

SERVICIOS FINANCIEROS

TENDENCIAS EN MEDIOS DE PAGO 2017



indra Tecnocom

Con la colaboración de



Afi



indra Tecnocom

Indra es una de las principales compañías globales de consultoría y tecnología, la empresa líder en tecnologías de la Información en España y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Dispone de una oferta integral de soluciones propias y servicios avanzados y de alto valor añadido en tecnología, que combina con una cultura única de fiabilidad, flexibilidad y adaptación a las necesidades de sus clientes. Indra es líder mundial en el desarrollo de soluciones tecnológicas integrales en campos como Defensa y Seguridad; Transporte y Tráfico; Energía e Industria; Telecomunicaciones y Media; Servicios Financieros; Procesos Electorales; y Administraciones Públicas y Sanidad. A través de su unidad Minsait, Indra da respuesta a los retos que plantea la transformación digital. En el ejercicio 2016, Indra tuvo unos ingresos de 2.709 millones de euros, 34.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países. Tras la adquisición de Tecnocom, Indra suma unos ingresos combinados de más de 3.200 millones de euros en 2016 y un equipo de más de 40.000 profesionales.

INTRODUCCIÓN

La intensidad con que la innovación tecnológica y la regulación vienen marcando el paso en el mundo de los pagos está alcanzando niveles extraordinarios. Las dos principales variables generadoras de disrupción en pagos pueden materializarse como amenazas u oportunidades para los agentes participantes. La competencia se acentúa día a día, en paralelo al ingreso de nuevos agentes pertenecientes hasta fecha reciente a otros sectores de actividad, o simplemente, nuevos agentes nativos digitales que identifican espacios aún no cubiertos por los proveedores tradicionales de servicios de pago.

Vislumbrar tendencias de largo plazo es hoy un ejercicio revestido de altas dosis de incertidumbre, motivada fundamentalmente por la velocidad de los cambios aparejados y consustanciales al proceso de transformación digital en el que nos encontramos inmersos, que expande las fronteras de lo posible sin interrupción aparente. En este contexto, la adopción por parte de los usuarios de servicios de pago, enfrentados a una oferta creciente y diversa, necesita alcanzar un mayor dinamismo, equiparable al mostrado por la oferta. La usabilidad de las nuevas soluciones de pago ocupa buena parte de los esfuerzos innovadores del lado de la oferta, esfuerzo unido al de la gestión de la transición y coexistencia de lo analógico a lo digital, de "lo viejo" y "lo nuevo", de lo presencial y lo virtual.

Latinoamérica está avanzando con paso firme en el reconocimiento del emergente ecosistema fintech. Tanto es así, que México puede pronto convertirse en el primer país del continente americano en adoptar una regulación específica para el sector. En Europa, las distintas estrategias comunitarias para afrontar y optimizar los beneficios de la transformación digital en todas sus vertientes, obviamente sitúan a los pagos como elemento transversal en todas ellas, porque transversales –a los sectores de actividad, a los segmentos socioeconómicos, a los territorios, etc.– son los pagos, actos cotidianos como pocos.

España recupera muchos de los indicadores habituales del periodo pre-crisis. En Latinoamérica las transacciones caen un 3% en 2016, aunque fundamentalmente como efecto de la pérdida de valor de las monedas latinoamericanas frente al dólar estadounidense, moneda esta última en la que se presentan las cifras analizadas en este Informe. Persiste la tendencia a reducir la presencia y uso de los instrumentos de pago basados en papel (efectivo y cheques), si bien el cheque sigue ocupando en Latinoamérica la segunda posición como medio de pago con mayor valor transado, a pesar de su declive generalizado en todos los mercados, a distintos ritmos. Las transferencias electrónicas mantienen su protagonismo en el universo de los medios de pago minoristas en términos de valor, impulsadas por la gradual incorporación de los pagos inmediatos en cualquiera de sus modalidades en muchos de los mercados analizados en este Informe. Por su parte, las tarjetas consolidan de forma incontestable la primera posición en términos de volumen de operaciones de pago minorista. Así, uno de los elementos diferenciales entre España y Latinoamérica es el uso de los débitos directos, que de representar una de cuatro operaciones de pago en España, apenas tienen presencia en Latinoamérica, y sin poder adelantar expectativas de cambio de tendencia en este sentido.

A pesar de los renovados esfuerzos por reducir la dependencia del uso del efectivo -con diferente grado de intensidad en cada país-, su uso no deja de crecer. El efectivo es el único medio de pago accesible para buena parte de la población de Latinoamérica -los no bancarizados- y para un nutrido segmento de población en España -bancarizada en su práctica totalidad- que por distintos motivos (inseguridad, desconocimiento, alfabetización financiera y digital), muestra una preferencia por el efectivo que ayuda a entender por qué el acceso a medios de pago alternativos al efectivo no es equiparable al uso (es mucho mayor el primero), ni la tenencia a la aceptación efectiva.

Es precisamente el segmento de población bancarizada el que un año más nos ayuda a entender y aportar contexto, desde la perspectiva de la demanda, sobre algunos de los ámbitos considerados retos actuales de los medios de pago. Cómo se está produciendo el tránsito de los pagos físicos a los virtuales, si existen o no barreras al uso de tarjetas de pago, cómo puede afectar la obligatoriedad de la autenticación reforzada en los pagos remotos a la tasas de conversión, qué percepción tienen los usuarios de servicios de pago del rol de los nuevos players tecnológicos, así como la disposición de los clientes bancarios a ceder información de carácter personal, son preguntas cuyas respuestas se encuentran recogidas en esta séptima edición del Informe INDRA Tecnomon sobre Tendencias en Medios de Pago.

AGRADECIMIENTOS

La elaboración de este Informe ha sido posible gracias a la colaboración de un buen número de profesionales del sector de los medios de pago. Desde aquí queremos expresar nuestro especial agradecimiento a:

ESPAÑA

David Alonso

Director del área de empresas de Samsung Electronics Iberia

Javier Amo

CEO de Iberia Cards

Ignacio Bañón

Head of Payment Solutions de BBVA

Carmen Cacho

Directora de medios de pago de CECABANK

Alejandra Caldas

Directora de marketing de Iberia Cards

Carmen Carnero

Directora general adjunta de Servired

Julio César Fernández Ramos

Jefe de gestión comercial y operaciones de CECABANK

Amelia I. Angulo García

Directora del área de soporte a medios de pago de Bankia

José Luis Langa Hernando

Director de desarrollo de negocio de Iberpay

Carlos Mier

Director del área de medios de pago y canales de Bankia

Roberto Monge

Director de operaciones de Telecomming

Ángel Nigorra

Director general de Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L.

Anna Puigoriol

Directora de medios de pago y financiación al consumo de Banco Sabadell

Francisco J. Sanz Piedrafita

Responsable de servicios no financieros y medios de pago de Ibercaja

Paloma Real

Directora de innovación y desarrollo de negocio, Mastercard

Víctor Royo

Innovación y experiencia de cliente de Ibercaja

PERÚ

Narda Sotomayor

Jefa del departamento de análisis de microfinanzas, Superintendencia

Adjunta de Estudios Económicos de la Superintendencia de Banca,

Seguros y AFP

Milton Vega

Subgerente del Sistema de Pagos del Banco Central de la República del Perú

COLOMBIA

Juliana Adib

Gerente de Canales Virtuales de Banco de Bogotá

Juliana Álvarez

Directora Banca de las Oportunidades

Carlos A. Arango

Investigador principal subgerencia de sistemas de pago y operación bancaria de Banco de la República

Joaquín Fernando Bernal

Subgerencia de sistemas de pago y operación bancaria de Banco de la República

Orlando Forero

Gerente general de Finandina

Nicolás Rodríguez

Director de inclusión financiera y medios de pago de Asobancaria

Juan F. Schultze-Kraft

Legal, Compliance & Public Affairs VP de PayU LatAm

Edwin Zácipa

Director ejecutivo de Colombia Fintech

CHILE

Héctor Roldán

Gerente de informática de Banco BCI

Enzo Soto

Gerente TI de La Polar

COSTA RICA

Carlos Melegatti

Director de Sistemas de Pago del Banco Central Costa Rica

MÉXICO

Federico Borrego

Director general de supervisión de participantes en redes de CNBV

Diego Fernández

Director TI de Banco Santander

Lourdes Herrera

Coordinadora subcomité de tarjetas de la Asociación de Bancos de México

Saúl Limón

Director de operaciones de Banca Afirme

Mary Pily Loo Castillo

Directora de participantes en redes de CNBV

Raúl Morales

Gerente infraestructuras y mercados financieros de CEMLA

Rafael Rojas

Director de medios de pago de la Asociación de Bancos de México

Josu San Martín

Director general de Fintech México

Raúl E. Vera

CIO de Falabella-Soriana

REPÚBLICA DOMINICANA

Fabiola Herrera

Directora del Sistema de Pagos y Liquidación de Valores del Banco Central de la República Dominicana

Nínive Mena

Vicepresidenta senior de operaciones y TI, Banco López de Haro

CONTENIDO

01. LO MÁS DESTACADO DEL INFORME 2017	6
02. NOVEDADES DEL SECTOR	16
03. LA VISIÓN DEL SECTOR	24
1. Panorama de los medios de pago en Europa	26
2. Panorama de los medios de pago en Latinoamérica	30
3. Tendencias en innovación	35
04. EL SECTOR EN CIFRAS	38
1. Introducción	38
2. Efectivo	42
3. Cheques	43
4. Tarjetas	43
5. Transferencias y débitos directos	50
6. Redes de adquisición: cajeros automáticos, POS y corresponsales bancarios	51
7. Banca online	55
8. Pagos en comercio electrónico	56
05. DISRUPCIÓN EN PAGOS. ¿HACIA UN CAMBIO DE MODELO?	58
1. Introducción	58
2. La regulación y la innovación marcan el paso de la industria	61
3. Impacto en la industria de los medios de pago	69
4. La perspectiva del usuario	73
5. Retos	75
Bibliografía	81
06. DEMANDA EN MEDIOS DE PAGO	82
1. Introducción	82
2. Metodología	83
3. Penetración de tarjetas en la población bancarizada	83
4. Vínculo con las entidades financieras	87
5. Uso mensual de medios de pago en la población bancarizada	88
6. Barreras del comercio o del canal de venta al uso de tarjeta como medio de pago	93
7. Comercio electrónico	96
8. Sistemas de autenticación de doble factor para compras online: experiencia y valoración de la seguridad	99
9. Uso de servicios online avanzados entre la población bancarizada	101
10. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos	103
11. Análisis de la población bancarizada en cada país	109
12. Conclusiones	124

01. LO MÁS DESTACADO DEL INFORME 2017



1. LO MÁS DESTACADO DEL INFORME 2017

Tras un vertiginoso 2016, año en que irrumpieron soluciones novedosas y transformacionales de pagos móviles P2P y pagos instantáneos de cuenta a cuenta, prevalece la percepción de que este año 2017 no hemos sido testigos de ninguna innovación disruptiva específica en ninguno de los mercados contemplados en este Informe. Las expectativas para el próximo 2018 animan a considerar este año como un “año de transición” y de gestación de soluciones y cambios legales y regulatorios que verán la luz a partir del mismo.

De cara a 2018 sí se prevén soluciones disruptivas fruto de las nuevas reglas de juego. Entonces estarán ya en plena vigencia tanto en Europa (PSD2) como, previsiblemente en México (Ley Fintech), Chile (autorización del prepago “abierto”) y Colombia (con la autorización de varias SEDPE), aunque sin poder concretar con claridad qué forma tomarán, qué grado de éxito alcanzarán y con qué velocidad de adopción.

También se ha celebrado en 2017 el 50 aniversario de la más popular de las redes de disposición (cajero automático) y, en el caso particular de España, el “declive” y eventual desaparición del cheque bancario ha sido objeto de atención mediática. También las criptomonedas que, si bien no son reconocidas como moneda por muchas autoridades, siguen creciendo en relevancia, liquidez y, en algunos mercados con control de capitales establecidos, también en uso.

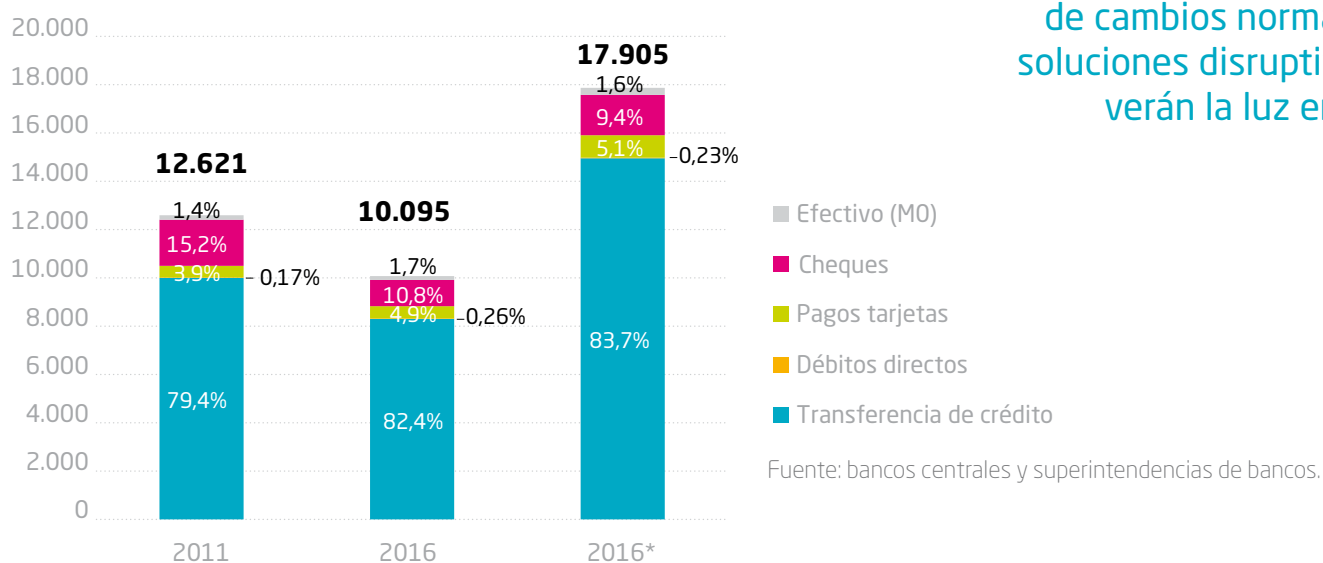
Desde una perspectiva regulatoria, el tramo final de 2016 y el año 2017 han estado marcados por cambios reglamentarios necesarios para hacer operativa la PSD2 en enero de 2018. Se encuentran en fase de consulta al cierre de la presente edición del Informe algunos estándares técnicos regulatorios a cargo de la Autoridad Bancaria Europea (EBA). Algo similar ocurría al cierre de la pasada edición, cuando el European Payments Council (EPC) aprobaba los estándares técnicos de procesamiento del sistema pan-europeo de pagos inmediatos (SEPA Instant Credit Transfer Scheme Rulebook) basado en las transferencias de crédito SCT^{inst}. A la espera de verlo operativo en noviembre de 2017, se podrán unir de forma voluntaria los países SEPA que cuenten con una solución “básica” desarrollada y “conectable”, como es el caso de España. Por su parte, el Banco Central Europeo (BCE) anunció en junio el desarrollo de un servicio para la liquidación de pagos instantáneos en TARGET (TIPS) con previsión de arranque de operaciones en noviembre de 2018.

En Latinoamérica continúan los esfuerzos por avanzar en la universalización del acceso y uso de los medios de pago electrónico entre la población, convencidas las autoridades de que el abandono gradual de la dependencia del efectivo beneficia a la sociedad en su conjunto, para lo que son necesarias políticas activas y decididas. La interoperabilidad y generación de estándares de las soluciones de pago minoristas como condición necesaria para conformar ecosistemas de pagos universales de ámbito doméstico sigue siendo asignatura pendiente.

