor medida se utiliza este sistema de pago (billeteras o agregadores) para las compras online (20,5%).

## 05

Con respecto a la actitud hacia el dinero en efectivo, es el país que presenta un mayor porcentaje de rechazo siendo el 59,2% la población ABI argentina que declara que dejaría de usar el efectivo si pudiera hacer todos los pagos con un medio alternativo.

## 06

Argentina es el país que presenta el mayor uso de pago con smartphone o smartwatch a través de QR estático pasando de un 54,3% en 2020 a un 62,6% en 2021.

## 07

Es el país que más ha utilizado las apps de pago entre particulares para el pago de productos o servicios (en tiendas, taxis, administraciones públicas, servicios personales...) con un 74,4% y el que menos las ha utilizado para pagos en comercios online (5,3%).

## 08

Argentina es el país donde en menor medida se recuerda haber utilizado un sistema de doble autenticación para las compras por internet (49,2%).

## 09

Argentina es el país latinoamericano que muestra menor confianza y seguridad respecto a la información, y que en menor medida estaría dispuesto a compartir datos con los nuevos operadores del mercado financiero (neobancos, comercios o tiendas físicas, webs de comercio online...).

#### 4. Demanda

	2020	2021
Una tarjeta de débito	95,5%	95,0%
Una tarjeta de crédito	67,5%	73,4%
Una tarjeta prepago	33,0%	37,3%

**Tabla 1** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
1 Tarjeta de débito	60,5%	60,2%
2 o más tarjetas de débito	39,5%	39,8%
1 Tarjeta de crédito	36,7%	35,9%
2 o más tarjetas de crédito	63,3%	64,1%
1 Tarjeta prepago	78,0%	78,7%
2 o más prepago	22,0%	21,3%

**Tabla 2** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Argentina con tenencia de cada tipo de tarjeta  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	38,5%	30,2%
Compras de alto valor	56,7%	66,4%
Para sacar dinero del cajero	17,0%	14,9%

**Tabla 3** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020 - 2021)

Población analizada: Población ABI Argentina con tenencia de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	30,0%	25,1%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	62,2%	67,5%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	4,1%	4,7%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	3,7%	2,7%

	2020	2021
Efectivo	82,0%	81,1%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	82,3%	83,3%
Pagos desde cuenta	67,8%	71,9%
Tarjeta virtual	21,5%	32,3%
Billeteras o agregadores	29,0%	43,8%
Apps de pago entre particulares	11,5%	18,7%

	2020	2021
Efectivo	30,5%	21,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	41,8%	43,6%
Pagos desde cuenta	17,8%	17,7%
Tarjeta virtual	3,5%	4,5%
Billeteras o agregadores	5,0%	9,2%
Apps de pago entre particulares	1,0%	3,0%

**Tabla 4** Uso de tarjeta de crédito según modalidad

Población analizada: Total población ABI Argentina con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 5** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6** Medios de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio



#### 4. Demanda

	2021
Efectivo	16,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	38,1%
Pagos desde cuenta	16,9%
Boleto bancario	0,0%
Tarjeta virtual	5,7%
Billeteras o agregadores	19,2%
Apps de pago entre particulares (P2P)	3,5%

**Tabla 7** Medios de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	39,9%	13,9%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	83,9%	77,8%
Pagos desde cuenta	56,9%	40,7%
Tarjeta virtual	16,5%	11,9%
Billeteras o agregadores	11,7%	20,5%
Apps de pago entre particulares	33,9%	5,3%

**Tabla 8** Medios de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Argentina que ha comprado por Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
No dejaría de usar el efectivo en alguna medida, aunque pudiera pagar todo con otros medios	40,8%
Dejaría de usar totalmente el efectivo si pudiera hacer todos los pagos con un medio alternativo	59,2%

**Tabla 9** Actitud respecto al efectivo

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pago in-app	39,7%	37,4%
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%	53,0%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	54,3%	62,6%
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	18,1%	8,7%

	2021
Recepción y envío de dinero entre particulares (amigos, familiares, conocidos...)	65,7%
Pago por productos o servicios (tiendas, taxis, administraciones públicas, servicios personales...)	74,4%
Pago en comercio online	5,3%

	2021
Si	49,2%
No	24,0%
No estoy seguro	26,8%

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	56,7%	54,5%	41,0%
Neobancos	21,4%	21,6%	22,1%
Comercios o tiendas físicas	17,2%	12,9%	19,9%
Webs de comercio electrónico	23,9%	19,4%	21,9%
Grandes compañías tecnológicas	25,4%	17,9%	19,4%
Grandes empresas de telecomunicaciones	19,9%	16,2%	19,4%

**Tabla 10** Formas de pago utilizados con dispositivo móvil en comercios físicos (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Argentina que ha utilizado el móvil como wallet o ha utilizado apps de pago entre particulares para pagar en establecimientos durante el último mes

**Tabla 11** Tipo de pago realizado con las apps de pago entre particulares

Población analizada: Población ABI Argentina que ha realizado pagos con las aplicaciones de pago entre particulares durante el último año  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 12** Uso del doble factor de autenticación

Población analizada: Población ABI Argentina que ha comprado por Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 13** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Brasil

## 01

Es el país que encabeza la multibancarización (76,4%). Casi 8 de cada 10 integrantes de la población ABI opera con dos o más entidades bancarias.

## 02

Brasil es el país con mayor presencia de neobancos: el 64,5% de la población ABI tiene algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros a través de neobancos y el 26,2% tiene a alguna de estas entidades como entidad financiera principal.

## 03

Es el país donde mayor es el porcentaje de población ABI (el 77,2%) que dispone de tarjeta de crédito. También es el país con la media de tarjetas de débito y crédito más alta, 2,1 tarjetas de media en ambos casos entre los tarjetahabientes de cada una de las tipologías (igualado solo por Argentina y Chile en el caso de las tarjetas de débito).

## 04

Brasil es el segundo país latinoamericano que más usa la tarjeta de crédito para compras de bajo valor (59,0%) (solo por detrás de República Dominicana) y también el segundo para alto valor (65,4%) (por detrás de Argentina).

## 05

Junto con Perú, se sitúa entre los países que han experimentado un mayor crecimiento en el uso de las apps de pago entre particulares como medio de pago utilizado en el último mes (+36,5 p.p.), ascendiendo al 61,5% el porcentaje de población ABI que ha utilizado este medio de pago. Es el país donde más población elige este medio de pago como principal (16,7%) y también como favorito (24,0%).

## 06

Brasil es el país latinoamericano que hace menos uso del dinero en efectivo: el 85,1% declara que lo utiliza al menos una vez a la semana o con menor frecuencia. Y el 54,9% declara que, en el futuro, lo usará con menor frecuencia.

## 07

Brasil es el país latinoamericano que más realiza el pago mediante apps entre particulares para recepción y envío de dinero (80,2%).

## 08

Tras un incremento de 8,5 p.p., Brasil se convierte en el país donde más compras online se realizan a través del dispositivo móvil (82,8%).

## 09

Brasil es, junto con Colombia, uno de los países más abiertos a operar financieramente con otras entidades, más allá de los bancos, demostrando más confianza, percibiendo seguridad y mostrando mayor disposición a compartir datos con los nuevos jugadores que operan en el mercado financiero.

#### 4. Demanda

	2020	2021
Un banco	28,7%	23,6%
Dos o más bancos	71,3%	76,4%

**Tabla 14** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Bancos	85,5%
Neobancos	64,5%
Comercios / tiendas físicas	29,2%
Webs comercios electrónico	48,2%
Grandes compañías tecnológicas	36,3%
Grandes empresas de telecomunicaciones	59,6%

**Tabla 15** Bancos u proveedores con lo que opera / tiene contratado servicios o productos financiero

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Bancos	62,7%
Neobancos	26,2%
Comercios / tiendas físicas	2,0%
Webs comercios electrónico	5,4%
Grandes compañías tecnológicas	1,2%
Grandes empresas de telecomunicaciones	2,5%

**Tabla 16** Bancos u proveedores principales con lo que opera / tiene contratado servicios o productos financiero

Población analizada: Total población ABI Argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	93,5%	94,6%
Una tarjeta de crédito	75,3%	77,2%
Una tarjeta prepago	23,5%	22,3%

	2021
Débito	2,1
Crédito	2,1
Prepago	1,4

	2020	2021
Compras de bajo valor	55,5%	59,0%
Compras de alto valor	55,8%	65,4%
Para sacar dinero del cajero	12,3%	23,2%

	2020	2021
Efectivo	62,8%	58,3%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	75,3%	76,7%
Pagos desde cuenta	65,8%	65,2%
Boleto bancario	62,0%	55,4%
Tarjeta virtual	14,8%	16,9%
Billeteras / agregadores	15,0%	13,0%
Apps de pago entre particulares	25,0%	61,5%

**Tabla 17** Tenencia de tarjetas en la población ABI brasileña (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 18** Número medio de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 19** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Brasil con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 20** Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Efectivo	12,0%	8,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	49,5%	44,1%
Pagos desde cuenta	23,3%	19,4%
Boleto bancario	6,3%	5,9%
Tarjeta virtual	1,0%	2,2%
Billeteras / agregadores	3,3%	2,0%
Apps de pago entre particulares	3,5%	16,7%

**Tabla 21** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Al menos 1 vez al día	15,0%
Al menos una vez a la semana	23,5%
Con menos frecuencia	61,6%