El comportamiento de los medios de pago minoristas sigue mostrando diferencias a nivel doméstico. En Latinoamérica, las transacciones caen un 3% en 2016 aunque fundamentalmente como efecto de la pérdida de valor de las monedas latinoamericanas frente al dólar estadounidense (ver Figura I), moneda esta última en la que se presentan las cifras analizadas en este capítulo, utilizando el tipo de cambio del cierre de cada ejercicio reportado. Persiste la tendencia a reducir la presencia y uso de los instrumentos de pago basados en papel (efectivo y cheques), que continúan perdiendo relevancia. El cheque, no obstante, sigue ocupando la segunda posición como medio de pago

con mayor valor transado a pesar de su declive generalizado en todos los mercados, si bien a distintos ritmos. Las transferencias electrónicas mantienen su protagonismo en el universo de los medios de pago minoristas, pues las interbancarias representaban en 2016 el 82,4% del valor total de las transacciones en Latinoamérica. A ello contribuyen innovaciones en materia de faster payments como en México (SPEI) y República Dominicana (Pagos Instantáneos), cuyo efecto se recoge por primera vez en la presente edición del Informe. Los débitos interbancarios directos en Latinoamérica apenas representan el 0,26% del valor.

Figura I. Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2011 y 2016, por instrumento, miles de millones de USD

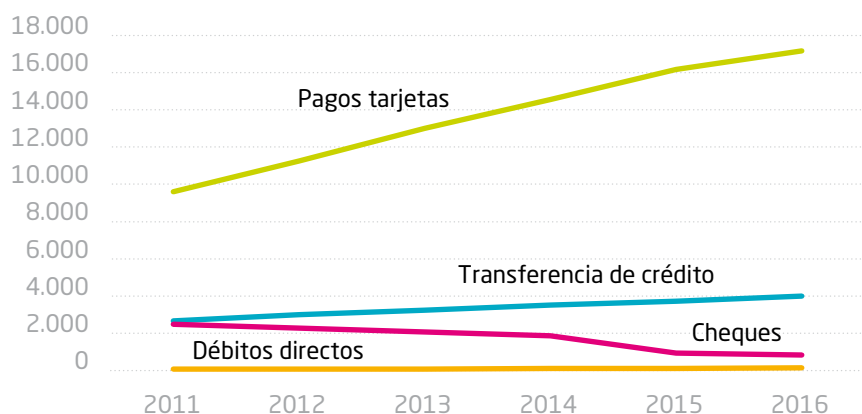


Nota: Se incorporan por primera vez las transferencias inmediatas de bajo valor de México (SPEI) y pagos instantáneos de República Dominicana. *tipo de cambio 2011

Si consideramos el volumen de operaciones, la primera posición la ocupan los pagos con tarjeta (77,6%), como puede observarse en la Figura II. El cheque continúa registrando una contracción en el volumen de operaciones hasta representar el 3,7% del total en 2016 (desde el 16,8% en 2011), resultado de su sustitución gradual por

las transferencias electrónicas que ocupan la segunda posición como medio de pago más utilizado (18,1%) y, en mucha menor medida, los débitos directos interbancarios (0,6%). Estos siguen creciendo de forma muy pausada en buena parte de los países, e incluso se anticiparía que apenas van a modificar su comportamiento en un futuro cercano.

Figura II. Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2011-2016, millones



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

En Latinoamérica continuarán los esfuerzos por avanzar en la universalización del acceso y uso de los medios de pago electrónico.

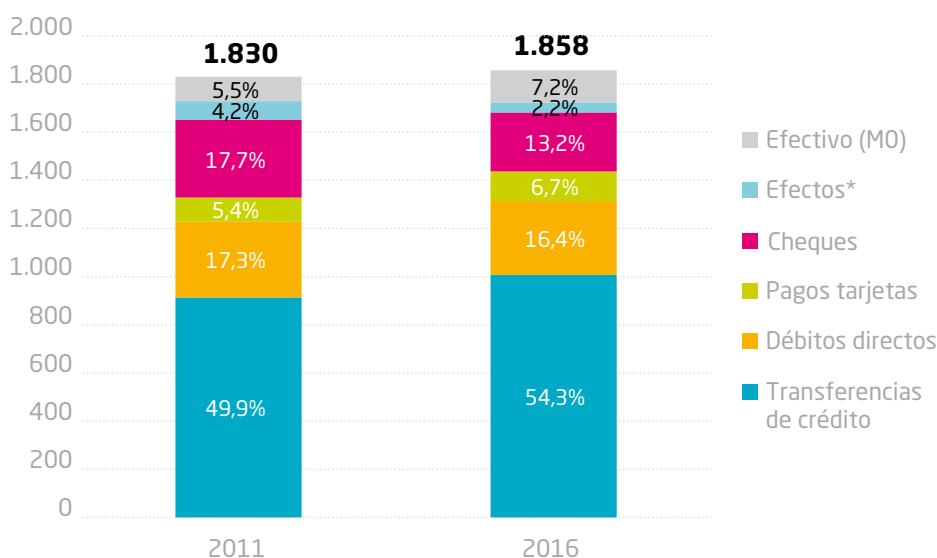
España, por su parte, recupera muchos de los indicadores habituales del periodo pre-crisis, algo que reflejan también los datos de Portugal, con mayor dinamismo en este último caso. Las transferencias interbancarias ocupan la primera posición en términos de valor (54,3%), tal como refleja la [Figura III](#), mientras que los débitos directos concentran el 16,4% del valor de las operaciones, y las tarjetas de pago un 6,7%.

En volumen de operaciones las tarjetas muestran una tendencia creciente, y ya representan el 63,7% del total ([Figura IV](#)), seguido por los débitos directos, que concentran el 24,9% de las transacciones electrónicas de bajo valor, aunque su participación ha caído desde registros del 29,7% en 2011. Transferencias de crédito y pagos con tarjeta son los únicos que han crecido en volumen en el periodo 2011-2016.

A pesar de los renovados esfuerzos por reducir la dependencia del uso del efectivo -con diferente grado de intensidad en cada país-, su uso no ha dejado de crecer en los últimos años, siendo este crecimiento especialmente intenso en México (16,0%), mientras que en Perú y República Dominicana- donde su uso es muy intenso - el avance ha sido menor (4,4% y 5,8% respectivamente).

En España, el uso del efectivo creció un 0,9% en 2016. Los billetes y monedas en circulación contabilizaron 130.414 millones de euros, representando un 11,5% del PIB, dos puntos por encima del registro de 2011. Otra variable que permite aproximar la intensidad de uso del efectivo es valor de los retiros de efectivo en cajeros automáticos, que alcanzó 118.275 millones de euros en 2016, un 3,1% más que en 2015.

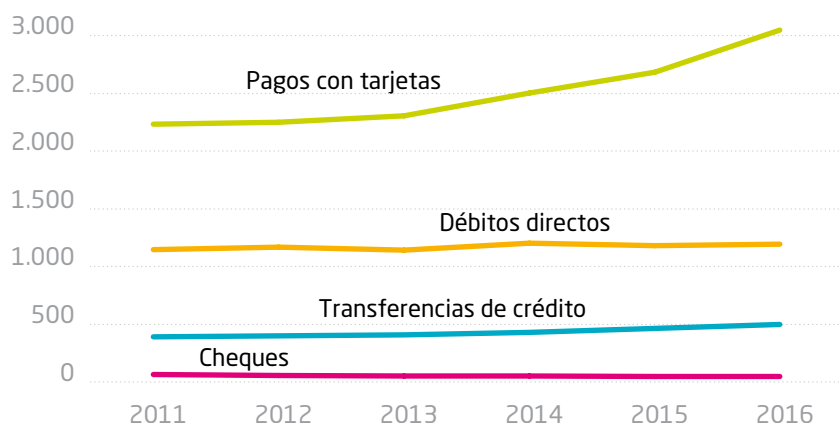
Figura III. Valor de las operaciones de pago en España en 2011 y 2016, miles de millones de EUR



Fuente: Banco de España.

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

Figura IV. Volumen de las operaciones de pago en España en 2011 y 2016, millones de transacciones



Fuente: Afi, a partir de Banco de España

A pesar de los esfuerzos por reducir la dependencia del efectivo, su uso no ha dejado de crecer.

En volumen de operaciones, las tarjetas muestran una tendencia creciente y ya representan el 63,7% del total.

La evolución del parque de tarjetas de pago bancarias presenta una distribución desigual según el país analizado, predominando las de débito en todos ellos salvo en España, donde las de crédito casi duplican el parque de débito en 2016 (Tabla I). México abandona el máximo registrado en 2015 de 5 tarjetas de débito por cada tarjeta de crédito y cae hasta una ratio de 4,4:1, mientras que el resto de mercados latinoamericanos se mantienen cercanos a una proporción de 2:1.

Las tarjetas de débito predominan en todos los países, salvo en España.

Tabla I. Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2016

	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total
Brasil	318.393.632	148.868.215	467.261.8476
Chile*	21.154.499	12.994.934	34.149.433
Colombia	25.176.567	14.933.713	40.110.280
México*	136.714.377	31.226.708	176.941.085
Perú	15.419.939	8.224.214	23.644.153
República Dominicana	3.898.940	2.460.763	6.359.703
España	25.760.000	48.750.000	74.510.000
Portugal	14.056.221	6.043.522	20.099.743

Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.

*No incluye tarjetas de crédito del retail.

Chile continua siendo el líder en el crecimiento anual compuesto para el periodo tanto en tarjetas de crédito (18,0%) como de débito (9,9%), seguido a muy corta distancia en esta segunda modalidad por México (9,8%) y Colombia (9,7%). El crecimiento en tarjetas de crédito en 2016 es liderado por España, donde el parque crece un 8,8%, un crecimiento de signo positivo en línea con el que se ha venido registrando desde 2012, año en que se revirtió la tendencia decreciente inaugurada en 2007. Brasil cae en crédito un 8,6%, siendo junto a Portugal los únicos países que acumulan crecimiento negativo en el periodo 2011-16, más pronunciado en el caso del país luso.

Analizando la presencia de las tarjetas en relación con el tamaño de población, se observa estabilidad en la modalidad de débito en todos los mercados salvo en Colombia y República Dominicana, únicos mercados donde crece el número de tarjetas por habitante en 2016. Las caídas más significativas en este indicador las registran México (4,8%) y Perú (7,2%).

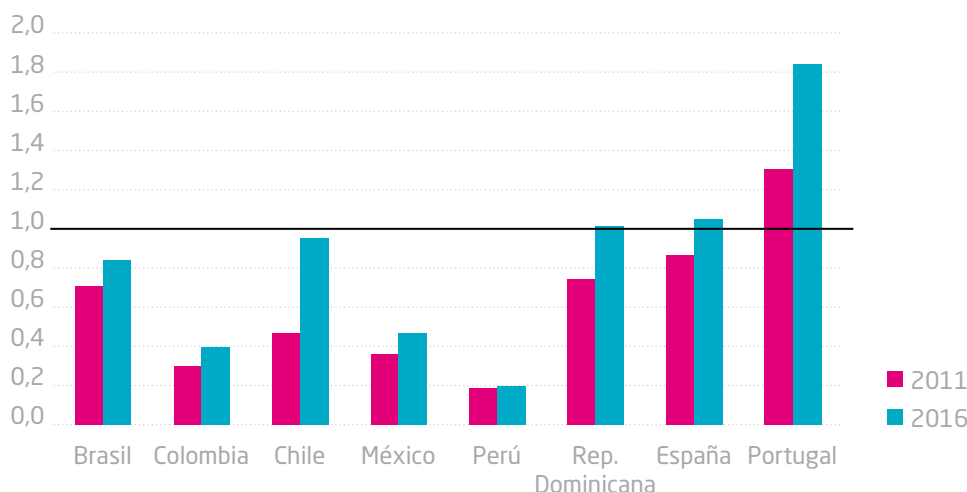
España continua por la senda del crecimiento económico – y por tanto del consumo – y ha afianzado el cambio de tendencia en la evolución del número de tarjetas en circulación, como reflejan los 4,6 millones de tarjetas adicionales en 2016, que hacen que el parque total alcance los 74,5 millones de tarjetas, recuperando el nivel registrado en 2009 (aunque 2,2 millones por debajo del máximo histórico registrado en 2008), si bien con un trasvase de 5 millones de plásticos de modalidad débito a crédito. Este avance en el parque de tarjetas en España, del 6,6% interanual, ha repercutido positivamente en la ratio de número de tarjetas por cada mil habitantes tanto en el caso de las de débito, que ha detenido el deterioro registrado desde que se recogen datos en el marco de este Informe como, y especialmente, en el caso de las de crédito. Las tarjetas de débito, lejos de los 31,6 millones en circulación en 2008, crecen un 2,6% en 2016. Definitivamente, el cambio de tendencia que comenzó en 2015 se mantiene en 2016.

Analizando la intensidad de uso que los titulares hacen de sus tarjetas de pago (sin distinguir entre pagos y retiros), destacan Chile y España como los países más dinámicos en 2016: para débito, ambos países registran tasas de crecimiento en 2016 del 24,0% y 22,7% en número de operaciones respectivamente. Para tarjeta de crédito sigue siendo Chile el mercado indiscutiblemente más dinámico, con un crecimiento en el número de operaciones del 22,4%. Les siguen Colombia (12,7% en crédito, 10,3% en débito), Perú (11,8%, 17,9% respectivamente) y Dominicana (11,3% y 10,4%). En último lugar se encuentran Brasil (4,5%, 6,2%), México en débito (6,9%) y España en crédito (7,0%).

El uso de tarjetas de pago en el punto de venta en España (sin poder distinguir por la información pública disponible, entre las modalidades de débito y crédito) ha aumentado considerablemente en 2016, registrando un crecimiento del 13,5% en el número de operaciones, tasa que casi duplica la registrada en 2014 (7,2%). En términos de valor, crecen en 2016 un 9,8% y ya superan de forma sistemática el valor de los retiros con tarjeta en ATM. España, país que superó la ratio de 1:1 en valor de pagos con tarjeta sobre valor de retiros en marzo de 2016, registra al cierre de 2016 una ratio de 1,1: 1, lejos aún del 1,8 de Portugal, país que superó dicha ratio en 2009. Chile y República Dominicana se acercan a la unidad y Perú sigue registrando la ratio más reducida, sin apenas cambios en los últimos cinco años.

Chile y España son los países más dinámicos en intensidad de uso de las tarjetas de pago, sin distinción entre pagos y retiros.

Figura V: Ratio valor de transacciones con tarjeta en POS vs ATM (retiros efectivo), 2011-2016



Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos.

POS: Terminal punto de venta. ATM: cajero automático

En relación al ticket promedio de los pagos realizados con tarjetas de débito y crédito observamos que en Latinoamérica -salvo la excepción de Colombia que registra un gasto superior (40 dólares)-, en lo relativo a tarjetas de débito presenta un comportamiento similar, en torno a los 24 dólares promedio de la región en los casos de Chile, México, Perú y Dominicana. Por su parte, las tarjetas de crédito presentan un comportamiento más desigual, con los importes más alejados del promedio (55 dólares) los registrados por Perú (88 dólares), Colombia (85 dólares) y Chile (75 dólares), mientras que México (46 dólares) y Dominicana (54 dólares) se encuentran más cercanos e incluso por debajo.

En Latinoamérica, la intensidad de uso de las tarjetas para realizar pagos presenta comportamientos distintos en función de su modalidad (débito / crédito), cuyas estadísticas oficiales sí se encuentran disponibles por tipo de transacción (compras / retiros), a diferencia de España y Portugal. En débito, Chile muestra una mayor intensidad de uso, con 35 transacciones por tarjeta y año, seguido de Brasil (22). En torno a las 10-12 se encuentran Colombia, República Dominicana, México y Perú.

En el caso del crédito se distinguen tres grandes comportamientos. Por un lado, la mayor intensidad de uso registrada en Brasil y República Dominicana con alrededor de 40 transacciones por tarjeta y año. Por otro, con entre 20 y 25 transacciones por tarjeta y año, encontramos a México (26) y Chile (20). En último lugar se encuentra Colombia (12).

En España, el uso de la tarjeta de débito (sin distinción entre pagos y retiros) se sitúa ligeramente por encima de las 80 transacciones por tarjeta/año, desde las 68 registradas en 2015 y las 39 de 2011.

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito continúa mostrando el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado en Latinoamérica en relación con España. Dicho esto, el crecimiento en España en 2016 ha superado los dos dígitos (22,0%) por primera vez en la historia, si bien debe aclararse que dicho dato incluye operaciones con tarjetas de crédito de pago único al contado aunque su tipo de interés sea cero, tal como dictamina la Circular 1/2010 de Banco de España¹.

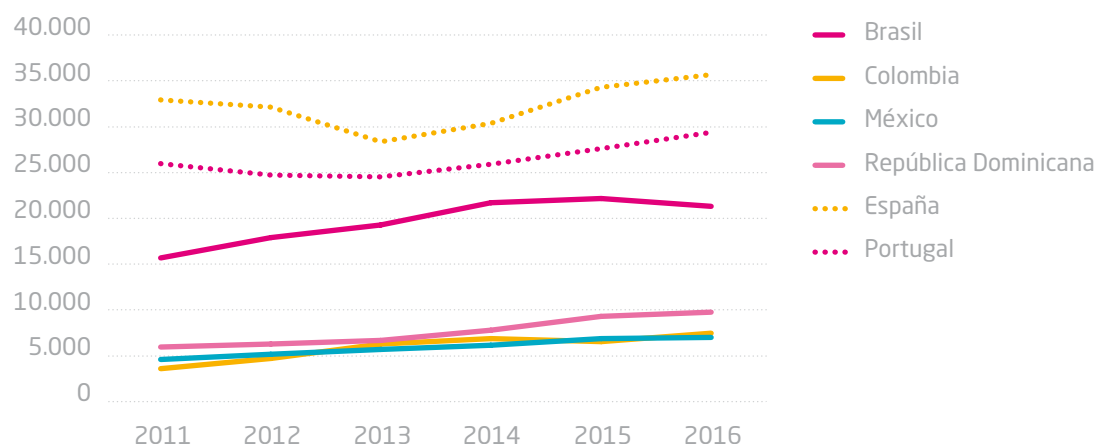
Todos los países de la región superan a España en valor de financiación respecto al PIB, destacando Colombia (5,3%), Perú (3,3%) y Brasil (3,0%) como los mercados que con mayor intensidad recurren a la financiación del consumo con tarjeta de crédito, en términos relativos.

Las redes de ATM y de POS en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual durante los últimos cinco años. En Brasil y Chile, la red de cajeros ha experimentado un adelgazamiento del 3,4% y 3,1% en 2016 respectivamente. En Portugal la caída ha sido del 3,2%, mientras que España recupera levemente el crecimiento (0,2%) tras una caída ininterrumpida desde 2008, dejando el parque de cajeros automáticos al 81% del tamaño registrado en esos años pre-crisis. Destaca, sin lugar a dudas, el excepcional crecimiento de Perú, país que contabiliza un nada despreciable 10,1% de crecimiento en ATM en 2016, aunque mucho menor que el crecimiento experimentado en 2015 (122,5%). La red de POS muestra dos grandes categorías de países, tal y como se muestra en la Figura VI: República Dominicana, Colombia y México con menos de 10.000 por cada millón de habitantes; Brasil, España y Portugal con más de 20.000 POS (35.000 en el caso de España).

Colombia, Perú y Brasil son los mercados que más recurren a la financiación de consumo con tarjeta de crédito, en relación al PIB.

¹ Revisando no obstante los datos publicados por la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF) referidos a operaciones de financiación al consumo con tarjetas, vemos que el crecimiento es más modesto (5,5% en el caso de tarjetas revolving y 1,2% para tarjetas no revolving).

Figura VI: Número de POS por cada millón de habitantes, 2011-2016



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.
Datos no disponibles para Chile y Perú

En materia de corresponsales no bancarios, si en la edición anterior de este Informe Perú fue el país que lideraba el ranking de número de corresponsales en relación a la población, en 2016 redobla su liderazgo con más de 3 corresponsales por cada 1.000 habitantes. Colombia mantiene el segundo puesto al que cayó en 2015 con cerca de 2 corresponsales por cada 1.000 habitantes, con Brasil en tercera posición un nuevo año, tras décadas de liderazgo indiscutible en esta variable de acceso. República Dominicana sigue aventajando a México, en la cola y con crecimiento tímido.

Como también venimos analizando en este Informe, el comercio electrónico minorista en Latinoamérica ha experimentado un crecimiento exponencial durante los cinco últimos años, prácticamente triplicando el volumen de ventas realizadas por este canal (40.000 millones de dólares en 2016 vs. 18.000 millones de dólares en 2011). México, afectado en menor medida en 2016 por la depreciación de su moneda, supera a Brasil con unas ventas totales en 2016 de 13.700 millones de dólares (12.900 millones de dólares en el caso de Brasil). Colombia ocupa la tercera posición (6.700 millones de dólares) seguido de Chile y Perú (2.800 millones de dólares). República Dominicana anota 840 millones de dólares y se mantiene en una posición más rezagada.

Por su parte, en España, el comercio electrónico ha casi triplicado el volumen de negocio desde 2011. Las cifras publicadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) relativas al ejercicio 2016, que contabilizan las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 365 millones de operaciones de comercio electrónico (30% más que en 2015) que supusieron un volumen de negocio de 24.000 millones de euros, un 20,8% más que en 2015.

El capítulo monográfico de este Informe está dedicado a los retos que la transformación digital y la innovación están imponiendo a la industria financiera en general, y a la de los pagos en particular. La digitalización está dibujando un ecosistema, de perímetro borroso, por el que las entidades proveedoras de servicios de pago, tanto tradicionales como nuevas, se encuentran transitando a distintos ritmos, desde distintos puntos de partida y con diferentes grados de libertad en función de su naturaleza y del legacy que atesoran. Incluso los bancos centrales se han unido a esta tendencia global de transformación digital, y se encuentran valorando la posibilidad de convertirse en emisores de dinero digital (e-cash).

Los ritmos están determinados tanto por tendencias externas – avances tecnológicos, impulso regulatorio e intensificación sin precedentes de la competencia – como por factores internos, tanto de industria como de estrategia institucional, en la que mucho pesan las decisiones en relación a las infraestructuras legacy. Y es que en el mundo de los pagos, el back-office, las infraestructuras, las cámaras de compensación y liquidación y las reglas – normativas o acuerdos de industria – que determinan las relaciones interbancarias son parte fundamental, habilitante, de los distintos sistemas y ecosistemas de pagos.

En este contexto, las dos principales variables generadoras de disrupción en los pagos – regulación e innovación – pueden materializarse como amenazas u oportunidades para agentes tradicionales y nuevos, tal como queda recogido en la [Figura VII](#).

México superó a Brasil en facturación de comercio electrónico en 2016.

Figura VII: Variables generadoras de disrupción en medios de pago



Fuente: Afi.

Hoy es impredecible cómo las innovaciones en pagos, unidas al aumento de la presión competitiva animada por impulso regulatorio e incursión de nuevos agentes, conseguirán eclosionar en soluciones que modifiquen sustancialmente cómo pagamos cotidianamente. Y más aún prever cuál será la solución de adopción masiva y, por tanto, qué agentes PSP o tipologías de agentes PSP verán consolidada su posición en el nuevo contexto.

La última parte del Informe analiza, como en la anterior edición, el comportamiento y percepciones del segmento de población bancarizada. Se han renovado buena parte las temáticas abordadas para dar luz sobre y aportar contexto a los actuales retos del sector de los medios de pago, entre los que destacan el tránsito de los pagos físicos a los virtuales; las barreras al uso de tarjetas; la autenticación reforzada en los pagos remotos; el papel de los nuevos players tecnológicos y la disposición de los clientes bancarios a ceder información de carácter personal a cambio de ventajas.

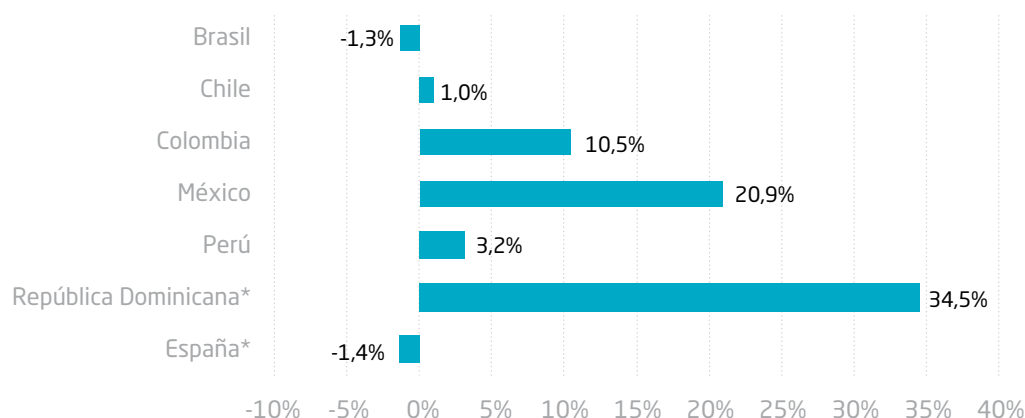
En materia de tenencia de tarjetas, se están produciendo cambios en algunos países, mientras que otros muestran gran estabilidad (Figura VIII). Los mayores crecimientos se han producido en República Dominicana (34,5%), seguido por México y Colombia (20,9% y 10,5% respectivamente), mientras que en los restantes países las variaciones no son significativas: en España la tenencia se mantiene estable y en Brasil y Chile ha disminuido respecto a 2016.

Contrastando estos resultados con los publicados en el capítulo 4 de este Informe, se deduce que posiblemente el crecimiento experimentado en el número de plásticos en circulación en algunos países (como sería el caso de España) es acaparado por bancarizados que ya disponían de tarjeta, sin aumentar el porcentaje de tenedores sobre la población bancarizada. En Brasil, se deduce dicho efecto de desprendimiento en el caso de las de crédito.

En el análisis comparativo global entre los pagos realizados con medios de pago basados en papel (efectivo y cheques) frente a los electrónicos (tarjetas, transferencias, débitos directos), destaca un mayor equilibrio entre ambas modalidades en términos de uso mensual, y en algunos países el pago electrónico ya es la forma principal de pago (Figura IX). Es el caso de España, donde se evidencia que las domiciliaciones bancarias contribuyen notablemente a que el pago electrónico supere al pago en papel. En cinco países, no obstante, el efectivo sigue siendo el medio de pago con el que se atiende el mayor volumen de gasto. Rompe esta pauta, además de España, México, donde la tarjeta es el medio principal.

Figura VIII. Incremento anual de tenencia de alguna tarjeta en población bancarizada 2016-2017

**Incremento anual de posesión de tarjeta
(Débito, Crédito, Cajero y Prepago uso múltiple) 2016-2017**

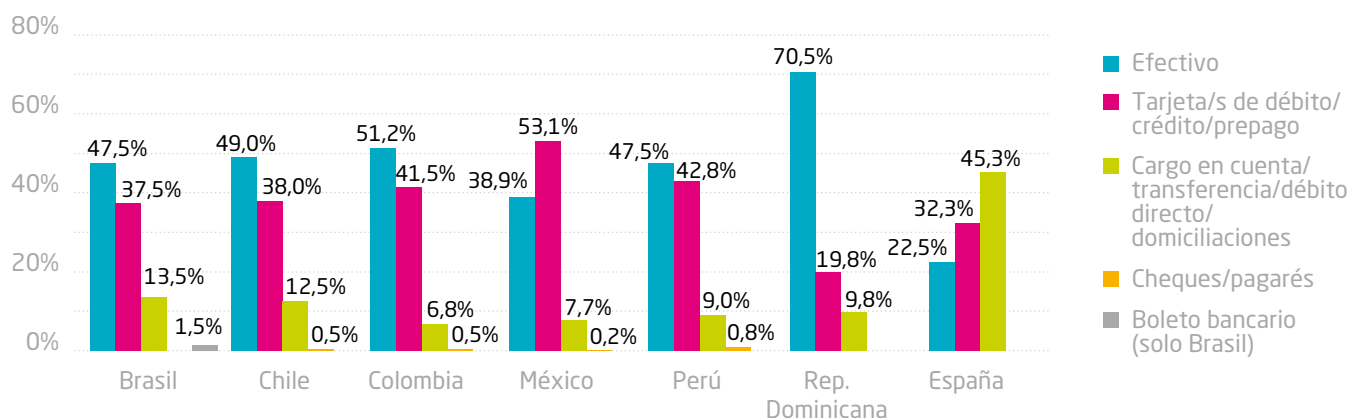


Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Población bancarizada

*: No corresponde Tarjeta de cajero en República Dominicana y España

Figura IX. Medio con el cual ha pagado la mayor parte de los gastos del último mes - Población bancarizada - (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

**Los mayores crecimientos
en tenencia de tarjetas
se producen en República
Dominicana y México.**

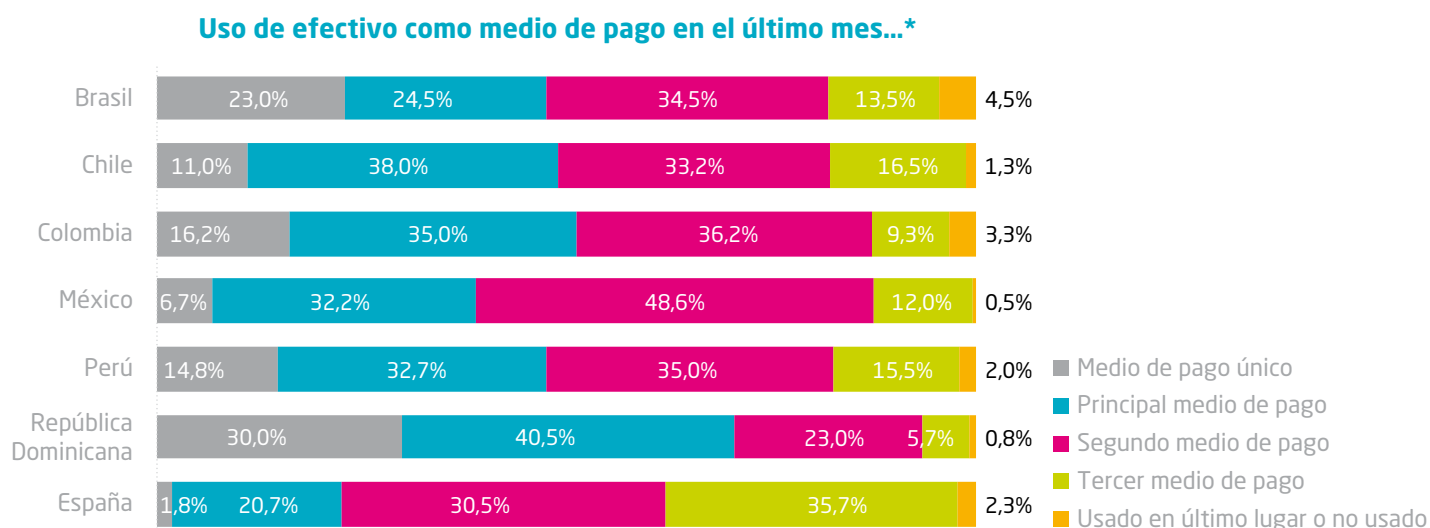
Correspondiendo a una todavía reducida disponibilidad de tarjeta de pago, los dominicanos son los que muestran un uso más intenso del efectivo (Figura X), ya sea como opción de pago único (30,0%) o principal (40,5%). Le siguen Colombia (51,2% lo utiliza como medio único o principal) y Chile (49%), siendo España el país donde el efectivo ha perdido intensidad de uso para pagos mensuales, aunque aún es el principal medio de pago declarado por el 22,5% de los bancarizados.

En relación al uso de la tarjeta para realizar pagos, es extensa la percepción de los titulares de la existencia de barreras y condicionantes impuestos por el comercio o el canal de compra, aunque de manera desigual según el tipo de barrera y el país. Que el comercio no acepte el pago con tarjeta es una limitación que la mayoría de los usuarios,

a excepción de los brasileños, manifiestan experimentar al menos algunas veces. Las limitaciones más frecuentes corresponden a México y República Dominicana, donde más de un tercio declara que esta situación se le presenta siempre o al menos bastantes veces (35,8% y 33,4% respectivamente). Le siguen Colombia y Perú, donde uno de cada cuatro encuentra dicha limitación con similar alta frecuencia (28,8% y 25,4% respectivamente). España es el mercado en el que se han superado estas limitaciones en mayor medida, si bien destaca la percepción acerca de la dificultad de realizar pagos de pequeño importe con tarjeta (74,8% de los titulares de tarjeta declaran percibirla).

Lo anterior desvela que existe un amplio margen de mejora para estimular el uso de la tarjeta como forma de pago en buena parte de los países a través de iniciativas dirigidas al comercio.

Figura X. Uso de medios de pago en el último mes: efectivo.
Población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

*Último mes hace referencia al mes inmediatamente anterior al del estudio de campo (ver ficha técnica).

Analizando el grado de equipamiento tecnológico, se aprecia un crecimiento significativo en la disponibilidad de ordenador personal (laptop o desktop) en Colombia, Perú y República Dominicana, mientras que España muestra un nivel menor de disponibilidad de dicho equipamiento entre población bancarizada. La disponibilidad de Smartphone crece significativamente en Brasil, Chile, Colombia y México y la de la Tablet en todos los países explorados. Más del 85% de las personas bancarizadas conectan diariamente a Internet, frecuencia que ha registrado un crecimiento significativo en España, Perú y República Dominicana.