**Tabla 22** Frecuencia uso de efectivo

Población analizada: Población ABI Brasil (400 casos por país).  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Lo usaré con más frecuencia	6,1%
Lo usaré con la misma frecuencia	39,0%
Lo usaré con menos frecuencia	54,9%

**Tabla 23** Frecuencia uso de efectivo próximo año

Población analizada: Población ABI Brasil (400 casos por país).  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Recepción y envío de dinero entre particulares (amigos, familiares, conocidos...)	80,2%
Pago por productos o servicios (tiendas, taxis, administraciones públicas, servicios personales...)	55,7%
Pago en comercio online	15,8%

	2020	2021
Ordenador personal o portátil	55,7%	51,3%
Smartphone	74,3%	82,8%
Tablet	4,3%	5,3%

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	65,7%	61,3%	46,8%
Neobancos	52,0%	48,3%	37,5%
Comercios o tiendas físicas	34,1%	35,8%	31,6%
Webs de comercio electrónico	35,3%	34,6%	30,4%
Grandes compañías tecnológicas	43,4%	38,0%	30,9%
Grandes empresas de telecomunicaciones	34,1%	32,4%	29,4%

**Tabla 24** Tipo de pago realizado con las apps de pago entre particulares

Población analizada: Población ABI Brasil que ha realizado pagos con las aplicaciones de pago entre particulares durante el último año  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 25** Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020 - 2021)

Población analizada: Población ABI Brasil que ha comprado por Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 26** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI Brasil (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Chile

## 01

Chile es el segundo país latinoamericano que más crece en multibancarización (+6,7 p.p. respecto a 2020), llegando a ser el 65,3% de la población ABI la que opera con más de una entidad.

## 02

Es el país donde más ha aumentado la proporción de población ABI que tiene tarjeta prepago (+7,4 p.p. llegando a los 37,7%) y tarjeta de crédito, pasando del 61,3% en 2020 al 71,8% en 2021.

## 03

Es el segundo país con mayor porcentaje de población ABI que usa la modalidad de pago sin interés (55,1%), solo por detrás de Argentina.

## 04

Tras el incremento de 10,9 p.p. en el uso de las billeteras y agregadores, se convierte en el país que utiliza los pagos a través de dispositivos móviles de forma más pareja. El 31,0% utilizó las billeteras y agregadores el último mes y el 37,0% hizo uso de las apps de pago entre particulares.

## 05

Entre la población ABI chilena que tiene como medio de pago principal la tarjeta (62,3%), el 83,5% usa tarjeta *contactless*, por lo que encabeza el ranking como país latinoamericano que más utiliza este tipo de tarjetas de pago.

## 06

Es el segundo país, solo por detrás de España, donde más población ABI elige la tarjeta como medio de pago favorito (59,5%).

## 07

Chile es el segundo país que menos utiliza el efectivo diariamente (19,3%), solo por detrás de Brasil.

## 08

Según los diferentes métodos de pago a través del dispositivo móvil, en Chile se pasa de predominar el pago In App en 2020 (61,0%), a un mayor uso de los pagos a través de código QR ya sea dinámico (40,5%) estático (43,5%).

## 09

En relación con el sistema de financiación Buy Now Pay Later, es el país con menor nivel de conocimiento (solo es reconocido por un 15% de la población ABI).

## 10

Chile es el país donde crece más la población ABI que compra por Internet frecuentemente (al menos una vez al mes) pasando de un 58,6% a un 72,6% y convirtiéndose en el país con mayor porcentaje de este tipo de compradores frecuentes.

## 11

Es el país latinoamericano que ha presentado un mayor uso del doble factor de autenticación en alguna de las compras online realizadas durante el último año, siendo combinación entre un código PIN más un código temporal enviado por SMS la modalidad más usada entre los chilenos.

#### 4. Demanda

	2020	2021
Un banco	41,4%	34,7%
Dos o más bancos	58,6%	65,3%

**Tabla 27** Número de entidades financieras con las que opera (evolutivo 2020 - 2021)

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Tarjeta de débito	97,5%	97,8%
Tarjeta de crédito	61,3%	71,8%
Tarjeta prepago	29,9%	37,7%

**Tabla 28** Tenencia de tarjetas en la población Abi (evolutivo 2020 - 2021)

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	30,1%	30,7%
Compras de alto valor	41,9%	51,2%
Para sacar dinero del cajero	15,0%	14,3%

**Tabla 29** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Chilena con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	69,8%	77,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	83,3%	89,0%
Pagos desde cuenta	76,1%	78,3%
Tarjeta virtual	20,2%	23,8%
Billeteras / agregadores	10,2%	31,0%
Aplicaciones de pago entre particulares	26,9%	37,0%

	2020	2021
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	76,6%	83,5%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	23,4%	16,4%

	2021
Efectivo	7,3%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	59,5%
Pagos desde cuenta	22,0%
Tarjeta virtual	2,0%
Billeteras / agregadores	4,2%
Aplicaciones de pago entre particulares	3,5%

**Tabla 30** Medio de pago utilizado en el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 31** Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono (evolutivo 2020 - 2021)

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 32** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2021
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	82,7%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	17,3%

**Tabla 33** Medio de pago favorito según tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono

Población analizada: Población ABI Chile que indica la tarjeta como medio de pago favorito.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Al menos 1 vez al día	19,3%
Al menos una vez a la semana	39,5%
Con menos frecuencia	41,3%

**Tabla 34** Frecuencia de uso de efectivo

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pago in-App	61,0%	46,4%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	26,8%	40,5%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	14,6%	43,5%
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	26,8%	14,9%

**Tabla 35** Formas con las que puedes pagar con smartphone o smartwatch (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI chilena que ha utilizado el móvil como wallet o ha utilizado apps de pago entre particulares para pagar en establecimientos durante el último mes  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Si	15,0%
No	85,0%

	2020	2021
Al menos una vez al mes	58,6%	72,6%
Al menos cada 3 meses	18,5%	17,0%
Cada 6 meses más o menos	19,4%	10,3%
Nunca	3,5%	0,1%

	2021
Si	70,7%
No	13,0%
No estoy seguro	16,3%

**Tabla 36** Conocimiento sistema financiación BNPL

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 37** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020 - 2021)

Población analizada: Total población ABI Chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 38** Uso del doble factor de autenticación

Población analizada: Población ABI Chilena que ha comprado por Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Colombia

## 01

Es el país que mantiene una relación menos duradera con su entidad financiera principal, con 5,9 años de media.

## 02

Colombia, de forma similar a Brasil, tiene una fuerte presencia de neobancos: el 61,2% de la población ABI colombiana tiene algún tipo de servicio o producto financiero o de pagos/cobros contratados a través neobancos, y son ya la entidad financiera principal para el 26,3%.

## 03

Es el único país que ha experimentado un ligero descenso en la tenencia de tarjetas de débito (2,8 p.p.).

## 04

Aunque muestra cierto descenso, es, junto con Ecuador, el país latinoamericano que más usa la modalidad de pago con tarjeta de crédito con intereses (ya que la modalidad sin intereses les obliga a elegir un menor número de cuotas) (12,1%).

## 05

Colombia ha experimentado un gran incremento en los medios de pago a través del móvil en el último mes: billeteras o agregadores (+ 15,5 p.p.), y apps de pago entre particulares (+8,5 p.p.). Ambos medios de pagos también crecen como medio de pago principal. Este último sistema, además, es elegido por el 10,8% de la población como medio de pago principal; y por el 15,8%, como medio de pago favorito.

## 06

Es el país que en menor medida considera la tarjeta como su medio de pago principal o favorito, debido a su preferencia (fenómeno propio de Colombia) por los iniciadores de pago.

## 07

Colombia está dentro de los países que más uso hace del dinero en efectivo: el 43,8% de la población ABI colombiana lo utiliza a diario. Los establecimientos donde se han visto obligados a pagar mediante efectivo, aunque hubieran preferido utilizar otro método de pago, son los pequeños y medianos comercios (66,4%) y el transporte público (67,9%).

## 08

Es el país que presenta un mayor descenso en la forma de pago acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC) (36,5% en 2020 frente a 10,2% en 2021), en favor de un incremento en el uso de QR estático (+11,0 p.p. llegando al 45,9%).

## 09

Colombia es el segundo país latinoamericano, solo por detrás de Brasil, que más realiza pagos mediante apps entre particulares para recepción y envío de dinero (78,6%) y encabeza el ranking en pago mediante este medio en comercios online (41,9%).

## 10

Al igual que el resto de los países, excepto en Reino Unido, Colombia también presenta un bajo nivel de conocimiento sobre el método de financiación BNPL.

## 11

Colombia es el único país latinoamericano que decrece, aunque muy ligeramente, en el uso del smartphone para comprar productos o servicios por Internet (73,3%).

## 12

Colombia es, junto con Brasil, uno de los países más abiertos a operar financieramente con otras entidades, más allá de los bancos, demostrando más confianza, percibiendo seguridad y mostrando mayor disposición a compartir datos con los nuevos jugadores que operan en el mercado financiero.



#### 4. Demanda

	2020	2021
Años de relación con la entidad bancaria principal	5,4	5,9

**Tabla 39** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años - evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Bancos	66,3%
Neobancos	61,2%
Comercios / tiendas físicas	26,6%
Web comercio electrónico	29,7%
Grandes compañías tecnológicas	20,8%
Grandes empresas de telecomunicaciones	63,6%

**Tabla 40** Bancos u otros proveedores con los que opera la población ABI

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Bancos	54,1%
Neobancos	26,3%
Comercios / tiendas físicas	5,7%
Web comercio electrónico	4,1%
Grandes compañías tecnológicas	0,9%
Grandes empresas de telecomunicaciones	8,9%

**Tabla 41** Bancos u otros proveedores principales opera

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	90,6%	87,8%
Una tarjeta de crédito	51,7%	53,6%
Una tarjeta prepago	32,2%	36,1%

**Tabla 42** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pago el total de mis compras a fin de mes	33,5%	32,6%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	32,1%	43,2%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número de cuotas	18,6%	12,1%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	15,8%	12,1%

**Tabla 43** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Colombia con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	78,2%	80,6%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	64,6%	63,2%
Pagos desde cuenta	59,4%	56,9%
Tarjeta virtual	29,7%	28,9%
Billeteras / agregadores	0,7%	31,1%
Aplicaciones de pago entre particulares	46,5%	55,0%
Iniciadores de pago	N/A	55,5%

**Tabla 44** Medio de pago utilizado en el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Efectivo	35,9%	27,5%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	23,2%	22,7%
Pagos desde cuenta	20,5%	12,2%
Tarjeta virtual	7,2%	4,1%
Billeteras / agregadores	1,0%	6,2%
Aplicaciones de pago entre particulares	3,0%	10,8%
Iniciadores de pago	N/A	15,6%

**Tabla 45** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Efectivo	23,2%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	19,9%
Pagos desde cuenta	11,2%
Tarjeta virtual	4,1%
Billeteras / agregadores	4,1%
Aplicaciones de pago entre particulares	15,8%
Iniciadores de pago	20,1%

**Tabla 46** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Al menos 1 vez al día	43,8%
Al menos una vez a la semana	29,7%
Con menos frecuencia	26,5%

**Tabla 47** Frecuencia de uso de efectivo

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Administraciones públicas (multas, tasas, impuestos...)	16,8%
Facturas de servicios (agua, luz, gas, internet...)	26,4%
Transporte público (autobuses, taxi, tren...)	67,9%
Pequeños y medianos comercios	66,4%
Supermercados y grandes superficies	19,4%
Gasolineras	23,3%
Autopistas	30,9%
Hoteles y billetes de avión	10,1%
Bares y restaurantes	32,1%
Entretenimiento	17,3%
Servicios profesionales para el hogar (fontanería...)	43,9%
Servicios médicos (dentista...)	30,9%

**Tabla 48** Puntos de venta donde se han visto obligados a utilizar el efectivo

Población analizada: Total población ABI Colombia que se ha visto obligada a pagar en efectivo  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Pago in-App	49,2%	54,1%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	39,7%	38,1%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	34,9%	45,9%
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	36,5%	10,2%

**Tabla 49** Formas con las que puedes pagar con smartphone o smartwatch (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Colombia que ha utilizado el móvil como wallet o ha utilizado apps de pago entre particulares para pagar en establecimientos durante el último mes  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Recepción y envío de dinero entre particulares (amigos, familiares, conocidos...)	78,6%
Pago por productos o servicios (tiendas, taxis, administraciones públicas, servicios personales...)	66,6%
Pago en comercio online	41,9%

**Tabla 50** Tipo de pago realizado con las apps de pago entre particulares

Población analizada: Población ABI Colombia que ha realizado pagos con las aplicaciones de pago entre particulares durante el último año  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Ordenador personal o portátil	59,1%	60,0%
Smartphone	76,4%	73,3%
Tablet	3,4%	4,6%

**Tabla 51** Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet

Población analizada: Población ABI Colombia que ha comprado por Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	64,8%	64,1%	49,3%
Neobancos	51,9%	48,6%	42,1%
Comercios o tiendas físicas	40,0%	35,6%	34,4%
Webs de comercio electrónico	30,1%	29,9%	31,6%
Grandes compañías tecnológicas	39,7%	34,7%	35,2%
Grandes empresas de telecomunicaciones	36,4%	31,6%	36,4%

**Tabla 52** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI Colombia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Ecuador

## 01

Ecuador es, junto a República Dominicana, el país menos multibancarizado de Latinoamérica (el 46,9% de la población ABI opera con un solo banco). Sin embargo, es de los países latinoamericanos, junto con Argentina y Chile, donde mayor es el número de años de relación con la entidad principal (9,1 años de media de antigüedad).

## 02

Es el país latinoamericano donde menos población ABI dispone de tarjeta de crédito y de prepago (50,3% y 17,8% respectivamente).

## 03

Está entre los países con menor pago a fin de mes (28,4%). Por el contrario, es el país, solo por detrás de Colombia, que más usa la tarjeta de crédito en la modalidad de pago con interés (10,0%), y el primero en Latinoamérica en uso de pago a crédito utilizando la línea disponible en la tarjeta y abonando una parte de la deuda cada mes (14,4%).

## 04

Ecuador es el país latinoamericano en el que más población ABI ha hecho uso del efectivo durante el último mes, y el país, de todos los analizados, donde el efectivo tiene mayor presencia como medio de pago principal (36,5%) y también como medio de pago favorito (30,8%).

## 05

También destaca por ser el país latinoamericano con mayor población ABI que nunca ha comprado por Internet (12,8%). Además, entre los que compran, la frecuencia es la más baja de todos los países analizados (solo un 35,1% de la población compra al menos una vez al mes).

## 06

Ecuador es, junto a República Dominicana, el país latinoamericano con mayor conocimiento del sistema de financiación BNPL (un 43,3% de la población ABI lo conoce). También es el país que se prevé tendrá mayor crecimiento por su alta intención de uso futura entre quienes no conocían; o conocían, pero no habían usado el sistema de financiación.

#### 4. Demanda

	2021
Un banco	46,9%
Dos o más bancos	53,1%

**Tabla 53** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Años de relación con la entidad bancaria principal	9,1

**Tabla 54** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años)

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Una tarjeta de débito	90,8%
Una tarjeta de crédito	50,3%
Una tarjeta prepago	17,8%

**Tabla 55** Tenencia de tarjetas en la población ABI

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Pago el total de mis compras a fin de mes	28,4%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	47,2%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número de cuotas	10,0%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	14,4%

**Tabla 56** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad

Población analizada: Población ABI Ecuador con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Efectivo	83,0%
Tarjeta/s de débito/ crédito/ prepago físicas (plástico)	72,8%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	66,3%
Billeteras o Agregadores	16,5%
Apps de pago entre particulares	14,0%

**Tabla 57** Medios de pago utilizados durante el último mes

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Efectivo	36,5%
Tarjeta/s de débito/ crédito/ prepago físicas (plástico)	31,5%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	28,3%
Billeteras o Agregadores	0,8%
Apps de pago entre particulares	0,8%

**Tabla 58** Medio de pago principal

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2021
Efectivo	30,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	32,5%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	30,5%
Billeteras o Agregadores	2,0%
Apps de pago entre particulares	1,5%

**Tabla 59** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Al menos una vez al mes	35,1%
Al menos cada 3 meses	18,8%
Cada 6 meses o menos	33,3%
Nunca he comprado por Internet	12,8%

**Tabla 60** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

Población analizada: Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Si	43,3%
No	56,7%

**Tabla 61** Conocimiento del sistema de pago BNPL

Total población ABI Ecuador (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Seguro que sí	21,5%
Probablemente sí	47,0%
No lo sé	21,5%
Probablemente no	7,5%
Seguro que no	2,5%

**Tabla 62** Intención de uso futura sistema de financiación

Población analizada: Total población ABI Ecuador que no conocía o que conocía, pero no ha usado aún, el sistema BNPL.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# México

## 01

México se mantiene entre los países menos multibancarizados de Latinoamérica (el 44,4% de la población ABI opera con un solo banco). Además sigue siendo, después de Colombia, el país con el menor número de años de relación con la entidad principal (6,4 años).

## 02

Es el país latinoamericano con menor porcentaje de población ABI multitarjeta de crédito (34,5%) y con la menor media de tarjetas de este tipo, que es de 1,6 entre los tarjetahabientes de crédito.

## 03

Es el país que experimenta un mayor descenso en el uso de la tarjeta de crédito para retirar efectivo de cajeros, pasando de un 32,8% en 2020 a un 22,1% en 2021.

## 04

México es el segundo país, solo por detrás de Ecuador, donde más población hizo uso del efectivo durante el último mes (82,0%) y muestra resistencia a su abandono. El 32,3% de la población elige el efectivo como medio de pago principal y el 25,0% como favorito. Además, es el país donde mayor población ABI hace uso frecuente (al menos una vez al día) de este medio de pago (49,0%) y es el país latinoamericano donde se da el menor porcentaje de población que indica que durante el próximo año lo usará menos (33,3%) y que indica que no dejará de usarlo en el futuro, aunque pueda utilizar otros medios de pago (58,8%).

## 05

México es el país con mayor incremento de población compradora online frecuente (al menos una vez al mes) solo por detrás de Chile (pasa de un 46,7% a un 56,5%).

## 06

Para las compras online, se sigue incrementando el uso del smartphone (pasa de un 72,4% en el periodo anterior a un 81,2% en 2021). Por el contrario, el uso del ordenador personal experimenta el mayor descenso en México pasando de un 53,5% en 2020 a un 41,2% en el periodo actual, convirtiéndose en el país donde menos se utiliza este dispositivo para las compras online.