Considerando la proporción de compradores online sobre el total de la población bancarizada internauta, se observa una retracción de la compra online del 23,4% entre brasileños, 19,4% entre chilenos y 14,4% entre españoles, demostrando que la compra online no mantiene el ritmo de crecimiento que cabría esperar derivado de la mejora de la conectividad. Por el contrario, México, Colombia y República Dominicana mantienen aproximadamente la proporción compradores/ internautas que ya se observaba en 2016. Perú es el único país que ha expandido la compra online por encima de lo esperado, a un ritmo que supera el crecimiento del equipamiento y conexión a Internet.

Atendiendo a la frecuencia de compra online, México, República Dominicana y Brasil mantienen los mismos patrones que en 2016 mientras que en Colombia aumenta la compra semanal y la de una sola vez, y en España, Perú y Chile disminuye la frecuencia. No se observa un único patrón en la evolución de la compra online, sino que dependen en cada país del comportamiento de variables sociodemográficas – edad, nivel de estudios, socioeconómico, zona de residencia-, equipamiento tecnológico disponible y medios de pago.

La experiencia de la población bancarizada compradora online con los distintos sistemas de autenticación de doble factor y la actitud hacia estas medidas de seguridad es un aspecto analizado en la presente edición del Informe, por su necesaria aplicación en transacciones de pago remotas. En todos los países, mensajes de texto / SMS con una clave específica es en general la medida de seguridad más utilizada, sobre todo por españoles (90,3%) y peruanos (85,6%) mientras que en los restantes países los niveles de uso fluctúan entre el 63,6% en Brasil y el 75,8% en México.

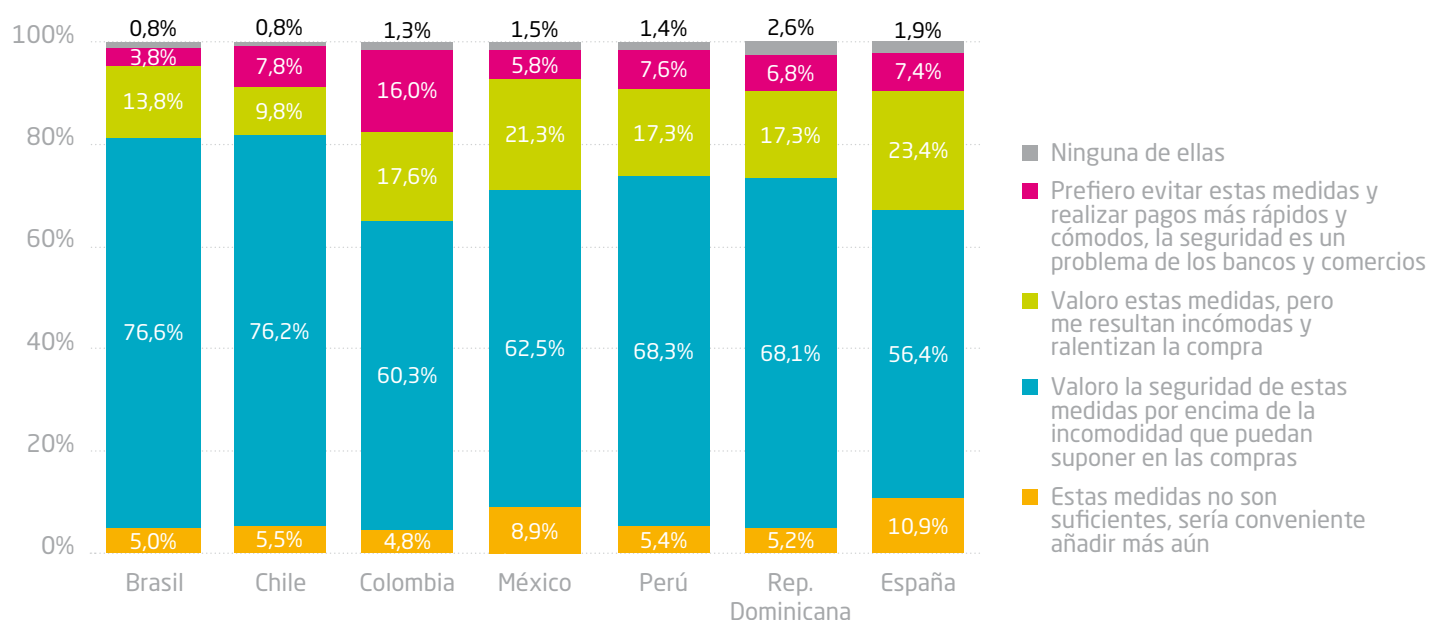
El token es el segundo dispositivo de seguridad utilizado en las compras online: en México, Perú, Brasil y Colombia, uno de cada dos compradores online ha utilizado este mecanismo, mientras que en Chile y República Dominicana la experiencia de uso es significativamente menor (uno de cada tres) pero no tanto como en España, donde el uso del token es aún menos difundido (18,7%).

La tarjeta de coordenadas está afianzada en España y Chile (62,6% y 52,7%, respectivamente) mientras que solo ha sido usada por el 18,6% de los colombianos. En los restantes países los niveles de uso fluctúan entre un 37,8% de México y 28,9% de Perú y República Dominicana. Por último, las soluciones de autenticación sustentadas en la biometría (huella digital, reconocimiento facial, de iris o voz) son los procedimientos menos difundidos, destacando el caso de Brasil (27,6%) mientras que en el resto de países su uso no supera el 15%.

Los compradores online otorgan más importancia a la seguridad que a la incomodidad que supone el uso de estos mecanismos (Figura XI): la amplia mayoría muestra un grado alto de tolerancia y solo unos pocos manifiestan preferir procedimientos más cómodos y rápidos. Brasileños (76,6%) y chilenos (76,2%) son los que más valoran la seguridad mientras que en España, Colombia y México, los registros favorables a la seguridad, aunque mayoritarios, son menores (56,4%, 60,3% y 62,5% respectivamente).

Los compradores online otorgan más importancia a la seguridad que a la incomodidad que supone el uso de mecanismos de autenticación reforzada.

Figura XI. Actitud hacia las medidas de seguridad en compras online entre población bancarizada compradora online (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Base: población bancarizada compradora online.

Los cambios que se están sucediendo en la industria financiera de la mano de la innovación tecnológica y de los nuevos modelos de negocio impulsados por las compañías fintech y otros players tecnológicos suponen un reto para las entidades financieras tradicionales. El desarrollo de la oferta de productos y servicios financieros más adaptados y personalizados—entre ellos, los de pago—de estos terceros players depende en gran medida del acceso y análisis de datos personales de los clientes bancarios. Para identificar indicios que ayuden a entender las posibilidades que surgen de estos cambios y la actitud de los bancarizados ante las nuevas propuestas digitales, se analiza el comportamiento de la población bancarizada compradora online como usuaria de cierto tipo de actividades y servicios digitales.

Los servicios de gestión financiera personal y, en menor medida, de pagos/ envíos de dinero online entre particulares son las actividades con menor penetración en todos los países, pero su presencia es considerable y significativa en términos de desarrollo. La experiencia y la comprensión de estas propuestas es todavía limitada, por lo que el margen de mejora es amplio. Dicho esto, los países que destacan con un mayor desarrollo

y uso de servicios online avanzados (pagos / envíos de dinero entre particulares y gestión financiera) son chilenos (26,5%), mexicanos (23,9%) y colombianos (22,0%) bancarizados. Españoles (10,3%) y en segundo lugar brasileños (15,3%), son los que menos los usan.

Al explorar la disposición de la población bancarizada con experiencia en compra online a considerar la oferta de compañías tecnológicas en la contratación de servicios / productos financieros, se observa una buena consideración hacia esta faceta de los players tecnológicos en Latinoamérica, mientras que en España esta actitud es minoritaria.

Por su parte, la disposición a ceder información personal a compañías tecnológicas o a entidades financieras a cambio de mejores condiciones en productos o servicios es, en todos los casos, reducida, y solo algo mejor hacia los bancos. Dicho esto, la disposición es mayor en la cesión de los perfiles en redes sociales que de datos financieros, en que los bancos se ven algo más favorecidos. La cesión de datos requiere, en todo caso, ventajas concretas, evidentes y relevantes para movilizar a los usuarios.

02. NOVEDADES DEL SECTOR



NOVEDADES EN LOS MEDIOS DE PAGO 2017

El año que transcurre entre el último trimestre de 2016 y el tercero de 2017 se ha caracterizado por una creciente proliferación de piezas regulatorias a ambos lados del Atlántico, motivadas, en Europa, por la necesaria reglamentación de aspectos centrales de la Nueva Directiva de Servicios de Pago (PSD2) cuya inminente entrada en vigor en enero de 2018 impone cierto grado de urgencia. Además de no haberse materializado su trasposición en el ordenamiento jurídico español, siguen asimismo pendientes al cierre de la presente edición del Informe la definición concreta de estándares y reglas técnicas de aplicación a los proveedores de servicios de pago (PSP) y Third Party Providers (TPP) que afectan a la aplicación de Access to the Account (API, screen scraping, autenticación de doble factor, etc.) como se detalla en el capítulo 5.

Desde la perspectiva del usuario, y tal como se viene apuntando en anteriores Informes, el retraso incurrido por España en la trasposición de las normas sobre cuentas de pago (Directiva 2014/92/UE) –que debían haber entrado en vigor a más tardar el 18 de septiembre de 2016–, ha supuesto la denuncia de la Comisión Europea ante el Tribunal de Justicia de la UE por no aplicar las normas sobre la comparabilidad de las comisiones conexas a las cuentas de pago, el traslado de cuentas de pago y el acceso a cuentas de pago básicas. En esta situación se encuentran Bélgica y Rumanía. El Ministerio de Economía y

Competitividad de España abrió una consulta pública hasta mediados de febrero de 2017, con un documento que recogía una exposición de motivos con algunas opciones abiertas, sin concreción ni articulado. Garantizar el acceso universal a cuentas de pago básicas es condición necesaria para transitar hacia una sociedad digital, menos dependiente del uso del dinero en efectivo, incluyente y no discriminatoria por salvaguardar la igualdad de oportunidades en el acceso.

En Latinoamérica, por su parte, se avanza en la reglamentación de importantes innovaciones normativas a nivel local, como es el caso de prepago en Chile. Tras la aprobación de la Ley que permite la emisión de medios de pago con provisión de fondos por entidades no bancarias y que faculta al retail financiero, cooperativas de ahorro y crédito, cajas de compensación y a Metro a operar tarjetas prepago, se encuentra en preparación la normativa de carácter operativo que permita lanzar productos de prepago al mercado chileno. Con mayor impacto esperado por su trascendencia y capacidad disruptiva, además de por ser una iniciativa pionera en la región, el debate en torno al proyecto de Ley de Tecnologías Financieras en México y su prevista aprobación atrae el interés de muchos otros países que aún no han iniciado este proceso regulatorio, al menos no de forma integral.

Colombia cuenta ya con al menos una Sociedad Especializada en Depósitos y Pagos Electrónicos (SEDPE) autorizada, figura contemplada en la Ley de Inclusión Financiera de 2014 y reglamentada a través del Decreto 1491 de 2015 que se había mantenido sin representantes activos desde entonces. Además, el país busca simplificar las obligaciones tributarias a los pequeños comercios a través de la nueva figura del monotributo, cuyo despliegue se encuentra en fase piloto. México inaugura el mecanismo de pagos móviles SPEI (Sistema de pagos Electrónicos Interbancario) móvil que a partir de 2018 deberá ser proporcionado por las entidades bancarias 24/7 en cualquier canal electrónico que ofrezcan, de acuerdo con una reciente disposición de Banxico. En Perú, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) emite disposiciones para facilitar al pequeño comercio la emisión de comprobantes de pago desde el POS cuando estos pagos se realizan con tarjeta de débito o crédito. Y en Brasil, fruto de los episodios de sobre endeudamiento generados entre amplios colectivos de la población por el excesivo uso de la modalidad de financiación revolving de las tarjetas de crédito, el Consejo Monetario Nacional (CMN) del Banco Central de Brasil ha introducido restricciones a las líneas de crédito ofrecidas por los emisores. El fin de la exclusividad de las redes de adquirencia también ha sido novedad relevante en Brasil en lo que al desarrollo de los medios de pago electrónico se refiere, tras el anterior impulso regulatorio de apertura en 2013.

Común en todos los países se sitúan, por un lado, el reto de la protección al usuario de medios de pago –especialmente remotos o con tarjeta no presente– a riesgos de fraude, para lo cual el debate gira en torno a la exploración de soluciones biométricas. Por otro, el reto de la universalización del acceso y uso por la vía de la inclusión y educación financieras, tanto de particulares como de aquellos eslabones de la cadena de los pagos que aún operan en un entorno de informalidad.

Si en 2016 destacábamos la efervescencia de nuevas soluciones de pago móvil HCE, en 2017 destaca el surgimiento –y anuncios para 2018– de nuevas modalidades de bancos (móviles, bancos digitales, neobancos) especialmente en España, Brasil y México. También se constatan movimientos corporativos de calado –más bien de industria–, como el anunciado al cierre de 2016 por los tres esquemas de tarjetas en España (Servired, 4B y Euro 6000) de inminente fusión, acordada finalmente en septiembre de 2017, que supone un cambio sustantivo en la conformación de las redes de adquisición en España desde su creación: la conformación de una única red de ATM y POS en un año (2017) en que se ha celebrado el 50 aniversario del primer ATM en el mundo.

El ingreso de nuevos proveedores de servicios de pago al mercado europeo se acelera y mediante el uso del passporting incursionan en el mercado doméstico español, como es el caso de Facebook (EDE), por señalar algún ejemplo de nuevos entrantes al negocio de los pagos minoristas. Indudablemente, este es un negocio a las puertas de un año, 2018, que promete una efervescencia sin precedentes, un año crucial para el negocio de medios de pago por el despliegue de la PSD2.

OCTUBRE 2016

 Nuevas tecnologías y productos	Nace Bizum en España, servicio de pagos inmediatos P2P interbancarios gestionado por Sociedad de Pagos Digitales S.L., de la que forman parte 27 entidades financieras españolas. Banco Estado de Chile inaugura el servicio PagoRut, app para pagos P2P intrabancarios para titulares de la cuenta RUT. Mastercard estrena Identity Check Mobile –sistema de pago biométrico– en 12 países europeos. El sistema usa las huellas dactilares o el reconocimiento facial para comprobar la identidad del titular de una tarjeta y será implementado en Reino Unido, Austria, Bélgica, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Hungría, Holanda, Noruega, España y Suecia. Mastercard y Alliance Vending se unen para impulsar los pagos “contactless” en las máquinas de vending en España con un proyecto piloto que permitirá el pago con tarjeta en máquinas de vending.
 Noticias corporativas	Bank of America Merrill Lynch, Santander, UniCredit, Standard Chartered, Westpac Banking Corporation y Royal Bank of Canada fundan el Global Payments Steering Group (GPSG), encargado de crear y mantener unas reglas comunes con respecto a las transferencias internacionales usando tecnología blockchain desarrollada por la startup estadounidense Ripple. Visa abre las puertas en Brasil del Co-Creation Center, laboratorio de ideas para avanzar en innovación. Ubicado en Sao Paulo, permite buscar una “solución a medida” ideada entre todas las partes implicadas en el proceso.
 Cambios normativos	Aprobada por el Congreso en Chile la Ley 20.950 que autoriza la emisión y operación de medios de pago con provisión de fondos (prepagos) por entidades no bancarias.