## 07

México experimenta en este periodo un incremento de 9,8 p.p. de población ABI que compra online con alta frecuencia.

## 08

Es el segundo país, solo por detrás de República Dominicana, que muestra mayor confianza, seguridad respecto a la información, y disposición a compartir datos con los bancos.

4. Demanda

	2020	2021
Un banco	46,9%	44,4%
Dos o más bancos	53,1%	55,6%

**Tabla 63** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Años de relación con la entidad bancaria principal	6,0	6,4

**Tabla 64** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
1 Tarjeta de débito	65,3%	63,3%
2 o más tarjetas de débito	34,7%	36,7%
1 Tarjeta de crédito	55,0%	34,5%
2 o más tarjetas de crédito	45,0%	65,5%
1 Tarjeta prepago	81,1%	85,9%
2 o más prepago	18,9%	14,1%

**Tabla 65** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI México con tenencia de cada tipo de tarjeta  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Tarjetas de débito	1,5
Tarjetas de crédito	1,6
Tarjetas prepago	1,2

**Tabla 66** Número medio de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente

Población analizada: Población ABI México con tenencia de cada tipo de tarjeta  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	46,7%	43,4%
Compras de alto valor	46,7%	51,8%
Para sacar dinero del cajero	32,8%	22,1%

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	44,4%	43,4%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	44,4%	46,0%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	4,0%	4,0%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	7,2%	6,6%

	2020	2021
Efectivo	75,1%	82,0%
Tarjeta/s de débito/credito/ prepago físicas (plástico)	73,8%	80,5%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	54,8%	70,0%
Tarjeta virtual	19,3%	24,0%
Billeteras o agregadores	12,3%	22,8%
Apps de pago entre particulares	19,0%	19,0%

	2020	2021
Efectivo	32,3%	32,3%
Tarjeta/s de débito/credito/ prepago físicas (plástico)	39,0%	40,0%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	18,5%	22,3%
Tarjeta virtual	2,2%	1,8%
Billeteras o Agregadores	2,0%	2,0%
Apps de pago entre particulares	4,0%	1,0%

**Tabla 67** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI México con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 68** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI México con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 69** Medio de pago utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 70** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio



#### 4. Demanda

	2021
Efectivo	25,0%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	38,5%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	26,8%
Tarjeta virtual	2,8%
Billeteras o agregadores	5,0%
Apps de pago entre particulares	1,3%

**Tabla 71** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Al menos 1 vez al día	49,0%
Al menos una vez a la semana	28,5%
Con menos frecuencia	22,6%

**Tabla 72** Frecuencia de uso de efectivo

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Lo usaré con más frecuencia	5,8%
Lo usaré con la misma frecuencia	61,0%
Lo usaré con menos frecuencia	33,3%

**Tabla 73** Frecuencia de uso de efectivo durante el próximo año

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Dejaría de usar totalmente el efectivo si pudiera hacer todos los pagos con un medio alternativo	41,3%
No dejaría de usar el efectivo de alguna manera, aunque pudiera pagar todo lo con otros medios	58,8%

	2020	2021
Al menos una vez al mes	46,7%	56,5%
Al menos cada 3 meses	21,7%	18,3%
Cada 6 meses o menos	27,1%	22,8%
Nunca	4,5%	2,4%

	2020	2021
Ordenador personal o portátil	53,5%	41,2%
Smartphone	72,4%	81,2%
Tablet	11,1%	7,2%

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	72,3%	69,0%	52,8%
Neobancos	23,5%	26,0%	22,8%
Comercios o tiendas físicas	36,3%	27,8%	29,8%
Webs de comercio electrónico	30,5%	25,8%	29,0%
Grandes compañías tecnológicas	35,8%	31,3%	31,3%
Grandes empresas de telecomunicaciones	34,3%	29,3%	31,0%

**Tabla 74** Actitud respecto al uso de efectivo en el futuro

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 75** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por internet (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI México que ha comprado por internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 76** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por internet (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI México que ha comprado por Internet.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 77** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI México (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Perú

## 01

Perú mantiene niveles muy similares a los de periodos anteriores, y sigue situado como segundo país más multibancarizado, solo por detrás de Brasil, con un 69,7% de la población operando con dos entidades bancarias o más.

## 02

En 2021 Perú recupera la pérdida que sufrió en el periodo anterior de población que disponía de tarjeta de crédito (pasó de un 55,1% en 2019 a un 47,5% en 2020 y ahora vuelve a colocarse con un 57,8% en 2021).

## 03

El país andino continúa siendo uno de los que más porcentaje de población ABI concentra con dos o más tarjetas de débito (solo por detrás de Brasil), alcanzando a un 56,2% de la población ABI.

## 04

Perú experimenta el segundo incremento más acentuado en el uso frecuente de la tarjeta de crédito para compras de alto valor (+12,9 p.p. llegando al 53,7%), por detrás de Colombia.

## 05

Es el segundo país latinoamericano, solo por detrás de República Dominicana, donde en mayor medida se utiliza la modalidad de crédito de pago a fin de mes, siendo utilizada por el 51,9% de la población ABI que dispone de tarjeta de crédito.

## 06

En Perú se produce el incremento más alto en el uso de la tarjeta como medio de pago principal (pasa de un 27,6% en 2021 a un 42,3% en el periodo actual). Pero destaca principalmente por el incremento de población ABI que ha usado durante el último mes las apps de pago entre particulares (del 24,1% en 2020 al 61,0% en 2021) y por la elección de este sistema como medio de pago principal (del 5,7% en 2020 al 13,5% en 2021), medio de pago que también es elegido favorito por el 22,5% de la población ABI.

## 07

Perú es, tras Chile, el país con menor conocimiento del sistema de financiación BNPL (solo un 27% de la población ABI lo conoce).

## 08

Es el país donde se produce la mayor disminución de población que nunca había comprado por internet. Así, mientras que en 2020 aún había un 7,2% de la población ABI que nunca había adquirido productos online, en 2021 este porcentaje es del 0,8%.

## 09

Perú es, solo por detrás de Argentina, el país donde menos compradores online han utilizado un doble factor de autenticación para las compras online (50,5%) y es, también junto con Argentina, el país donde menores índices de satisfacción se producen respecto a cualquiera de las cuatro combinatorias de factores de autenticación existentes.

#### 4. Demanda

	2020	2021
Un banco	32,8%	30,3%
Dos o más bancos	67,2%	69,7%

**Tabla 78** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	95,8%	96,0%
Una tarjeta de crédito	47,5%	57,8%
Una tarjeta prepago	25,9%	30,5%

**Tabla 79** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
1 tarjeta de débito	45,7%	43,8%
2 o más tarjetas de débito	54,3%	56,2%
1 Tarjeta de crédito	53,4%	57,6%
2 o más tarjetas de crédito	46,6%	42,4%
1 Tarjeta prepago	86,5%	77,9%
2 o más prepago	13,5%	22,1%

**Tabla 80** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Perú con tenencia de cada tipo de tarjeta  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	45,5%	44,6%
Compras de alto valor	40,8%	53,7%
Para sacar dinero del cajero	31,4%	28,1%

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	48,2%	51,9%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	34,6%	35,5%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	6,8%	6,1%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	10,4%	6,5%

	2020	2021
Efectivo	73,6%	80,5%
Tarjeta/s de débito/credito/ prepago físicas (plástico)	69,2%	78,0%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	63,2%	65,5%
Tarjeta virtual	22,6%	25,0%
Billeteras o agregadores	14,4%	37,8%
Apps de pago entre particulares	24,1%	61,0%

**Tabla 81** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Perú con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 82** Uso de tarjeta de crédito según modalidad

Población analizada: Total población ABI Perú con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 83** Medios de pago utilizados durante el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Efectivo	29,4%	20,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	27,6%	42,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	29,4%	28,0%
Tarjeta virtual	4,5%	1,3%
Billeteras o Agregadores	1,7%	3,5%
Apps de pago entre particulares	5,7%	13,5%

**Tabla 84** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Efectivo	18,5%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	29,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	20,3%
Tarjeta virtual	2,3%
Billeteras o Agregadores	6,3%
Apps de pago entre particulares	22,5%

**Tabla 85** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	27,0%
No	73,0%

**Tabla 86** Conocimiento del sistema de pago BNPL

Población analizada: Total población ABI Perú (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Al menos una vez al mes	50,5%	58,6%
Al menos cada 3 meses	15,2%	18,8%
Cada 6 meses o menos	27,1%	21,8%
Nunca	7,2%	0,8%

**Tabla 87** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por internet (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Perú que ha comprado por internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	50,5%
No estoy seguro, no lo recuerdo	22,0%
No	27,5%

**Tabla 88** Uso de doble factor de autenticación en las compras online

Población analizada: Total población ABI Perú que ha comprado a través de internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio



# República Dominicana

## 01

República Dominicana es el único país latinoamericano que ha retrocedido en la multibancarización, mostrando datos más similares a los países europeos en este aspecto, ya que el 66,8% de la población ABI dominicana que operaba con dos bancos o más en 2021 ha caído a un 51,0% (66,8% en 2020).

## 02

Es el país que experimenta un mayor descenso en la tenencia de tarjeta prepago (pasando de un 29,0% en 2020 a un 19,5% en 2021).

## 03

De todos los países analizados, es el que más utiliza la tarjeta de crédito para las compras de bajo valor (62,7%), aunque ligeramente por debajo de 2020, cuando alcanzaba al 66,3% de la población ABI con tenencia de tarjeta de crédito. Además, este año experimenta el mayor incremento en el uso frecuente en compras de alto valor (+14,4p.p. pasando de un 28,6% a un 43,0%).

## 04

República Dominicana sigue siendo el país latinoamericano que más se asemeja al perfil europeo en cuanto al uso del crédito, el 66,4% de la población ABI utiliza el pago a final de mes.

## 05

En relación con el uso de tarjeta contactless, República Dominicana es el país con el menor uso, solo el 49,4% de la población ABI que tiene la tarjeta como medio de pago principal, usa *contactless*. Además, es el único país donde no ha aumentado la tenencia de este tipo de tarjetas, manteniéndose un porcentaje idéntico a 2020.

## 06

Es el segundo país, solo por detrás de México, con mayor porcentaje de población ABI que es usuraria frecuente del efectivo (el 46,3% lo utiliza al menos una vez al día), lo que viene explicado por las restricciones al pago con sistemas alternativos por parte de los puntos de venta, ya que es el país donde se dan mayores porcentajes de obligatoriedad de uso de efectivo en los puntos de venta más críticos a este respecto (76,4% en transporte público, 69,6% en pequeños comercios, 53,0% en autopistas, 54,0% en servicios profesionales para el hogar y 43,7% en servicios médicos).

## 07

Respecto a los diferentes sistemas de pago con dispositivo móvil, sigue siendo el país con mayor uso del método de pago in-app, siendo utilizado por el 69,4% de la población ABI que utiliza sus dispositivos móviles para pagar en establecimientos físicos (+9,8 p.p. respecto a 2020).

## 08

República Dominicana es el país latinoamericano con mayor conocimiento del sistema de financiación BNPL (un 45,5% de la población ABI lo conoce). También es el país que se prevé que tendrá mayor crecimiento por su alta intención de uso futuro entre los que no conocían; o conocían, pero no habían usado el sistema de financiación.

## 09

República Dominicana es el país, después de Ecuador, con menor porcentaje de compradores frecuentes por internet (solo un 42,8% compran al menos una vez).

## 10

Es el país que muestra mayor confianza, seguridad respecto a la información y que en mayor medida estaría dispuesto a compartir datos con grandes compañías tecnológicas y grandes empresas de telecomunicaciones.

#### 4. Demanda

	2020	2021
Un banco	33,2%	49,0%
Dos o más bancos	66,8%	51,0%

**Tabla 89** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	90,5%	91,3%
Una tarjeta de crédito	63,0%	61,0%
Una tarjeta prepago	29,0%	19,5%

**Tabla 90** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	66,3%	62,7%
Compras de alto valor	28,6%	43,0%
Para sacar dinero del cajero	32,9%	31,1%

**Tabla 91** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI República Dominicana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	65,9%	66,4%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	15,5%	15,6%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	6,3%	4,1%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	12,3%	13,9%

**Tabla 92** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI República Dominicana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	49,7%	49,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	50,3%	50,6%

**Tabla 93** Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono (evolutivo 2020-2021).

Población analizada: Población ABI República Dominicana que indica la tarjeta como medio de pago principal.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Administraciones públicas (multas, tasas, impuestos...)	39,4%
Facturas de servicios (Agua, luz, gas, internet...)	21,1%
Transporte público (Autobuses, taxi, tren...)	76,4%
Pequeños y medianos comercios	69,6%
Supermercados y grandes superficies	15,3%
Gasolineras	14,8%
Autopistas	53,0%
Hoteles y billetes de avión	9,0%
Bares y restaurantes	23,9%
Entretenimiento	24,9%
Servicios profesionales para el hogar (fontanería...)	54,0%
Servicios médicos (dentista...)	43,7%

**Tabla 94** Puntos de venta donde se han visto obligados a utilizar el efectivo

Población analizada: Total población ABI República Dominicana que se ha visto obligada a pagar en efectivo  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	21,3%	15,7%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	25,5%	28,7%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	21,3%	14,8%
Pago in-App	59,6%	69,4%

**Tabla 95** Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI República Dominicana que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	45,4%
No	54,5%

**Tabla 96** Conocimiento del sistema de pago BNPL

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Seguro que sí	24,8%
Probablemente sí	50,9%
No lo sé	18,6%
Probablemente no	3,8%
Seguro que no	1,9%

**Tabla 97** Intención de uso futura sistema de financiación

Población analizada: Total población ABI República Dominicana que no conocía o que conocía, pero no ha usado aún, el sistema BNPL.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Al menos una vez al mes	45,0%	42,8%
Al menos cada 3 meses	20,8%	25,0%
Cada 6 meses o menos	26,6%	23,5%
Nunca	7,6%	8,7%

**Tabla 98** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	78,5%	79,5%	64,8%
Neobancos	21,3%	29,5%	27,5%
Comercios o tiendas físicas	41,3%	36,3%	33,5%
Webs de comercio electrónico	28,5%	32,8%	32,0%
Grandes compañías tecnológicas	51,5%	49,0%	44,5%
Grandes empresas de telecomunicaciones	51,3%	53,5%	47,3%

**Tabla 99** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores

Población analizada: Total población ABI República Dominicana (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio



# España

## 01

España mantiene la misma fotografía establecida en 2020, donde persisten los mismos niveles de multibancarización (el 45,2% de la población trabaja con dos o más entidades bancarias), de fidelización de los clientes con la entidad principal (media de 13,4 años) y los mismos porcentajes de tarjetahabientes, ya sea de débito (89,8%, crédito (55,0%) o prepago (21,2%).

## 02

España sigue siendo el país con el uso más frecuente de tarjeta de crédito para la retirada de dinero de cajeros automáticos, incrementándose incluso más este año (pasa de 47,5% a 53,1%).

## 03

España es el país europeo donde se han producido más restricciones al pago con medios alternativos al efectivo en los puntos de venta más críticos a este respecto. Así, el 31% de la población ABI no ha podido usar un medio de pago alternativo al efectivo en el transporte público; y en pequeños comercios ha sido del 45,3%. Además, con porcentajes muy similares a Italia, tampoco han podido hacerlo el 35,8% en bares y restaurantes, y el 26,4% en el pago de servicios profesionales para el hogar.

## 04

En España continúa aumentando el uso de las apps de pago entre particulares, llegando a ser utilizadas, durante el último mes, por el 56,6% de la población ABI. Sin embargo, no llega a constituirse como medio de pago principal ni como favorito, ocupando esa posición, de forma indiscutible, la tarjeta (74,1% medio de pago principal la tarjeta, 66,3% medio de pago favorito la tarjeta).

## 05

La operación que más se realiza con las apps de pago entre particulares es la recepción y envío de dinero a amigos, familiares o conocidos, siendo el país donde más se realiza (81,7%) y quedando las otras dos operaciones, significativamente por debajo (pago de productos y servicios (40,3%) y pago en comercio online (29,3%).

## 06

Respecto al pago con dispositivos móviles, la forma de pago a través de NFC es claramente dominante en España (65,8%) aunque desciende de respecto 2020 donde alcanzaba un 84,3% de población ABI. Por el contrario, sube el pago in-app, pasando de un 15,7% en 2020 a un 25% en el periodo actual.

## 07

España es el país con mayor población ABI que ha utilizado un doble factor de autenticación en alguna de sus compras online el último año (75,5%).

## 08

Aunque el conocimiento y uso del sistema BNPL todavía es bajo en España, es el segundo país de Europa (por detrás de Reino Unido) con los mayores porcentajes totales de población ABI (43,1% en conocimiento y 34,1% en uso). Sin embargo, entre los que no conocían o no han usado el sistema de financiación, la intención de uso es la más baja (solo por detrás de Reino Unido): apenas el 16,1% considera la utilización de este tipo de financiación.

## 09

España es el país que menor confianza, percepción de seguridad o intención de compartir información manifiesta, no solo con los nuevos operadores o entidades del ámbito financiero, sino también con los propios bancos.