NOVIEMBRE
2016

 Nuevas tecnologías y productos	La Autoridad Monetaria de Singapur se une a R3 para avanzar en una prueba de concepto para pagos interbancarios basada en blockchain. Royal Mint y CME Group lanzan un producto de digitalización de oro basado en blockchain – Royal Mint Gold (RMG). Paypal habilita que los comandos de voz del asistente de iOS Siri reconozcan las órdenes para realizar envíos y recibir pagos. Caixabank, primer emisor en España que ofrece Masterpass, servicio de pago digital de Mastercard que permite realizar cualquier pago a través de cualquier dispositivo (PC, smartphone o tablet) y para cualquier transacción online (por web o app). Masterpass está disponible en Brasil desde 2014.
 Cambios normativos	La Autoridad Bancaria Europea (EBA) publica los estándares técnicos (RTS) sobre el nuevo servicio paneuropeo de pagos inmediatos. El Consejo de Ministros de España reduce el límite para pagos realizados en efectivo a 1.000 euros, desde los 2.500 establecidos en 2012. La Comisión Europea constituye un Grupo de Trabajo sobre Fintech (Financial Technology Task Force -FTTF), copresidido por la Dirección General de Estabilidad Financiera, Servicios Financieros y Unión de los Mercados de Capitales (DG FISMA) y la Dirección General de Redes de Comunicación, Contenido y Tecnología (DG CONNECT). La Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia constituye la subcomisión Fintech en el marco de la Comisión Intersectorial Inclusión financiera – CIIF. Es un espacio formal de diálogo con la industria sobre la tendencia fintech y sus retos regulatorios, en el que participan además el Ministerio de las Tecnologías, la Superintendencia Financiera, Asobancaria, Colombia Fintech, la Cámara de Comercio Electrónico, Asobolsa y participantes sector privado.

DICIEMBRE
2016

 Nuevas tecnologías y productos	Apple Pay llega a España, un año más tarde que su ingreso en Reino Unido, de la mano de Banco Santander -primera entidad financiera española en ofrecer el servicio a sus clientes con tarjeta de débito o crédito-, Carrefour, American Express y Edenred (Ticket restaurant).
 Noticias corporativas	Los consejos de Servired, 4B y Euro 6000 acuerdan la fusión de las tres redes. España deja así de ser uno de los pocos países europeos en los que todavía existen varias redes de cajeros y de tarjetas. El acuerdo, previa validación de las autoridades de competencia, permitirá avanzar en el proceso de unificación para optimizar los costes y mejorar la innovación de los sistemas de pago.
 Cambios normativos	Apertura de los sistemas de pago y actuación neutra de los esquemas de pago en Brasil, a partir de la Circular BACEN nº 3.815, de 7 de diciembre de 2016, que modifica el reglamento anexo a la Circular 3.682, de 4 de noviembre de 2013. Nuevas disposiciones en Brasil sobre la diferenciación de precios de bienes y servicios (surcharge) en función del medio de pago utilizado. Medida provisoria 764 de 26 de diciembre de 2016. Presentado el documento de consulta Barreras e incentivos de los pagos digitales, por la Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia.

ENERO
2017

 Nuevas tecnologías y productos	Facebook comienza a operar en España como entidad de dinero electrónico (EDE). Permite a los usuarios de la red social realizar envíos de dinero persona a persona a través de Facebook Messenger.
 Noticias corporativas	Ant Financial – antes Alipay y filial de Alibaba - anuncia su interés en adquirir MoneyGram.
 Cambios normativos	El Consejo Monetario Nacional (CMN) de Brasil establece un límite de 30 días para el uso de la modalidad revolving de las tarjetas de crédito, con el objetivo de reducir los intereses cobrados y contribuir a mejorar las situaciones de sobreendeudamiento registradas.

FEBRERO
2017

 Nuevas tecnologías y productos	EBA Clearing comienza a realizar pruebas del nuevo sistema pan-europeo de pagos instantáneos. SWIFT ahonda en blockchain en el marco de su iniciativa Global Payments Innovation (GPI). TransferWise habilita las transferencias de dinero internacionales por medio de un chatbot en el Messenger de Facebook.
 Noticias corporativas	IBM y Visa anuncian alianza para avanzar en los pagos autónomos originados en el Internet de las Cosas (IoT). La alianza permitirá en el futuro que cualquier dispositivo o electrodoméstico conectado a la plataforma de Watson Internet de las Cosas, se convierta en un punto para comprar con Visa.
 Cambios normativos	La EBA publica opinión sobre la intención de la Comisión Europea de modificar parcialmente los RTS que establecen los requisitos de cumplimiento de esquemas de tarjetas de pago y entidades de procesamiento para asegurar la aplicación de los requisitos de independencia en términos de contabilidad, organización y procesos de toma de decisiones. La Superintendencia Financiera de Colombia autoriza a Celuplata S.A. como la primera SEDPE -Sociedad Especializada en Depósitos y Pagos Electrónicos- en el país.

MARZO
2017

 Nuevas tecnologías y productos	Google incorpora pagos entre personas (P2P) a su app y web Gmail. De momento solo disponible en EE.UU. Square llega a Reino Unido, primer mercado en el entorno europeo. Mastercard detecta irregularidades, y la SBIF de Chile investiga la emisión de las tarjetas prepago virtuales Finciero y Pay Solutions, emitidas en el exterior para poder comprar online sin necesidad de tarjeta de crédito, por no haber sido autorizadas por la marca. Lanzamiento en la India del código BharatQR, la primera solución de aceptación de pagos móviles interoperable, en el contexto de tránsito hacia una economía sin efectivo de las autoridades indias. Desarrollado por la National Payments Corporation of India (NPCI), Mastercard y Visa.
 Noticias corporativas	Acuerdo entre Rede, Itau e Hipercard para estimular la concurrencia en el mercado de medios de pago. El TCC determina que ELO, a partir de agosto de 2017, debe permitir a otros esquemas distintos de Cielo capturar transacciones con tarjeta de débito y crédito de su bandera, poniendo fin a la actual exclusividad en el uso de equipos de captura de transacciones con tarjeta (PinPad). CaixaBank, Global Payments, Samsung, Visa y Arval conforman el "Payment Innovation Hub", primer "hub" de innovación en comercio y medios de pago de España. Situado en Barcelona y con una inversión de 5 millones de euros, permitirá trabajar en equipo para desarrollar soluciones de pago y experiencias de compra innovadoras ante los cambios tecnológicos y las nuevas tendencias sociales.
 Cambios normativos	La Comisión Europea anuncia una consulta pública sobre fintech con el objetivo de fomentar los servicios financieros competitivos e innovadores en Europa.

ABRIL
2017

 Nuevas tecnologías y productos	Telcel y PayPal presentan Telcel Pay para iOS en México. Amazon lanza su propia pasarela de pagos en España, previamente operativa en EEUU, Reino Unido y Alemania. Mastercard presenta tarjeta de crédito con lector de huellas digitales integrado en el plástico que reemplaza el uso de un PIN o firma. Comenzó a probar el sistema en Sudáfrica y espera ampliarlo a más mercados este mismo año, estableciendo una nueva capa de seguridad sobre las compras con tarjetas. La tarjeta con lector de huellas de Mastercard tiene el mismo diseño que una tradicional, pero agrega en la esquina superior derecha el sensor biométrico, que queda fuera al pasarla por el lector.
 Noticias corporativas	Mastercard recibió la aprobación de la Competitions and Markets Authority de la compra de Vocalink, anunciada en junio de 2016. BBVA adquiere Openpay, primera adquisición del Grupo de una startup latinoamericana, de capital 100% mexicano, dedicada al comercio electrónico. Openpay ofrece diferentes métodos de pago (procesamiento de tarjetas no presentes, aceptación de pagos en efectivo a través de su red Paynet con 15.000 puntos en todo México, transferencias bancarias y pagos con puntos de lealtad (fidelización).

MAYO
2017

 Nuevas tecnologías y productos	BBVA España realiza con éxito la primera prueba de transferencias internacionales con tecnología blockchain en el marco del consorcio Ripple. CaixaBank crea servicio para enviar dinero entre particulares mediante comandos de voz a través de Siri, únicamente en los móviles iPhone. El servicio supone una de las primeras aplicaciones de la biometría a los pagos electrónicos en la banca europea. CaixaBank se convierte en el primer banco español en ofrecer un servicio de medios de pago activado con la voz. Visa y Banco Neon de Brasil lanzan una solución que permite a los clientes de Banco Neon con tarjeta Visa autenticar sus compras online mediante un selfie, además de las opciones de utilizar la huella digital y la tradicional clave numérica (PIN).
 Noticias corporativas	CECABANK y Grant Thornton crean la primera plataforma bancaria diseñada en blockchain. La solución permite además identificar digitalmente a los clientes de manera segura, gracias a un sistema de reconocimiento KYC basado en tecnología blockchain. Asimismo, el consorcio pondrá en funcionamiento otras pruebas de concepto que permitirán agilizar procesos bancarios usuales, o incluso generar nuevos modelos de negocio. Una de las primeras herramientas que nacerá de este Consorcio está destinada a aumentar la eficiencia en los procesos de prevención de blanqueo de capitales de las entidades adheridas. Lanzamiento de la Red Lyra, primer gran consorcio español blockchain de carácter multisectorial, que ha conseguido reunir a grandes instituciones financieras (BBVA, Santander, Sabadell y otros) y empresas multinacionales de todos los ámbitos industriales de España. La Secretaría de Turismo de México (Sectur) firma convenio con Visa para mejora en la infraestructura de aceptación de pagos electrónicos en sitios turísticos a través de un dispositivo móvil provisto por Sr. Pago, agregador mexicano. Google anuncia su nuevo servicio Google Attribution dirigido a profesionales de marketing que a través de machine learning, empareja a un usuario de Google con un cliente que realiza una compra en una tienda física u online con tarjeta de pago. El objetivo es analizar los patrones únicos de conversión de la cuenta y comparar las rutas de los clientes que se convierten frente aquellos que no lo hacen.
 Cambios normativos	El Congreso Nacional de Brasil votó por eliminar el veto del presidente Temer al artículo del Proyecto de Ley Complementaria nº366/2013 que permitía el cobro de impuesto sobre servicios (ISS) a los esquemas de tarjeta de débito y crédito por las operaciones realizadas en municipios que no sean sede social de dichas empresas. Colombia Fintech presenta documento de Propuesta para la aceleración de pagos digitales de Colombia con el objetivo de impulsar la creación de una política pública favorable para el crecimiento de la industria Fintech en Colombia y que contribuya a superar las barreras de acceso y uso en el ecosistema digital de pagos.

JUNIO
2017

Nuevas
tecnologías y
productos

BBVA España alcanza un acuerdo con AliPay para que sus comercios afiliados puedan recibir pagos de ciudadanos chinos usuarios de dicha solución de pagos.

LG anuncia la llegada a Europa de LGPay para 2018, compatible para los smartphones LG

Samsung Pay disponible en España para los clientes de Banco Santander, un año después de su ingreso en el país con CaixaBank, imaginBank, Abanca y Sabadell para tarjetas American Express, China UnionPay, Mastercard y Visa.

BBVA Continental lanza app BBVA Wallet en Perú e incorpora la funcionalidad de retirar dinero en efectivo de más de 1800 ATM a nivel nacional sin usar tarjetas físicas.

El cajero automático cumple 50 años. El 27 de junio de 1967 una sucursal de Barclays Bank en Londres desplegó el primer ATM del mundo. En España el primer ATM fue instalado en la ciudad de Toledo por el Banco Popular.

Telefónica Consumer Finance (TCF), filial al 50% entre Telefónica y CaixaBank, lanza el servicio Movistar Money, que ofrece préstamos al consumo preconcedidos para sus clientes (600- 3.000 euros), solicitados de forma online desde cualquier dispositivo y sin cambiar de banco. Comienza con los clientes de Telefónica que ya hayan financiado un teléfono móvil a través de TCF.

Noticias
corporativas

Lanzamiento de la Alianza Fintech Latam de la que son miembros fundadores la Asociación Española de FinTech e InsurTech (AEFI), Colombia FinTech, FinTech México, la Cámara Uruguaya de FinTech, FinTech CA y Caribe y FinTech Perú. Tiene como finalidad fomentar el desarrollo del ecosistema FinTech a nivel internacional y, especialmente, en Iberoamérica.

OpenBank, primer banco español totalmente digital, filial del Grupo Santander. La nueva plataforma utiliza una infraestructura de TI alojada en la nube.

MercadoLibre ingresa en Nasdaq 100 ocupando el espacio dejado por Yahoo. MercadoLibre es una plataforma de e-commerce con más de 180 millones de usuarios registrados y primera firma argentina que cotiza en el índice Nasdaq.

Cambios
normativos

La EBA publica opinión sobre la intención de la Comisión Europea de modificar parcialmente la última versión de los RTS sobre autenticación fuerte y comunicaciones seguras bajo PSD2.

La EBA lanza consulta pública sobre los RTS que especifican los criterios que determinan la elección de un punto de contacto central bajo PSD2, así como las funciones de dicho punto de contacto. Consulta abierta hasta el 29 de septiembre de 2017.

El borrador del Anteproyecto de Ley de Tecnología Financiera en México se encuentra en proceso de consulta pública. El borrador, elaborado por la Comisión Nacional Bancaria de Valores (CNBV), la Secretaría de Hacienda (SHCP) y el Banco de México, está en fase de discusión por parte de los reguladores con el ecosistema emprendedor (la Asociación Fintech México, la Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo (Afico), la Asociación de Pagos y la AMSOFIPO) y el sector bancario.

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) firma convenio con la Cámara de Tarjetas de Crédito y Compra (Atacyc) que establece que en 75 ciudades fronterizas de Argentina, las pymes podrán ofrecer hasta enero de 2018, 12 cuotas sin interés con las tarjetas Visa, Mastercard, American Express y Cabal, estando el coste subsidiado por las cuatro emisoras (límite de 100.000 dólares/mes por marca).

Resolución de Superintendencia n.º 141 -2017/SUNAT de Perú sobre sistema de emisión electrónica y comprobante de pago electrónico ticket POS al comunicador final.

Entrada en vigor de las nuevas regulaciones de prevención del lavado de dinero (Money Laundering, Terrorist Financing and Transfer of Funds Regulations 2017) por la transposición de la 4ª Directiva Europea de Prevención del Lavado de Dinero.

El BCE anuncia un nuevo servicio pan-europeo (TIPS- Target Instant Payment Settlement Service) cuyo objetivo es la liquidación continua de pagos inmediatos (24/7/365) en moneda del banco central. Estará disponible en noviembre de 2018, con un costo máximo de 0,0020 euros por pago durante los dos primeros años de operación.

JULIO
2017

El Corte Inglés y Samsung llegan a un acuerdo para que la tarjeta de compra ECI sea compatible con Samsung Pay. Es la primera tarjeta privada en formar parte de los métodos de pago compatibles con Samsung Pay, de la que son titulares 11 millones de clientes en España.



Uber Technologies y Lyft incursionan en el mercado de los pagos con sus nuevas tarjetas de crédito de marca compartida con Barclaycard.

Santander recupera el control de su negocio de adquisición en España mediante la recompra de su división de servicios de pagos a través de terminales en comercios para tarjetas de crédito y débito, actividad que desde 2012 realizaba con US Bancorp a través de Elavon.

Paypal y Visa amplían su acuerdo a Europa para acelerar la adopción de los pagos electrónicos / digitales, y permite a PayPal emitir tarjetas Visa en Europa. De este modo, PayPal se incorpora a la red de clientes de instituciones financieras de la tarjeta de crédito y podrá ofrecer cuentas Visa en el continente europeo.

Visa anuncia acuerdo con la empresa tecnológica YellowPepper para brindar opciones de pagos a través de móviles para aquellos que no tienen teléfonos inteligentes en Latinoamérica y el Caribe. YellowPepper cuenta con más de 6,5 millones de usuarios mensuales activos que realizan 380 millones de transacciones al año y a los que conecta con más de 400.000 comercios.

La app de banca móvil de BBVA ha sido elegida como la mejor del mundo en 2017, de acuerdo con el Informe "2017 Global Mobile Banking Benchmark" de Forrester Research, de entre un total de 53 apps de grandes bancos de 18 países.



La EBA lanza consulta pública sobre los RTS y estándares técnicos de implementación (ITS) acerca del registro central electrónico bajo PSD2, que establece requisitos sobre el desarrollo, O&M del registro e información que debe contener. Consulta abierta hasta el 18 de septiembre.

La EBA publica las Guías sobre seguros de responsabilidad profesional bajo PSD2. Estipula la cantidad mínima del seguro obligatorio de responsabilidad profesional u otras garantías comparables para los servicios de iniciación de pagos (PIS) y servicios de información de cuentas (AIS).

El banco de México (Banxico) emite nuevas disposiciones para que bancos y entidades financieras puedan ofrecer el servicio SPEI móvil 24/7. Además, a partir del 31 de julio de 2018 los bancos deberán entregar a sus usuarios de este servicio los Comprobantes Electrónicos de Pagos (CEP) para todos aquellos pagos enviados o recibidos por ellos.

CADE acuerda fin de exclusividad de Cielo en el procesamiento de compras con tarjeta Elo. A partir del 31 de julio, los clientes con tarjetas Elo podrán realizar transacciones en las terminales de pago de otras empresas. Cielo es el sistema de pago creado por Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal y Bradesco en 2011. La exclusividad de las tarjetas Elo obligaba a los comerciantes a contratar a Cielo para poder aceptar dichas tarjetas.