#### 4. Demanda

	2020	2021
Un banco	54,7%	54,8%
Dos o más bancos	45,3%	45,2%

**Tabla 100** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Años de relación con la entidad bancaria principal	13,7	13,4

**Tabla 101** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	87,0%	89,8%
Una tarjeta de crédito	54,8%	55,0%
Una tarjeta prepago	23,0%	21,2%

**Tabla 102** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	49,3%	43,8%
Compras de alto valor	59,4%	54,9%
Para sacar dinero del cajero	47,5%	53,1%

**Tabla 103** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI España con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	75,3%	74,1%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	17,8%	17,9%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	1,4%	1,3%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	5,5%	6,7%

**Tabla 104** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI España con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	81,0%	84,5%
Tarjeta/s de débito/credito/ prepago físicas (plástico)	84,8%	90,8%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	59,3%	62,8%
Tarjeta virtual	10,0%	11,0%
Billeteras o Agregadores	12,8%	6,7%
Apps de pago entre particulares	46,3%	56,6%

**Tabla 105** Medio de pago utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Efectivo	22,0%	15,5%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	60,3%	74,1%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	6,8%	5,5%
Tarjeta virtual	0,5%	0,5%
Billeteras o Agregadores	5,8%	0,7%
Apps de pago entre particulares	3,3%	3,5%

**Tabla 106** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Efectivo	19,5%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	66,3%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	4,2%
Tarjeta virtual	0,5%
Billeteras o Agregadores	0,5%
Apps de pago entre particulares	8,0%

**Tabla 107** Medio de favorito

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	78,4%	87,6%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	21,6%	12,4%

**Tabla 108** Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI España que indica la tarjeta como medio de pago principal.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Administraciones públicas (multas, tasas, impuestos...)	9,3%
Facturas de servicios (Agua, luz, gas, internet...)	3,3%
Transporte público (Autobuses, taxi, tren...)	31%
Pequeños y medianos comercios	45,3%
Supermercados y grandes superficies	5,8%
Gasolineras	4,3%
Autopistas	6,3%
Hoteles y billetes de avión	4,3%
Bares y restaurantes	35,8%
Entretenimiento	13,1%
Servicios profesionales para el hogar (fontanería...)	26,4%
Servicios médicos (dentista...)	8,3%

**Tabla 109** Puntos de venta donde se han visto obligados a utilizar el efectivo

Población analizada: Total población ABI España que se ha visto obligada a pagar en efectivo  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	84,3%	65,8%
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%	13,6%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	13,7%	10,1%
Pago in-App	15,7%	25%

**Tabla 110** Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos (evolutivo 2020-2021)

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

4. Demanda

	2021
Sí	75,5%
No	12,1%
No estoy seguro, no lo recuerdo	12,4%

**Tabla 111** Uso del doble factor de autenticación en las compras online

Población analizada: Total población ABI que ha comprado a través de Internet.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	43,1%
No	56,9%

**Tabla 112** Conocimiento del sistema de pago BNPL

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	34,1%
No	65,9%

**Tabla 113** Uso del sistema de pago BNPL

Población analizada: Total población ABI que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Seguro que sí	2,1%
Probablemente sí	14,0%
No lo sé	35,4%
Probablemente no	30,1%
Seguro que no	18,4%

**Tabla 114** Intención de uso futura sistema de financiación

Población analizada: Total población ABI España que no conocía o que conocía, pero no ha usado aún, el sistema BNPL  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	41,9%	45,6%	26,2%
Neobancos	17,0%	22,7%	15,5%
Comercios o tiendas físicas	20,4%	20,9%	19,7%
Webs de comercio electrónico	13,2%	18,5%	18,2%
Grandes compañías tecnológicas	17,0%	17,2%	17,7%
Grandes empresas de telecomunicaciones	17,0%	16,5%	16,2%

**Tabla 115** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI España (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Italia

## 01

Italia no es solo uno de los países menos multibancarizados, junto con España, sino que también es el país donde se da un menor efecto multitarjeta. Entre la población italiana tarjetahabiente de cada tipo de tarjeta hay una media de 1,3 débito, 1,2 de crédito y 1,2 prepago.

## 02

Italia sigue constituyéndose como un fenómeno propio respecto a la tenencia de tarjetas prepago. Sin embargo, este año experimenta un gran descenso, pasando del 75,3% de la población tarjetahabiente en 2020 a un 66,8% en el presente año con tarjeta prepago.

## 03

Italia se mantiene entre los países donde más población ABI utiliza la tarjeta de crédito para compras de alto valor (63,0%) y como segundo país (detrás de España) que utiliza la tarjeta para sacar dinero del cajero (44,1%).

## 04

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 (55,4%). 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 (18,5%).

## 05

Italia es el país europeo donde más se utilizan las billeteras o agregadores como medio de pago (33,7%); y es, después de Argentina, en el que más población ABI lo tiene como principal (7,7%) y elegiría este sistema como favorito de pago (10,1%).

## 06

Italia es el país europeo con mayor predisposición de abandono del efectivo (el 54,2% de la población ABI dejaría de usar totalmente el efectivo si pudiera hacer todos los pagos con un medio alternativo). Sin embargo, los comercios italianos no están acompañando a los consumidores en este aspecto, ya que iguala porcentajes con España de restricción al uso de medios de pago alternativos en puntos críticos (como bares y restaurantes, o servicios profesionales para el hogar). También es el país europeo que alcanza mayores porcentajes de obligatoriedad de efectivo en puntos de pago que parecen estar superados por la mayoría de países europeos, como son las autopistas o las gasolineras (13,0% y 12,8%, respectivamente), o las administraciones públicas (12,8%).

## 07

Italia continúa estando a la cabeza de los países con mayores porcentajes de población ABI compradores frecuentes por internet (solo por detrás de Reino Unido y Chile), Pues el 66,1% compra al menos una vez al mes. También es el país que más utiliza los servicios de cuenta o tarjetas prepago virtuales para realizar estas compras (30,2%).

## 08

Es el segundo país, solo después de España, que más ha utilizado el doble factor de autenticación (71,8%), y destaca por ser el que más uso ha hecho de la combinación basada en abrir la app de pago del móvil y acceder mediante reconocimiento facial (17,7%).

4. Demanda

	2020	2021
Un banco	57,2%	54,2%
Dos o más bancos	42,8%	45,8%

**Tabla 116** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Una tarjeta de débito	1,3
Una tarjeta de crédito	1,2
Una tarjeta prepago	1,2

**Tabla 117** Número medio de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente

Población analizada: Población ABI Italia con tenencia de cada tipo de tarjeta.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	84,5%	85,9%
Una tarjeta de crédito	57,3%	58,9%
Una tarjeta prepago	75,3%	66,8%

**Tabla 118** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	52,0%	51,3%
Compras de alto valor	64,2%	63,0%
Para sacar dinero del cajero	44,5%	44,1%

**Tabla 119** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Italia con tenencia de tarjeta de crédito.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	63,3%	55,4%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	17,9%	22,3%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	2,2%	3,8%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	16,6%	18,5%

**Tabla 120** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Italia con tenencia de tarjeta de crédito.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	19,8%	17,6%
Tarjeta/s de débito/ crédito/ prepago físicas (plástico)	61,3%	57,7%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	9,0%	9,9%
Tarjeta virtual	1,8%	3,2%
Billeteras o Agregadores	5,3%	7,7%
Apps de pago entre particulares	4,3%	2,2%

**Tabla 121** Medios de pago utilizados durante el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	79,8%	76,5%
Tarjeta/s de débito/ crédito/ prepago físicas (plástico)	81,3%	80,4%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	66,8%	63,4%
Tarjeta virtual	19,5%	16,3%
Billeteras o Agregadores	28,5%	33,7%
Apps de pago entre particulares	23,3%	21,5%

**Tabla 122** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2021
Efectivo	19,3%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	53,0%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	8,7%
Tarjeta virtual	4,0%
Billeteras o Agregadores	10,1%
Apps de pago entre particulares	4,0%

**Tabla 123** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Administraciones públicas (multas, tasas, impuestos...)	12,8%
Facturas de servicios (Agua, luz, gas, internet...)	8,5%
Transporte público (Autobuses, taxi, tren...)	27,5%
Pequeños y medianos comercios	36,3%
Supermercados y grandes superficies	9,5%
Gasolineras	12,8%
Autopistas	13,0%
Hoteles y billetes de avión	6,0%
Bares y restaurantes	35,8%
Entretenimiento	15,0%
Servicios profesionales para el hogar (fontanería...)	28,3%
Servicios médicos (dentista...)	13,8%

**Tabla 124** Actitud respecto al uso de efectivo en el futuro

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Dejaría de usar totalmente el efectivo si pudiera hacer todos los pagos con un medio alternativo	54,2%
No dejaría de usar el efectivo de alguna manera, aunque pudiera pagar todo lo con otros medios	45,8%

	2020	2021
Al menos una vez al mes	68,6%	66,1%
Al menos cada 3 meses	23,0%	22,5%
Cada 6 meses o menos	7,6%	10,6%
Nunca	0,8%	0,8%

	2021
Sí	71,8%
No	17,5%
No estoy seguro, no lo recuerdo	10,7%

	2021
Introducir tu código PIN (o contraseña) + un código que recibes por SMS en tu móvil	65,6%
Abrir la app de pago en tu móvil + introducir tu contraseña	33,0%
Abrir la app de pago en tu móvil + introducir tu huella	30,2%
Abrir la app de pago en tu móvil + acceder mediante reconocimiento facial	17,7%

**Tabla 125** Puntos de venta donde se han visto obligados a utilizar el efectivo

Población analizada: Total población ABI Italia que se ha visto obligada a pagar en efectivo  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 126** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Italia (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 127** Uso del doble factor de autenticación en las compras online

Población analizada: Total población ABI Italia que ha comprado por Internet.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 128** Sistemas de doble factor de autenticación utilizados

Población analizada: Total población ABI Italia que ha utilizado al menos un segundo factor de autenticación  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Portugal

## 01

Portugal es el país que experimenta un mayor descenso en la población ABI con tarjeta de crédito, pasado de un 63,0% a un 54,5%.

## 02

Es el país, solo por detrás de Italia, donde se da un menor un efecto multitarjeta. Entre la población portuguesa tarjetahabiente de cada tipo de tarjeta hay una media de 1,4 débito, 1,4 de crédito y 1,2 prepago.

## 03

Portugal es el país donde menos población ABI hace uso frecuente de la tarjeta de crédito para las compras de alto valor (38,1%) y el país europeo donde menos población hace uso frecuente para las compras de bajo valor (30,3%).

## 04

Siguiendo el perfil europeo, en Portugal el uso de crédito de las tarjetas mayoritario es el pago a fin de mes, pero sigue destacando por ser el país europeo que más utiliza el sistema de crédito sin intereses (28,0%), con un incremento de 6,6 puntos porcentuales respecto el periodo anterior.

## 05

Portugal es el país europeo donde más población ABI utilizó las apps de pago entre particulares durante el último mes (59,0%), experimentando un incremento de 29,7 p.p. respecto a 2020. Además, el 11,5% señala las apps de pago entre particulares son su medio de pago principal y casi un cuarto de la población ABI (23,8%) lo señala como su favorito.

## 06

Respecto al pago a través de dispositivos móviles, Portugal es uno de los pocos países que hace un uso equilibrado de todas las formas de pago. Todas son utilizadas por porcentajes muy similares, sin establecer una forma de pago como dominante (31,4% QR dinámico, 31,0% pago in-app, 47,9% QR estático y 41,7% NFC).

## 07

Portugal es el país europeo donde se da un menor conocimiento del sistema de financiación BNPL: solo el 28,8% de la población ABI indica que conoce este sistema de financiación.

## 08

Portugal es el país europeo que cuenta con menor porcentaje de compradores online frecuentes (47,6% compran al menos una vez al mes).

## 09

Es el país europeo que experimenta el mayor crecimiento de uso del dispositivo móvil para las compras online, pasando de un 56,7% a un 65,2%, lo que le convierte en el país del continente que más utiliza el móvil para este tipo de compras.

## 10

Es el país, junto con España, que menos disposición tiene, específicamente, a compartir datos con organizaciones que operan en el ámbito financiero a cambio de beneficios.

4. Demanda

	2020	2021
Una tarjeta de débito	96,5%	98,3%
Una tarjeta de crédito	63,0%	54,5%
Una tarjeta prepago	23,3%	20,8%

**Tabla 129** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Una tarjeta de débito	1,4
Una tarjeta de crédito	1,4
Una tarjeta prepago	1,2

**Tabla 130** Número medio de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente

Población analizada: Población ABI Portugal con tenencia de cada tipo de tarjeta  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	34,5%	30,3%
Compras de alto valor	36,9%	38,1%
Para sacar dinero del cajero	21,4%	20,6%

**Tabla 131** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Portugal con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pagar el total de mis compras a fin de mes	65,1%	60,1%
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	21,4%	28,4%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número cuotas	2,4%	2,3%
Pagar usando la línea de crédito disponible de mi tarjeta abonando una parte de la deuda cada mes	11,1%	9,6%

**Tabla 132** Uso de la tarjeta de crédito según modalidad (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Portugal con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	83,8%	81,3%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	83,0%	79,0%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	84,3%	75,3%
Tarjeta virtual	26,0%	20,5%
Billeteras o Agregadores	17,8%	5,5%
Apps de pago entre particulares	29,3%	59,0%

**Tabla 133** Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	11,3%	13,5%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	58,8%	52,0%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	20,3%	20,0%
Tarjeta virtual	1,3%	1,5%
Billeteras o Agregadores	3,0%	0,8%
Apps de pago entre particulares	2,3%	11,5%

**Tabla 134** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio



4. Demanda

	2020	2021
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	54,9%	41,7%
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%	31,4%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	49,3%	47,9%
Pago in-App	39,4%	31,0%

**Tabla 135** Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos (evolutivo 2020-2021)

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

	2020	2021
Al menos una vez al mes	50,3%	47,6%
Al menos cada 3 meses	25,0%	29,0%
Cada 6 meses o menos	21,8%	20,3%
Nunca	2,9%	3,1%

**Tabla 136** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Efectivo	11,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico)	45,8%
Cargo en cuenta/ transferencia/domiciliaciones	16,5%
Tarjeta virtual	1,0%
Billeteras o Agregadores	0,5%
Apps de pago entre particulares	23,8%

	2020	2021
Ordenador personal o portátil	81,4%	81,4%
Smartphone	56,7%	56,7%
Tablet	12,1%	12,1%

**Tabla 138** Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet (evolutivo 2020-2021)

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	28,8%
No	71,2%

**Tabla 139** Conocimiento del sistema de pago BNPL

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	58,3%	58,3%	33,8%
Neobancos	20,3%	25,3%	17,8%
Comercios o tiendas físicas	26,5%	25,0%	17,8%
Webs de comercio electrónico	15,3%	18,8%	17,5%
Grandes compañías tecnológicas	22,5%	22,5%	20,3%
Grandes empresas de telecomunicaciones	23,5%	20,8%	18,3%

**Tabla 140** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 137** Medio de pago favorito

Población analizada: Total población ABI Portugal (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio



# Reino Unido

## 01

Reino Unido experimenta un descenso en el porcentaje de multibancarizados, pasando de un 63,5% en 2020 a un 50,0% en 2021. Por otro lado, sigue siendo el país con las relaciones más fieles con la entidad bancaria principal (19,9 años de media).

## 02

Además, es el país donde mayor proporción de población ABI indica que su entidad financiera principal es un banco (94,2%), dejando al resto de proveedores de servicios financieros en porcentajes mínimos.

## 03

Es el segundo país, solo detrás de Portugal, que experimenta un mayor descenso en la población ABI con tarjeta de crédito, pasando de un 69,8% en 2020 a un 65,3% en 2021.

## 04

Es el país donde menos se usa la tarjeta de crédito para sacar dinero del cajero (10,3%).

## 05

Debido a que su población ABI es de edad ligeramente superior al del resto de países europeos y, especialmente latinoamericanos, Reino Unido es el país donde en menor medida se hace uso de los medios de pago más digitales (el 7,5% ha usado apps de pago entre particulares el último mes y el 10,5% billeteras o agregadores).

## 06

Su medio de pago más utilizado es la tarjeta (81,5% de la población ABI la utilizó en el último mes) y esta tarjeta es contactless, ya que es el país con mayor porcentaje de población con este tipo de tarjetas (el 90,2% de la población que tiene la tarjeta como pago principal la utiliza contactless).

## 07

Reino Unido es el país que manifiesta una menor frecuencia de uso del efectivo: apenas un 10,2% lo usa a diario, debido, en parte, a que en Reino Unido es donde los establecimientos ponen menos imposiciones respecto del uso del efectivo y ofrecen sistemas alternativos para los pagos.

## 08

Sin embargo, es el país que muestra más resistencia al abandono completo de este medio de pago: apenas el 16,9% lo dejaría totalmente si pudiera hacer los pagos con un medio alternativo.

## 09

Reino Unido es el país donde el uso de los medios de pago digitales se ve más innecesario por parte de aquellos que no lo usan (41,2%), y esto se convierte en la primera barrera para ellos.

## 10

Reino Unido es el único país que presenta altos niveles de conocimiento y uso del sistema de financiación BNPL (un 68,6% de la población ABI lo conoce y un 41,8% entre los conocedores lo ha utilizado alguna vez). Si bien, presenta una intención de uso futura muy baja entre los que no lo conocen o, conociéndolo, no lo han usado.

## 11

Es el país europeo donde menos se ha utilizado un doble factor de autenticación (56,7%).

## 12

Aunque Reino Unido se comporta de una forma similar al resto de países europeos respecto a la baja confianza, seguridad y disposición a compartir datos con los proveedores de servicios financieros, destaca por ser el que mejor se posiciona en estos términos respecto a los bancos, generando una gran diferencia entre estos y los neobancos, comercios o tiendas físicas, webs de comercio electrónico, grandes compañías tecnológicas y grandes empresas de telecomunicaciones que operan en términos financieros.

#### 4. Demanda

	2020	2021
Un banco	36,5%	50,0%
Dos o más bancos	63,5%	50,0%

**Tabla 141** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Años de relación con la entidad bancaria principal	19,6	19,9

**Tabla 142** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio de años- evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Una tarjeta de débito	98,3%	98,8%
Una tarjeta de crédito	69,8%	65,3%
Una tarjeta prepago	9,5%	10,0%

**Tabla 143** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Bancos	94,2%
Neobancos	1,7%
Comercios o tiendas físicas	2,2%
Webs de comercio electrónico	0,2%
Grandes compañías tecnológicas	0,7%
Grandes empresas de telecomunicaciones	1,0%

**Tabla 144** Bancos u otros proveedores principales con los que opera/tiene contratado algún tipo de servicio o producto financiero

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Compras de bajo valor	41,6%	42,7%
Compras de alto valor	61,3%	59,9%
Para sacar dinero del cajero	11,5%	10,3%

**Tabla 145** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Reino Unido con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	66,5%	68,1%
Tarjeta/s de débito/ crédito/ prepago físicas (plástico)	84,5%	81,5%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	76,5%	71,6%
Tarjeta virtual	7,8%	7,5%
Billeteras o Agregadores	19,0%	10,5%
Apps de pago entre particulares	8,5%	7,5%

**Tabla 146** Medios de pago utilizados el último mes (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Efectivo	11,8%	14,5%
Tarjeta/s de débito/ crédito/ prepago físicas (plástico)	57,5%	58,4%
Cargo en cuenta/ transferencia/ domiciliaciones	21,3%	21,2%
Tarjeta virtual	1,8%	1,5%
Billeteras o Agregadores	5,3%	1,7%
Apps de pago entre particulares	0,8%	0,5%