AGOSTO
2017

Desdoblamiento de bitcoin para dar cabida a otro registro paralelo (Bitcoin Cash). Algunos mineros decidieron comenzar un camino diferente aunque paralelo al bitcoin original: Bitcoin Cash. Ambas criptomonedas comparten el mismo histórico (cadena y transacciones) hasta el 1 de agosto de 2017. La nueva criptomoneda puede soportar bloques de hasta 8 megabytes, ampliando la velocidad a la que se verifican las transacciones. Ello implica una cierta pérdida de descentralización por reducción del acceso de usuarios individuales en el proceso de minado, así como mayor vulnerabilidad a ataques por el menor número de nodos.



Interbank (Perú) y PayPal anuncian alianza para promover comercio electrónico de empresas a través de un nuevo servicio que permite a los comercios locales ofrecer sus productos y servicios en el exterior, además de retirar sus fondos PayPal a través de sus cuentas empresariales en el Perú.



La EBA lanza consulta pública sobre las guías de requisitos de reporting de datos estadísticos sobre fraude bajo PSD2. Dirigidas a los PSP y autoridades competentes, buscan contribuir al objetivo de mejorar la seguridad en los pagos minoristas en la UE. Consulta abierta hasta el 3 de noviembre.

Emitidas disposiciones de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para prevenir el robo de identidad, obligando a los bancos mexicanos a proteger a sus clientes contra el fraude mediante sistemas de identificación con huella dactilar. Las instituciones deben preparar sus sistemas para que en la contratación de créditos y aperturas de cuentas se tome la lectura de las 10 huellas dactilares del cliente y cotejar la información contra la base de datos del Instituto Nacional Electoral (INE). También da la posibilidad de que apliquen otros controles biométricos. Los clientes deberán presentar dos identificaciones para la apertura de cuentas nivel 3 y 4, y para la contratación de cualquier producto crediticio.

La Comisión de Economía del Senado de Chile aprueba proyecto de ley que limita responsabilidades de los usuarios de tarjetas de crédito debiendo ser las instituciones financieras o emisoras de las tarjetas quienes asuman la responsabilidad por operaciones realizadas con tarjetas extraviadas, hurtadas o robadas.

SEPTIEMBRE
2017

Nuevas tecnologías y productos

La Asociación de Fintech de Colombia lanza el primer Sello de Confianza Fintech del continente. El sello es una serie de códigos de responsabilidad financiera para diferentes segmentos de negocio (crédito digital, medios de pago, crowdfunding, robo-advisoring, criptoactivos, neobancos, insurtech, etc.), que comprende el cumplimiento de estándares y normas, con la premisa de que el ecosistema fintech se basa sobre la confianza. Inicialmente para fintech de crédito digital, en los próximos meses se lanzará el sello para fintech de pagos y crowdfunding.

Redeban Multicolor anuncia la inminente implementación de la opción de pago facial en Colombia, la posibilidad de hacer giros mediante POS de corresponsales bancarios de Bancolombia y entidades del Grupo Aval, y el pago mediante tablets en grandes comercios (El Éxito). El pago biométrico o facial ya es aplicado en China por Alibaba en fase experimental y los giros desde corresponsales bancarios pretenden competir con otras redes de transacciones de bajo valor.



Noticias corporativas

Los accionistas de Servired, 4B y Euro 6000 firman el pacto de accionistas para proceder a la fusión de los tres servicios de pago bajo una única marca, cuyo nombre se desconoce a la fecha de cierre de este Informe. La fusión supondrá que los cerca de 50.000 ATM en funcionamiento actualmente en España operarán bajo la misma red interbancaria, así como las más de 75 millones de tarjetas en circulación.

Openbank de España integra a Samsung Pay para realizar pagos a través del smartphone.

Apple anuncia el lanzamiento de Pay Cash, servicio de pago entre particulares a través de su plataforma de mensajería iMessage, que estará operativo en EEUU y Europa. Apple ha solicitado el registro para toda la Unión Europea de Apple Pay Cash, según figura en el European Union Intellectual Property Office (EUIPO, la oficina de patentes comunitaria). Pay Cash será una de las novedades del iOS 11. Conllevará la creación de una tarjeta de crédito virtual, ligada a una cuenta bancaria.

MasMóvil y Cetelem (financiera de BNP Paribas) acuerdan crear en España una sociedad conjunta que prestará servicios bancarios a través de dispositivos móviles.



Cambios normativos

Las operaciones de envío y recepción de pagos de los marketplaces y plataformas digitales de ventas serán liquidadas de forma centralizada por medio de la Câmara Interbancária de Pagamentos (CIP) de Brasil. Todos los agentes que reciban recursos de tarjetas como intermediarios en nombre de un usuario final ya no podrán recibir dichos pagos en cuentas bancarias de su titularidad para su posterior transferencia a los comercios y demás afiliados.

03. LA VISIÓN DEL SECTOR



Un año más, este Informe tiene la fortuna de contar con la visión de una nutrida representación de los ejecutivos de medios de pago que mejor conocen el desarrollo, retos y tendencias del sector en los países contemplados, por ser agentes relevantes – tradicionales y nuevos – de los diversos ecosistemas en los que operan y a los que contribuyen con sus innovaciones.

Destaca como común denominador de las más de treinta entrevistas mantenidas la percepción de que este año 2017 no hemos sido testigos de ninguna innovación disruptiva específica en ninguno de los mercados contemplados, tras un vertiginoso 2016 en que irrumpieron soluciones originales y transformacionales de pagos móviles P2P y pagos instantáneos de cuenta a cuenta. Las expectativas para el próximo 2018 determinan que 2017 será considerado un año de “transición” y de gestación de soluciones y cambios legales y reglamentarios que verán la luz el próximo año.

También hay coincidencia acerca de que otros mercados (lejanos) sí han visto la adopción muy exitosa de soluciones transformacionales, como WeChat Pay, monedero móvil P2P de la operadora Tencent con la mayor velocidad de adopción conocida en la historia de los pagos, por delante incluso de Alipay, también de adopción exponencial y que, juntos, son hoy los principales medios de pago de bajo valor en China. Dos son los atributos identificados como claves del éxito por los expertos. Por un

lado, la experiencia de usuario (en adelante UX, por user experience). Por otro, el creciente número de comercios y servicios que aceptan pagos iniciados por estas aplicaciones. Han sido relevantes los acuerdos y alianzas anunciadas en mercados fuera del territorio chino, como el alcanzado por WeChat con Stripe o el de Alipay con BBVA en España. “La alianza con el comercio es uno de los pilares de nuestra estrategia de pagos minoristas”, confirma Ignacio Bañón, Head of Payments Solutions de BBVA España.

De cara a 2018, no obstante, sí se prevén soluciones disruptivas, fruto de las nuevas reglas de juego tanto en Europa (PSD2) como en México (Ley Fintech), Chile (prepago) y Colombia (SEDPE) aunque sin poder concretar con claridad qué forma tomarán, qué grado de éxito alcanzarán y con qué velocidad de adopción. “Sobre el punto de llegada con PSD2, nadie tiene una idea concreta”, afirma Ignacio Bañón de BBVA. Algo similar confirma David Alonso, Director del área de empresas de Samsung Electronics Iberia, cuando afirma que “nadie en el mercado puede decir hoy quién va a ser el ganador en esta carrera”. Lo que se confirma es la ampliación y diversidad de los agentes que integran el ecosistema global de pagos, y muestra de ello es su presencia en este capítulo del Informe. Para Ángel Nigorra, Director General de Bizum, PSD2 es un cambio cuyo final, difícil de atisbar, no generará disrupción el próximo mes de enero sino que su impacto será progresivo, sustentado en la entrada de nuevos actores.

Estas disrupciones pasarán en Europa por las nuevas figuras autorizadas en el ecosistema de pagos y el despliegue de soluciones que se prevé eclosionarán. Ello será fruto de la innovación y la apertura de la competencia – y acceso a cuentas de clientes bancarios – que acoge el nuevo marco regulatorio. La fusión en España de las tres redes de tarjetas (Servired, 4B y Euro 6000) que preveíamos en 2016 – aún no formalizada pero sí ya anunciada – es efecto del nuevo marco regulatorio y entorno competitivo.

La diversidad del ecosistema de pagos crece también en la naturaleza de los mercados o negocios atendidos por agentes globales como los esquemas internacionales de tarjetas, a los que vemos extender su participación en infraestructuras o soluciones de pago ajenas a su negocio tradicional (tarjetas), como las cámaras de compensación y liquidación ACH (Mastercard adquirió Vocalink en 2016), al tiempo que acaparan mayores espacios de la cadena de valor de los pagos con tarjeta – exigiendo, por ejemplo, que la tokenización sea provista exclusivamente por proveedores tecnológicos terceros certificados – y alcanzan acuerdos globales con “antiguos” competidores, como Paypal. Lo primero da pistas de cuál se perfila como competidor natural de la tarjeta de pago – los pagos inmediatos – una vez estos se popularicen y consoliden su inmediatez y ubicuidad y se desarrolle la adquisición en comercios tras su arranque en entornos P2P. Lo segundo, de la importancia de identificar todos los componentes de la cadena de valor, por el coste asociado a su contribución en las soluciones y el correspondiente reparto de la generación de ingresos, además del aprovechamiento de los datos que transitan por los distintos eslabones de dicha cadena.

A estas tendencias debemos añadir la creciente conectividad de los objetos que implican innovaciones relacionadas con la realidad virtual y la Internet de las Cosas (IoT) que generarán situaciones de pago hasta ahora no contempladas en contextos cotidianos como el hogar (smart home) o las ciudades (smart cities). “Es para ese futuro conectado para el que nos estamos preparando y para el que tiene sentido la incursión en el mundo de los pagos”, concluye David Alonso de Samsung Electronics Iberia, compañía que cuenta con muchos puntos de contacto con los clientes a través de dispositivos, electrodomésticos, wearables, etc., que están llamados a conectarse y comunicarse entre ellos.

En Latinoamérica, la interoperabilidad y generación de estándares de las soluciones de pago minoristas como condición necesaria para conformar ecosistemas de pagos universales de ámbito doméstico sigue siendo asignatura pendiente.

El cumplimiento normativo en Europa, lejos de suavizarse en 2017, se prevé más pesado en los ámbitos de la protección de los datos personales (Reglamento General de Protección de Datos, GDPR por sus siglas en inglés), la prevención del lavado de activos y lucha contra la financiación del terrorismo (AML4), sumado al de carácter prudencial para entidades bancarias y la adaptación a PSD2, operativa desde enero de 2018.

Julio César Fernández, Director de gestión comercial y operaciones de CECABANK, considera que la PSD2 y otras normativas en curso como las señaladas van a suponer un impulso regulatorio que abrirá el sector bancario y aumentará la competencia, a lo que se une el propio cambio tecnológico y la transformación digital de la sociedad, que actuarán como efectos multiplicadores. Anticipa que el gran desafío para las entidades financieras vendrá de las big tech y que para competir con los GAFA será esencial para las entidades financieras crear servicios con la misma capacidad de red, para lo cual los bancos habrán de cooperar entre sí y con las fintech. “Nos dirigimos a un modelo más abierto, más colaborativo”, declara.

La simbiosis “tecnología – negocio”, consustancial a los servicios financieros, ha escalado posiciones en los procesos de toma de decisiones, tal como describe Lizandro Morillo, Gerente de Tecnología de BANBIF, si bien a ritmos distintos según mercados e instituciones. La transformación digital impone un reto complejo de gestionar en la medida en que ha de acometerse de forma transversal a toda la organización, al tiempo que ésta sigue operando con normalidad.

El reto de la transición, o la convivencia de lo innovador y lo tradicional, es otra tendencia señalada a los dos lados del Atlántico. Lourdes Herrera, Sub Coordinadora del Comité de Tarjetas de la Asociación de Bancos de México (ABM) considera que “hay que garantizar las dos formas de trabajar”. En este sentido se pronuncia también Bankia. Carlos Mier, Director del área de medios de pago y canales de Bankia apunta que “hay servicios más tradicionales (cheque, libreta) que tienen que seguir ofreciéndose mientras haya un cliente que los use”. Y es que los hábitos tardan en cambiar, aunque cada vez menos, según Amelia I. Angulo, de la Dirección de Operaciones de Medios de Pago de Bankia. Carmen Cacho, Directora de Medios de Pago de CECABANK indica que animar el cambio de hábitos requiere mayor promoción por parte de las entidades, que “se encuentran en el punto más complicado en que no pueden eliminar las tarjetas hasta que no se universalice el uso de la app de pago, lo que implica duplicar costes a sabiendas de que el mundo de la tarjeta física terminará”.

Nadie tiene una idea concreta acerca del punto de llegada con PSD2, ni puede afirmar quién va a ser el ganador en esta carrera.

Compleja es también la preocupación y esfuerzos destinados a fortalecer la ciberseguridad de los sistemas y los datos que por ellos transitan y se almacenan, elemento que, sin haberse descuidado, necesita con urgencia de un tratamiento colaborativo de industria – y de los nuevos jugadores del ecosistema – para una mayor protección y resiliencia sistémica frente a los ataques cada día más frecuentes y sofisticados. Fabiola Herrera, Directora del Sistema de Pagos y Liquidación de Valores de la República Dominicana (SIPARD) del Banco Central de la República Dominicana (BCRD), señala que varios bancos centrales en la región, entre ellos el dominicano, están elaborando Reglamentos de Ciberseguridad para el Sistema Financiero. “Porque la mayoría de las normativas nacionales sobre este tema se encuentran generalmente dentro de otras, como por ejemplo reglamentos de riesgo operacional, es necesaria reglamentación específica en la región sobre ciberseguridad”, concluye. En España, que cuenta con una Estrategia de Ciberseguridad Nacional desde 2014, la gestión de los riesgos cibernéticos está incluida en la estrategia de gestión del riesgo de las entidades, escalando posiciones en esfuerzo inversor.

El cuidado del dato, considerado el petróleo de la actual era digital, es asimismo una tendencia creciente, como demuestran la GDPR y las exigencias de algunas jurisdicciones de mantener su residencia dentro de las fronteras domésticas. Dicho esto, en las entidades bancarias de Latinoamérica no se observa aún presión competitiva, de márgenes o regulatoria por incorporar capacidades y habilidades de análisis científico de datos y Big Data como sí se observa en mercados como el español, algo que sin duda habrá de acelerarse con la normalización de la Inteligencia Artificial, el Cloud computing y el Big Data, esencia de los servicios financieros del presente-futuro.

1. PANORAMA DE LOS MEDIOS DE PAGO EN EUROPA

Si bien al cierre de este Informe aún quedan por concretar detalles reglamentarios de la PSD2 tales como la autenticación reforzada, la prohibición o limitaciones al screen scrapping o la estandarización de API, los sentimientos de incertidumbre sobre el impacto regulatorio se han transformado en el último año en sentimientos de expectación. “Hemos transitado de la inquietud a trabajar en la creación de nuevas soluciones de generación de valor bajo PSD2”, señala Anna Puigoriol Directora de medios de pago y financiación al consumo de Banco Sabadell.

Sobre los detalles reglamentarios pendientes en el marco de la PSD2, los retrasos se deben fundamentalmente a la falta de entendimiento entre la Comisión Europea (CE) - más favorable a los intereses de las fintech - y la EBA - más favorable a los intereses de las entidades bancarias y al espíritu original del Access to the Account, en relación al grado de aceptación del screen scrapping. La revisión efectuada por la CE al borrador de RTS entregado por la EBA en febrero de 2017, que solicita considerar el uso del screen scrapping como mecanismo de back-up en caso de que las interfaces habilitadas por los bancos (API) no funcionen, fue rechazada en junio. Carlos Mier de Bankia señala que “el mundo de los pagos se está extendiendo desde un contexto tradicional (tarjetas, POS, HCE) hasta formas de pago nuevas que van a cambiar el panorama, acelerado por la PSD2”. Tal es el caso de los pagos inmediatos y el desarrollo de su adquirencia. Según Amelia I. Angulo de Bankia, si lo hacemos bien, ofrecerá más oportunidades de rentabilizar las nuevas formas de comunicación con clientes, ya sea en colaboración con fintech o solos.

En palabras de Anna Puigoriol de Banco Sabadell, “estamos a las puertas de un cambio del concepto del pago en que las fronteras entre emisión y adquirente, entre lo físico y lo virtual, entre el pago offline y online, se diluyen”. Lo ilustra afirmando que “hoy pagamos virtualmente operaciones que estamos adquiriendo físicamente, como en el mundo de la movilidad o en los wallet de comercio”.

“Estamos a las puertas de un cambio del concepto del pago: las fronteras entre emisión y adquirente, entre lo físico y lo virtual, entre el pago offline y online, se diluyen”

Anna Puigoriol, Banco Sabadell

En relación con los sentimientos de incertidumbre, Julio César Fernández de CECABANK señala que “en enero de 2018 tanto a los clientes como a los Third Party Providers (TPP) les asisten los derechos contemplados en la PSD2, pero sin contar todavía con una definición final de los Regulatory Technical Standards (RTS) emitidos por la EBA”. Carmen Carnero, Directora General Adjunta de Servired, espera constatar cómo España traspone la PSD2 y cómo la Comisión Europea acaba regulando la autenticación reforzada del cliente, porque “es lo que más va a afectar al mercado, junto con las reglas que determinen la relación de PSP y TPP y las API por las que estos se conectarán”.

“Los pagos con tarjeta crecen por encima del 15% interanual, muestra de que la gente está migrando al pago electrónico” informa Carlos Mier de Bankia. Cifras similares (17%) comparte Carmen Cacho de CECABANK, quien alude a la posible influencia de las nuevas prácticas de comisiones por retiro de efectivo en cajeros automáticos en el hecho de que se haya reducido la frecuencia y aumentado el importe promedio de los retirios. También se espera un desplazamiento a partir de 2018 del pago con tarjeta al pago desde cuenta, especialmente en e-commerce, tan pronto

“La autenticación reforzada del cliente es lo que más va a afectar al mercado, junto con las reglas que determinen la relación de PSP y TPP y las API por las que estos se conectarán”

Carmen Carnero, Servired

florezcan nuevos servicios de iniciación de pagos autorizados por la PSD2. En este sentido, Julio César Fernández de CECABANK apunta a que “vamos a vivir una optimización de los procesos de pago en los grandes comercios, que tienen capacidad de mejorar la UX”.

Desde Iberpay, gestor del sistema nacional de pagos (SNCE), el mecanismo normativo, operativo y técnico que soporta el sistema interbancario de pagos al por menor español, especializado en el intercambio, compensación y liquidación de transferencias, adeudos, cheques y efectos, se confirma que “el tráfico de las operaciones de pago que circulan por el SNCE ha recuperado niveles que no se veían desde 2008, con un incremento interanual cercano al 5% en su número y más de un 7% en lo relativo a su valor” señala José Luis Langa, Director de Desarrollo de Negocios. Las transferencias aumentan a tasas cercanas al 10% y también lo hacen sus importes a un ritmo incluso superior. Sobre el uso de los adeudos (recibos), que representa cerca del 70% de las operaciones del SNCE (por un 20% de su valor), José Luis Langa señala que “en un país como el nuestro, y al igual que pasa en Alemania o Reino Unido, el adeudo es un producto muy desarrollado y básico para los clientes bancarios y un eficaz instrumento de fidelización para la banca, por ser muy eficiente y adecuado para el pago de productos, servicios e impuestos”. En cuanto a los cheques, su uso sigue cayendo, aunque resulta un producto de nicho, especialmente utilizado en el ámbito B2B y para operaciones de alto valor.

Encontrándonos en una nueva ola de formas de pago, sistemas, marcas, experiencias y funcionalidades, Ignacio Bañón de BBVA se pregunta si habrá estándares nuevos y si realmente estamos ante una disrupción o, sencillamente, ante una evolución. “Nada de lo acontecido en España, Europa o países occidentales se ha acercado a lo ocurrido en China con WeChat Pay y Alipay, donde no había mucha implantación de pago con tarjetas tradicionales”.

Aparte de la vertiente de cumplimiento, Ignacio Bañón de BBVA considera que “el potencial transformador de PSD2 es inmenso, si bien no está claro cuál será el impacto a corto plazo aunque habrá sin duda muchas más soluciones y agentes, que es lo que el regulador quiere”. Más dudas que certezas persisten en relación con el grado de éxito, de aceptación, de confianza en agregadores e iniciadores de pago, y a los espacios que ocuparán los agentes. “Habrá una fase de muchas soluciones pequeñas hasta que los hábitos se aclaren y se fijen nuevos estándares, dando oportunidad en cada país a más soluciones y mejores experiencias”. Paloma Real, Directora de Innovación y Desarrollo de Negocio de Mastercard coincide en que “sin haber una solución definitiva o claramente visible, irán convergiendo para conseguir escala y madurez”.

Existe por tanto consenso en cuanto a la indefinición sobre la forma concreta de la solución de pago electrónico o digital que consiga ser universal, y a su ritmo de adopción. Carlos Mier de Bankia estima que “la evolución será parecida a la de adopción de los Smartphones, en el sentido de que llegará un momento en que eclosionará, como también ha ocurrido con la adopción del “contactless”, lo que muestra que hay que estar preparado para cuando los clientes decidan utilizarla”.

La adopción del pago móvil HCE, siendo la solución más extendida, es muy lenta”

Víctor Royo, Ibercaja

Pago móvil HCE

Ignacio Bañón de BBVA España considera que “el pago NFC no está seduciendo tanto a los clientes”. Alejandra Caldas, Directora de Marketing de Iberia Cards anticipa que no van a incorporarlo porque si bien desde el punto de vista de marketing pensaban que sería interesante, no ven que la gente esté ilusionada con ello. Además, añade que “Samsung cobra por la tokenización y Apple Pay exige cesión parcial de la tasa de intercambio”. Para Víctor Royo, Director de Innovación y Experiencia de Cliente de Ibercaja, las tarjetas siguen siendo la opción mayoritaria, con la que los consumidores están familiarizados. “La adopción del pago móvil HCE, siendo la solución más extendida, es muy lenta”, afirmación que comparte Anna Puigoriol de Banco Sabadell. “En 2016 pensaba que 2017 vería una explosión masiva del pago móvil, pero no se ha producido porque la UX no es mejor ni más rápida que el pago con tarjeta”, afirma Víctor Royo de Ibercaja. David Alonso de Samsung Electronics Iberia abunda en esta visión cuando afirma que “es un servicio que no se limita exclusivamente al pago; la mejor experiencia “contactless”, hoy por hoy, la ofrecen las tarjetas”.

El sector demanda que las autoridades europeas persuadan a Apple a abrir la antena NFC para que cualquier aplicación la pueda utilizar. “Sacar las app solo con Android no lo desean las entidades”, comparte Julio César Fernández de CECABANK.

Pagos inmediatos

Los pagos inmediatos serán disruptivos, afirma Carlos Mier de Bankia, porque “las posibilidades de la inmediatez – alineada con el nuevo carácter de la sociedad - son infinitas”. En los mismos términos se expresa José Luis Langa de Iberpay: “la novedad que va a cambiar el contexto de los pagos y que provocará innovación en todos los niveles, son los pagos inmediatos”, de los que Iberpay tiene como misión garantizar el servicio básico interbancario. “Es la forma que tiene Europa de responder al reto de otros productos de pago, los pagos inmediatos tienen atributos parecidos al efectivo e interoperabilidad al menos europea y, en definitiva, proporcionan una alternativa a que no todo sea pago con tarjeta con branding no europeo”, añade.

Una pregunta a dilucidar es si los pagos inmediatos se van a convertir en el “new normal” o en un tipo de pago más. José Luis Langa de Iberpay considera que “serán un carril adicional en una autopista de varios carriles y distintas velocidades en la ejecución de las transferencias”, ya que los salarios o los pagos recurrentes, por poner dos ejemplos, no necesariamente requieren ser inmediatos. Sobre el impacto esperado de

“En cuanto los pagos inmediatos den el salto a comercios se podría erosionar la cuota de mercado actual de las tarjetas, sobre todo la de tarjetas de débito”

Carmen Carnero, Servired

la PSD2 asegura que “dependerá de los posibles nuevos entrantes y de cómo quede el desarrollo de sus reglamentos, los RTS, sin descartar que la propia banca se decida a ofrecer servicios de información agregada de las cuentas de sus clientes”.

Considera Carmen Carnero de ServiRed que, mientras estén limitados a transacciones P2P, los pagos inmediatos no quitarán cuota a las tarjetas, pero “en cuanto den el salto a comercios y, en función del ritmo de adopción por consumidores y comercios, se podría erosionar la cuota de mercado actual de las tarjetas, sobre todo la de tarjetas de débito”. “Lo positivo del caso, señala, es que hay aún muchas transacciones en efectivo y estas nuevas formas de pago pueden servir para aunar esfuerzos y convertir una mayor parte de los pagos con dinero en efectivo en pagos electrónicos”.

“En contraste al pago móvil HCE, las soluciones móviles P2P sí aportan novedad, aunque también está costando la adopción”, comparte Víctor Royo de Ibercaja. En este sentido, el crecimiento de la adopción de Bizum no ha sido exponencial, percibiéndose timidez en la promoción de la nueva solución, muy centrada en redes sociales. Carlos Mier de Bankia considera que “es hora de que las entidades fomentemos este servicio, consigamos masa y extendamos el pago online”.

“Los usuarios confían en los entornos bancarios para hacer sus pagos, y esta confianza es un activo que los bancos deben cuidar”

Ignacio Bañón, BBVA

Nuevos modelos de negocio y aplicaciones

Según Carlos Mier de Bankia, “los ingresos transaccionales continuarán pero pasaremos a otras formas de rentabilidad ya que la inmediatez de los pagos permitirá desarrollar nuevos productos para clientes particulares y empresas”. En este sentido, rememora otras industrias que han modificado sus modelos de negocio como ahora ocurre en la industria de los pagos.

Dado que está asumido que el cliente elegirá qué quiere en cada momento, las entidades deben de ser capaces de añadir valor alrededor de las nuevas formas de pago, para lo que tienen que explotar muy bien los datos del cliente. Desde el punto de vista del titular, Anna Puigoriol de Banco Sabadell señala que “pague con lo que pague, nuestro objetivo es que el cliente optimice la gestión del pago (información, tickets, mensajería, opciones de fraccionamiento, loyalty), haciéndolo invisible en el proceso de compra y aportando valor también una vez el cliente ha pagado”. En la creación de este tipo de servicios de valor añadido evalúan alianzas con fintech que trabajan soluciones de nicho, centradas en segmentos concretos de clientes (facturas restaurante, IVA, gastos de empresa, etc.).

Otro de los consensos de la industria es el reconocimiento de que el punto fuerte de la banca radica en la seguridad de las transacciones y, como enfatiza Carlos Mier de Bankia, “es lo que tiene que poner en valor la banca, de cara a la implantación de la PSD2: seguridad unida a UX (comodidad)”. Ignacio Bañón de BBVA reconoce que “los usuarios confían en los entornos bancarios para hacer sus pagos, y esta confianza es un activo importante que deben cuidar”.

Asimismo, percibe Ignacio Bañón que “muchos actores están ofreciendo muchas soluciones al mercado, a menudo supply-driven, por delante de la demanda”, sin optimizar la usabilidad, que tiene que ser excelente para que la solución funcione: “la UX es clave”. “No en vano, la app de BBVA ha sido reconocida como la mejor solución de banca móvil del mundo, por 2017 Global Mobile Banking Benchmark.” La UX es también central para David Alonso de Samsung Electronics Iberia: “cuanto mejor UX le proporcionen las soluciones al usuario, más fácil es que la adopción se produzca y se sostenga en el tiempo.”

Julio César Fernández de CECABANK entiende que “las entidades bancarias pueden apoyar y empoderar al cliente para optimizar el control y la gestión de toda la información y autorización que tendrá dispersa en varios TPP”. A la pregunta de si estamos preparados como particulares responde que precisamente en esa mejora de gestión hay una oportunidad para los bancos. “Hace unos años el temor ante la obligación de apertura de las cuentas de clientes a TPP era esa pérdida de control, pero hoy puede ser una oportunidad: para las entidades que lo orienten a dar mejor servicio al cliente”. Ignacio Bañón de BBVA considera que la mejora de la experiencia en pagos consiste en conseguir que el pago electrónico sea (real y percibido) mejor que el pago en efectivo y eliminar el estrés en torno a las finanzas, “que los clientes tengan un CFO en el banco”. Señala que “dentro de 5 - 7 años la autenticación será un punto crítico, más allá del compliance, exigiendo a los bancos que tengan capacidades de autenticación como un activo core básico”. “Gestionar las credenciales de los clientes es un servicio que los bancos pueden y deben hacer en su relación con los iniciadores.” Por contextualizar este potencial, concluye Carmen Cacho de CECABANK que “los pagos son la actividad más cotidiana de las entidades financieras con sus clientes.” A pesar de ello, existen carencias en comprensión de todas las potencialidades del pago electrónico, como señala Amelia I. Angulo de Bankia, al afirmar que es fundamental mejorar la cultura financiera de la población en materia de pagos.

Ignacio Torre, Director de Marketing y Estrategia Digital de Ibercaja considera que la “PSD2 es una regulación que trae el Open Banking en un sector, el de los pagos, que es hoy muy disperso, con abundancia de oferta”. En este escenario, “si añades la presión regulatoria por tasas de intercambio y la mayor demanda de transparencia, vemos dos fuentes de ingreso a futuro: monetización de los datos transaccionales y (micro) financiación en el momento del pago”.

“GDPR devuelve el poder de los datos al cliente, al igual que PSD2”

Anna Puigoriol, Banco Sabadell

En este escenario de transformación digital y generando los medios de pago electrónico muchas oportunidades de información en torno a los datos, es también transversal la percepción de que las entidades no están aprovechándolas, limitadas por el proceso de construcción de habilidades en data science y Big Data y por la adaptación a la nueva normativa GDPR aplicable desde mayo de 2018 a nivel europeo. “En el marco de CK-Lab (foro de cooperación alrededor de la banca abierta), hemos habilitado un grupo de trabajo para analizar el impacto estratégico de esta normativa y de otras transformacionales”, nos informa Julio César Fernández de CECABANK.

Anna Puigoriol de Banco Sabadell valora que “GDPR devuelve el poder de los datos al cliente, al igual que PSD2, y son sendas regulaciones que te obligan a pensar de qué forma ofreces más valor al cliente, quien compartirá sus datos en función de la calidad de lo que reciba a cambio”.

La universalización de la adopción de las nuevas formas de pago en movilidad pasa por extender la terminalización y dispositivos de pago en medios de uso masivo, como el transporte público. En 2016 anunciábamos algunas experiencias piloto, que este 2017 se han multiplicado. “La forma de pagar en transporte público está cambiando, pero no tenemos claro si el modelo va a ir a una solución de monedero “contactless”, como la Oyster de Londres, o si se van a basar en pago con tarjeta bancaria (hacia donde ha evolucionado Londres) o de wallets en el móvil (sin necesidad de pago en el torno), lo que no impactaría tanto en la infraestructura”, añade Anna Puigoriol de Banc Sabadell.

Una nueva forma de pago de servicios de movilidad quedaría habilitada por la PSD2, extendiendo los tipos de contenidos que pueden ser pagados a través de la factura del servicio de telefonía móvil (carrier billing), precisamente a la compra móvil o in-app de títulos de transporte. Así nos lo transmite Roberto Monge, Director de Operaciones de Telecoming, empresa tecnológica que integra servicios de contenidos, publicidad y carrier billing: “La PSD1 ya reconocía el carrier billing pero PSD2 amplía su marco de actuación, creciendo en ticketing online de disfrute offline, transporte, donaciones y pago de contenidos digitales, pero con nuevos límites – 50 euros / compra individual y 300 euros / mes - que nos obliga a centrar el foco en pagos de inferior cuantía y desarrollar negocio en otros campos”. Ello, en una economía en la que el valor de la industria de contenidos digitales se estima en 9.000 millones de euros y donde las nuevas generaciones disponen de móvil antes que de tarjeta de pago, y consumen contenidos digitales principalmente a través de este dispositivo.

Sobre esta generación de nativos digitales, Javier Amo de IberiaCards apunta a que “se han acostumbrado a no pagar por ocio y algunos servicios digitales, de modo que la predisposición a pagar por servicios en el móvil es muy baja”. De forma diferente opina Roberto Monge de Telecoming, quien afirma que “hay sectores que han sobrevivido al todo gratis de internet, como el del gamer, perfil muy fiel y heavy user de medios de pago móvil (carrier billing hoy, antes pago por SMS), que ha crecido muchísimo en los últimos cinco años”.