**Tabla 147** Medio de pago principal (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

#### 4. Demanda

	2020	2021
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) contactless (o tap and go)	85,2%	90,2%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas (plástico) que han de insertarse en datáfono	14,8%	9,8%

**Tabla 148** Uso de tarjeta contactless o tarjeta con necesidad de inserción en datáfono (evolutivo 2020-2021)

Población analizada: Población ABI Reino Unido que indica la tarjeta como medio de pago principal.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Al menos una vez al día	10,2%
Al menos una vez a la semana	29,9%
Con menos frecuencia	59,9%

**Tabla 149** Frecuencia de uso de efectivo

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país).  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
No dejaría de usar el efectivo en alguna medida, aunque pudiera pagar todo con otros medios	73,1%
Dejaría de usar totalmente el efectivo si pudiera hacer todos los pagos con un medio alternativo	26,9%

**Tabla 150** Actitud respecto al efectivo

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos por país).  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Pago in-app	35,5%	54,3%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	14,5%	25,7%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	7,9%	22,9%
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	64,5%	45,7%

**Tabla 151** Medios de pago a través de dispositivos móviles utilizados el último mes

Población analizada: Total población ABI Reino Unido que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2020	2021
Porque no es algo que encuentre necesario	42,1%	41,2%
Porque no me da confianza	23,6%	26,3%
Porque no tengo conexión permanente a Internet en mi martphone o smartwatch	7,1%	7,5%
Porque mi smartphone o smartwatch no tiene esa tecnología	5,7%	5,1%
Porque así tengo menos control sobre lo que gasto	4,6%	4,2%
Porque no sabía que se podía	4,3%	3,9%
Porque me parece muy complicado	0,0%	7,2%
Porque en los establecimientos no me dan esa opción	2,1%	3,9%

**Tabla 152** Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos

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

#### 4. Demanda

	2021
Sí	56,7%
No	18,9%
No estoy seguro, no lo recuerdo	24,4%

**Tabla 153** Uso del doble factor de autenticación en las compras online

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	68,6%
No	31,4%

**Tabla 154** Conocimiento del sistema de pago BNPL

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	2021
Sí	41,8%
No	58,2%

**Tabla 155** Uso del sistema de pago BNPL

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

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

	Confianza	Seguridad de tu información	Disposición a compartir datos a cambio de beneficios
Bancos	65,6%	67,6%	48,1%
Neobancos	18,7%	25,9%	20,0%
Comercios o tiendas físicas	24,4%	30,4%	23,9%
Webs de comercio electrónico	18,0%	26,9%	20,9%
Grandes compañías tecnológicas	21,4%	28,9%	23,4%
Grandes empresas de telecomunicaciones	21,9%	26,7%	21,9%

**Tabla 156** Confianza, percepción de seguridad y disposición a compartir datos con los diferentes operadores del mercado financiero

Población analizada: Total población ABI Reino Unido (400 casos)

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Conclusiones y reflexiones finales



Durante el año 2020 se generaron dinámicas sin precedentes vinculadas a la irrupción de la COVID-19 y las restricciones asociadas a la misma. Los nuevos hábitos de compra y el uso de nuevos medios de pago más digitales, se vieron impulsados por estas circunstancias.

2021 es un momento de reestructuración de esos cambios, donde algunos continúan en crecimiento y otros se estancan o se contraen ligeramente. Así, vemos como aumentan los porcentajes de población que opera con neobancos, pero también con tiendas físicas o de comercio electrónico. También se produce un nuevo incremento en el número de medios de pago utilizados (especialmente por la adopción por parte de más población ABI de los medios de pago más digitales).

Sin embargo, encontramos cierto estancamiento en la frecuencia de compra online, que había experimentado un gran crecimiento durante 2020 y que, aunque en 2021 no desciende, no registra grandes incrementos.

Por otro lado, está el caso del efectivo. Durante la COVID-19, se había producido un descenso generalizado tanto de población que había usado el efectivo como la frecuencia de uso entre aquellos que sí lo habían utilizado. Durante 2021 se recuperan los porcentajes de población que hace uso de este medio de pago (datos más similares a momentos prepandemia en 2019), y aunque en términos generales la población tenderá a usarlo con menos frecuencia, queda lejos de considerarse un medio de pago a abandonar a corto plazo.



## Los bancos siguen siendo los proveedores de pago protagonistas en el ámbito financiero, pero los nuevos operadores comienzan a tomar posiciones y a atraer a los bancarizados

Aunque en todos los países analizados los bancos siguen siendo las entidades de referencia, los nuevos proveedores de servicios financieros (neobancos, comercios o tiendas físicas, webs de comercio electrónico, grandes compañías tecnológicas y grandes empresas de telecomunicaciones) comienzan a ofrecer servicios y a reclutar a los bancarizados ofreciéndoles productos que cubren necesidades financieras específicas.

Entre todos los nuevos operadores, los neobancos son los que tienen mayor protagonismo, especialmente en Brasil y Colombia, donde un cuarto de la población bancarizada los considera su entidad financiera principal o de referencia.

Latinoamérica en general, tal y como se vio en estudios previos y se ha visto en la presente investigación, está más abierta a trabajar y operar con los nuevos actores del ámbito financiero, y es una realidad que cada vez tomará más peso, previsiblemente en Brasil, Colombia y República Dominicana.

En Europa, sin embargo, la población se muestra más contenida respecto a su confianza o disposición a compartir datos con estos nuevos proveedores de servicios financieros.



## Sigue aumentando el número de medios de pago utilizados de forma simultánea por segundo año consecutivo, pero no hay previsión de abandonar ninguno a corto plazo

La cantidad de medios de pago utilizados por la población bancarizada sigue aumentando en prácticamente todos los países (a excepción del caso específico de Reino Unido).

En el año 2020, y debido a la pandemia, se vieron impulsados los medios de pago más digitales, los cuales parecían iniciar una escalada que podía afectar al uso de otro tipo de medios de pago más habituales; en concreto, al efectivo.

Sin embargo, una vez superada la fase más dura de la pandemia y en un proceso paulatino de “vuelta a la normalidad”, se pone de manifiesto una resistencia respecto al abandono de medios de pago más clásicos. Así, aunque en todos los países la población bancarizada prevé un descenso en la frecuencia de uso de efectivo, no se ve tan cercana una desaparición de este. Sin embargo, aunque no está en la mente de los bancarizados el abandono del efectivo, tampoco se abandonan los medios de pago más digitales, que comenzaron a utilizarse de forma más generalizada a raíz de la pandemia.

En este caso, las billeteras o agregadores, y las apps de pago entre particulares están conquistando terreno, llegando a ser medios de pago utilizados por más de un tercio de la población bancarizada de algunos países (el 43,8% de la población ABI de Argentina, el 31,0% de Chile, el 31,1% de Colombia, el 37,8% de Perú y el 33,7% de Italia utilizaron billeteras o agregadores en el último mes. El 61,5% de la población ABI de Brasil, 37,0% de Chile, 55,0% de Colombia, 61,0% de Perú, 56,6% de España y el 59,0% de Portugal utilizaron las apps de pago entre particulares durante el último mes).



## Hay multiplicidad de medios de pago, pero hay un protagonista indiscutible: la tarjeta

La tarjeta se coloca a la cabeza de todos los rankings: como medio de pago utilizado, como medio de pago principal, favorito y también como medio de pago para compras por Internet.

Independientemente del país (excepto casos particulares como Colombia, por el gran uso de Iniciadores de pago), la tarjeta es el medio de pago protagonista. Esto es especialmente relevante en aquellos países donde se utiliza de forma masiva la tarjeta *contactless*, como en España y Reino Unido. En estos países, además, se constata que la tenencia de este tipo de tarjetas está jugando en contra de la adopción de las billeteras o agregadores, ya que no se perciben ventajas añadidas a estos medios de pago en comparación con las tarjetas *contactless*.



## El sistema de financiación Buy Now Pay Later se encuentra con un primer reto: darse a conocer

Este nuevo sistema de financiación se encuentra con un primer obstáculo principal, y es una falta de conocimiento general, con la única excepción de Reino Unido.

Una vez salvado esa primera barrera, se constata que Latinoamérica es un espacio de actuación más amable que Europa. El tipo de uso de la tarjeta de crédito que realizan en los distintos países latinoamericanos, de carácter mucho más diverso en cuanto a las fórmulas, parece encajar mejor que el europeo, que gestiona la modalidad de crédito utilizando una sola fórmula: el pago a fin de mes.



## El gran crecimiento experimentado por el e-commerce durante la pandemia tiene actualmente una evolución desigual con ligeros incrementos o estancamientos según el país

Tras el gran crecimiento en el porcentaje de compradores frecuentes en plena pandemia durante el año 2020, en 2021 se observa un ligero estancamiento en Europa, e incrementos leves en América Latina. La apertura de los comercios físicos y una "querencia" de la población de vuelta a la normalidad y a las compras más experienciales, han generado un estancamiento en la frecuencia de compra por Internet.

La única excepción a esto ha sido Chile, que experimentó un incremento similar al del resto de países de Latinoamérica durante el 2020, pero que este año no solo no se ha estancado, sino que ha aumentado de forma sobresaliente el porcentaje de compradores online frecuentes.



Edición XI

# Trends in Payment Instruments

---

Avda. de Bruselas 35  
28108 Alcobendas  
Madrid (Spain)  
T +34 91 480 50 00

[minsaitpayments.com](http://minsaitpayments.com)

minsait payments

An Indra company