Pago con recurso a financiación

En España se observan pocos cambios de hábitos en relación con el recurso de financiación de consumo con tarjeta de crédito, opina Ignacio Bañón de BBVA, entidad que ofreciendo financiación en el momento de compra con la app de banca móvil, reconoce no haber conseguido dar un vuelco a la industria. “La gente joven está más cómoda pagando con débito”, añade. Iberia Cards tampoco cree que la facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito sea de uso masivo aún en España, al menos desde su operativa de tarjetas de crédito, que no incluye la modalidad revolving. “Las tarjetas de crédito se están convirtiendo en productos de fidelización, dejando de ser profit centers para las entidades bancarias por la regulación de las tasas máximas de intercambio”, afirma Javier Amo.

En relación al modelo clásico (revolving) considera Ignacio Bañón de BBVA que ha de revisarse y tornarse más transparente unido a la idea de control / autocontrol, más flexible, y contar con más funcionalidades. “Estos son los atributos que debe buscar la transformación digital a la que debemos ir, unidos al factor precio, adecuado al cliente.” Añade que en Turquía, México y Perú, BBVA ofrece, en el momento del pago, financiación sin intereses a través de acuerdos con el comercio, quien se hace cargo del incentivo. “Este tipo de acuerdos son los que deben encontrarse entre el banco, el comercio y el consumidor” señala y añade que la figura del mero adquirente está perdiendo valor porque los pagos serán más invisibles para todos, y será solo visible el valor añadido que acompañe al acto del pago, cada vez menos unido al aparato.

E-commerce

“Una vez el wallet universal ya lo tienen disponible todos los clientes, nos centramos hoy en ofrecer soluciones al comercio, a través de una solución wallet para pago virtual”, que podría integrar Bizum y programas de fidelización, indica Anna Puigoriol de Banco Sabadell.

Paloma Real de Mastercard España nos presenta Masterpass, marca de aceptación de Mastercard en el mundo digital para que emisores permitan pagar con sus tarjetas concentrando en un único botón la aceptación de varios distribuidores, de forma interoperable, ya operativa en España con CaixaBank, Abanca y Euro6000. “El objetivo es poder pagar con Masterpass desde cualquier dispositivo – pensemos en la Internet de las Cosas (IoT) – ejerciendo de traductor entre las credenciales clásicas y los nuevos entornos”. A diferencia de las soluciones locales que puedan desarrollarse (por ejemplo Bizum), Paloma Real de Mastercard señala que pueden presentar limitaciones a nivel internacional, segmento donde procede la mayor parte del e-commerce en España.

Sobre autenticación reforzada, nos explica que las RTS de la EBA trasladarán la responsabilidad de la autenticación no al comercio sino al emisor, obligado a autenticar con doble factor todas sus transacciones, lo que implica adoptar medidas de seguridad nuevas como la identificación por variables biométricas, para lo que Mastercard ha desarrollado la plataforma IDCheck, para todo tipo de servicios, no solo de pago con tarjeta. “Las claves estáticas y los SMS como mecanismos de autenticación del cliente, no son user friendly”, concluye Paloma Real, de Mastercard.

Carlos Mier de Bankia confirma que mucha gente aún tiene temor de introducir su PAN o IBAN en e-commerce, motivando que se utilice menos la solución bancaria. “Con Bizum ese miedo se romperá”, añade. Si bien la autenticación reforzada a priori les interesa como emisor, “depende de cómo se implemente finalmente”, concluye.

Transformación digital y ecosistema fintech

CECABANK cuenta con un foro de Open Banking, CK-Lab, en el que colaboran entidades bancarias y fintech, y ha desarrollado una plataforma de Apificación para dar soporte a las iniciativas que se alumbren entre las entidades. Julio César Fernández de CECABANK expone que “la ventaja de la fintech frente a un banco es que ha desarrollado sus servicios desde una hoja en blanco, mientras que un banco lo hace desde el background de operativa, infraestructura, cumplimiento normativo, etc.” Y defiende que es un enfoque muy útil porque permite a la fintech orientar mejor las necesidades del cliente, pero ahora que tienen que transitar a un entorno regulado y complejo donde muchas fintech no saben con precisión qué regulación les aplica.

“La ventaja de la fintech frente a un banco es que ha desarrollado sus servicios desde una hoja en blanco”

Julio César Fernández, CECABANK

Bankia, por su parte, ha internacionalizado el alcance de su aceleradora de fintech Innsomnia. Además, “más de la mitad de las 15 iniciativas seleccionadas están relacionadas con pagos”, comparte Amelia I. Angulo de Bankia. El programa Start Path de Mastercard ha recibido el interés de más de 5.000 startups desde su inauguración en 2014, lo que ha permitido a Mastercard trabajar con más de 100 compañías de 24 países. La Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI) ha aumentado su protagonismo y presencia desde la presentación del Libro Blanco en la primera parte del año 2017, lo que ha propiciado la creación de un recurso web en el seno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) junto con el anuncio de constitución de un sandbox en el corto plazo, y el hermanamiento con sus homólogas de Latinoamérica, materializado en la constitución el pasado mes de junio de la Alianza Fintech Iberoamérica.

Ángel Nigorra de Bizum considera que las fintech pueden aportar mucho en términos de UX, funcionalidad y calidad. Tienen previsión de abrir la solución de pagos móviles inmediatos P2P a terceros para el desarrollo de aplicaciones y capas de valor para los usuarios Bizum.

Efectivo

“Si bien es cierto que las compras con tarjeta crecen, el efectivo sigue creciendo”, afirma Anna Puigoriol de Banco Sabadell. José Luis Langa de Iberpay comparte la visión de que “la gestión y el manejo del efectivo es sensiblemente más costoso que el procesamiento de medios electrónicos de pago, por lo que cualquier medida para reducir su uso es de interés”. Desde el punto de vista de los particulares, considera que el efectivo resulta un medio eficaz de control de las finanzas personales en épocas de crisis.

Ángel Nigorra de Bizum comparte la sensación de que la reducción del peso del efectivo es muy lenta en España, y a la pregunta de cómo hacer para que ese desplazamiento se acelere, apunta: “algo obvio: ofrecer al cliente buenas alternativas al efectivo”. Bizum es una de esas alternativas porque es algo que hasta ahora no existía, pero sigue pensando que “falta algo más, como una acción regulatoria clara que fomente los pagos electrónicos, dado que todos estaremos de acuerdo en que, frente al efectivo, resultan más seguros, eficientes y transparentes para la sociedad”, entendiéndose que el efectivo no puede ni debe desaparecer totalmente, que no se puede negar su uso. Su concepto de cashless es el de libertad de elección del medio de pago por parte del consumidor, a menudo aún obligado a recurrir al efectivo para compras y gastos cotidianos. Considera Ángel Nigorra que ese punto de llegada por sí solo no va a producirse, y serán necesarias medidas regulatorias y demostrativas por parte de la administración pública, como las Ordenanzas del Taxi emitidas por los Ayuntamientos de Madrid y Barcelona, o en forma de ventajas fiscales para consumidores y/o comercios asociadas a los pagos electrónicos, como se han aplicado en otros mercados.

Carmen Carnero de ServiRed señala que cambiar hábitos es el paso más difícil, ya que los perfiles del consumidor suelen estar muy condicionados por el entorno, las costumbres y los usos sociales. “Una persona vive en sociedad, lo cual tiene un papel muy importante para determinar la facilidad o dificultad de cambiar hábitos de pago. En España, captar cuota al efectivo es un gran reto”.

Un razonamiento complementario asociado al tamaño del censo empresarial en España es el expuesto por Javier Amo, CEO de Iberia Cards: “en las pequeñas empresas el manejo de efectivo es enorme, en parte motivado por el pago a proveedores, aún en gran medida protagonizado por el efectivo”.

2. PANORAMA DE LOS MEDIOS DE PAGO EN LATINOAMÉRICA

Los medios de pago electrónico de bajo valor están cada día más presentes en las estrategias nacionales de inclusión financiera de la región, considerado elemento de inclusión social y servicio financiero esencial. “Si las primeras estrategias de bancarización e inclusión financiera apostaban por el acceso a la financiación (microcréditos), hoy la apuesta es por el lado del pasivo, por la transaccionalidad” confirma Orlando Forero, Gerente General de Finandina. De este modo, el principal reto hoy es crear ecosistemas de pagos de bajo valor, como también confirma Narda Sotomayor, Jefa del Departamento de Análisis de Microfinanzas de la Superintendencia de Bancos Seguros y AFP (SBS) del Perú.

“La interoperabilidad es uno de los temas más preocupantes ya que ni los ecosistemas, ni los sistemas o plataformas actuales están plenamente desarrollados en la región para soportar de manera efectiva y sostenible las nuevas soluciones y productos de pagos de bajo valor”

Raúl Morales, CEMLA

Ecosistema de pagos: adquirencia, interoperabilidad y uso de efectivo

El desarrollo, apertura, dinamización y adecuación de la adquirencia se prevé tomará forma en 2018, especialmente en aquellos mercados en los que los operadores se han posicionado en una zona de confort poco estimulante a la innovación, como afirman algunos de los ejecutivos. En “contactless”, si bien el hardware se encuentra adaptado, queda pendiente desplegar las funcionalidades a través del software, despliegue que de forma masiva sigue pendiente de arrancar en la práctica totalidad de la región, salvo en Brasil. Señala Juliana Adib, Gerente de canales virtuales de Banco de Bogotá, que el “contactless” no estaba ni está preparado”. También, según Nicolás Rodríguez de Asobancaria, queda pendiente masificar el uso de parte de los consumidores con campañas de comunicación que garanticen que los usuarios conocen la herramienta y sus ventajas. Costa Rica es un claro ejemplo de estrategia de “leapfrogging”, ya que los emisores, aprovechando el paso a EMV, emitieron directamente tarjetas

“Hoy por hoy, con unos servicios de adquirencia descuidados para los segmentos con baja transaccionalidad, el sistema hace que el efectivo sea preferido en el pequeño comercio”

Edwin Zácipa, Colombia Fintech

“contactless”, aunque manteniendo la firma para autenticar por el retraso en la integración del PIN, retraso visible también en muchos otros países de la región. “El “contactless” es fantástico porque te permite trasladarlo al transporte público”, indica Carlos Melegatti del BCCR.

Desde la perspectiva de Federico Borrego, Director General de Supervisión de Participantes de Redes de la Comisión Nacional de Banca y Valores (CNBV), “la industria de pagos en México ha estado dominada por pocas figuras, sin participantes globales especialistas en adquirencia”. Las reglas locales autoimpuestas por la banca obligan a emisores y adquirentes a solicitar a las marcas Visa y Mastercard requerimientos y desarrollos especiales para México, lo que hace que se queden fuera de algunos de los procesos de innovación, señala Federico Borrego.

Un ecosistema abierto debe ser interoperable como condición necesaria para alcanzar escala y garantizar conveniencia a los usuarios. La industria bancaria colombiana está trabajando para crear una cámara de compensación de bajos montos en tiempo real que permita, por ejemplo, la interacción entre los monederos móviles intrabancarios que ya operan en el país, confirma Nicolás Rodríguez, Director de Inclusión Financiera y Medios de Pago de Asobancaria. “Son varios los ejemplos de monederos de bancos que no hablan entre ellos, que no son interoperables, lo que no permite alcanzar escala”, señala Carlos Melegatti, Director de Medios de Pago del Banco Central de Costa Rica.

En estos mismos términos se pronuncia Raúl Morales, Gerente de Mercados Financieros e Infraestructuras de la asociación de bancos centrales de Latinoamérica y el Caribe, el Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA), cuando afirma que “la interoperabilidad es uno de los temas más preocupantes ya que ni los ecosistemas, ni los sistemas o plataformas actuales están plenamente desarrollados en la región para soportar de manera efectiva y sostenible las nuevas soluciones y productos de pagos de bajo valor”. Josu San Martín, Director de Fintech México incide en que “la interoperabilidad es complicada por la línea de incentivos: cada operador desarrolla su propia solución con la expectativa de que se materialice el principio de “the winner takes all”.

Federico Borrego de CNBV, menciona que si bien la interoperabilidad al interior de las redes de pago con tarjeta en México es exigible de acuerdo a las disposiciones, las soluciones de innovación en otros mercados, pueden difícilmente incorporarse a un mercado mexicano con estándares domésticos, por lo que la adopción de nuevas tecnologías es mucho más lenta a la esperada. Además, la fragmentación del mercado de los pagos de bajo valor obliga a poner de acuerdo a muchos agentes. Orlando Forero, Gerente General de Finandina señala que “en los últimos diez años no se han logrado consensos ni en interoperabilidad y ni en transacciones P2P en Colombia”. Añade que se ha conseguido bancarizar a seis millones de personas con cuentas de expediente simplificado que no se usan porque no existe un sistema transaccional integrado, “no hay cash-out, son soluciones cerradas”.

Una vez alcanzada la interoperabilidad, el siguiente reto es la extensión al pago en comercios y servicios profesionales y/o a pie de calle, minoristas, muchos de ellos sujetos al condicionante adicional que imprime la informalidad. Tal como señala Milton Vega, Subgerente del Sistema de Pagos del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el factor precio es también relevante, ya que “considerando que muchos comercios tienen márgenes muy bajos, el modelo de negocio de aceptación de pagos vigente tiene que cambiar, los costos deben bajar y los comercios deben ser considerados más como un socio que como un cliente”.

En Colombia se prevé un impulso con el adquirente global First Data de la mano de Bancolombia, para competir con Redeban y Credibanco. Nicolás Rodríguez de Asobancaria indica que generará un escenario interesante de competencia en la industria no solo en precios sino en transformaciones tecnológicas que cambiarán la industria de medios de pago. También hay expectativas sobre el inicio de operaciones de dos nuevas Sociedades Especializadas en Depósitos Electrónicos (SEDPE) ya autorizadas que, según Juan Francisco Schultze G., Legal, Compliance & Public Affairs VP de PayU Latam, “estará en línea con lo que ha pasado en Brasil tras la reforma del sistema de pagos de 2013, donde se empiezan a abrir servicios financieros no necesariamente liderados por entidades financieras, en línea con la ola fintech a nivel global”. Sin embargo, de acuerdo con Nicolás Rodríguez de Asobancaria, si bien la regulación procura habilitar nuevos actores y crear más productos como las cuentas de expediente simplificado, hace poco para integrar a la gente en el ecosistema de pagos digitales.

Juan Fernando Maldonado, Gerente de Payments and Loyalty del BBVA Continental añade que “además de la informalidad en la actividad económica, el problema es de baja terminalización”. “El modelo utilizado en Perú privilegia cierto tamaño de comercio, y el alquiler del equipo. Es un modelo – el adquirente – que está desgastado y tiene que cambiar.” Algo similar es percibido en Chile, mercado sobre el que Héctor Roldán de BCI afirma que “habrá avances interesantes próximamente en redes de adquirencia, cuando el POS deje de ser una restricción y la adquirencia se haga con software”. Afirmación con la que coincide Enzo I. Soto de La Polar: “serán buenas aquellas iniciativas regulatorias o de industria que den cabida a otras redes de adquirencia. Estas cambiarían rotundamente el mercado de los pagos. Al modelo actual le queda poca vida”.

“Serán buenas aquellas iniciativas regulatorias o de industria que den cabida a otras redes de adquirencia. Estas cambiarían rotundamente el mercado de los pagos.”

Enzo I. Soto, La Polar

En los mismos términos se pronuncia Diego Fernández de Banco Santander México, quien señala que “con la nueva ley Fintech el negocio adquirente se va a abrir más, se van a ofrecer más soluciones especialmente para pequeño comercio, taxistas, etc.” Federico Borrego de CNBV apunta que a pesar de que “en México ha habido un crecimiento importante de POS, se ha debido fundamentalmente a la incorporación de los agregadores, mientras que la base de los adquirentes tradicionales no ha crecido y se impulsa el crecimiento de los mismos”. Edwin Zácipa de Colombia Fintech añade que “hoy por hoy, con unos servicios de adquirencia descuidados para los segmentos con baja transaccionalidad, el sistema hace que el efectivo sea preferido en

el pequeño comercio”. Por su parte, Joaquín Fernando Bernal, Subgerente de Sistemas de Pago y Operación Bancaria de BANREP, indica que “hay expectativas de que los agregadores dinamicen mucho el lado de adquirencia”.

Abundando en costes y precios, es generalizada la percepción de que falta competencia y transparencia en el mercado de adquirencia, limitando la capacidad del comercio de “buscar, comparar y elegir” el mejor servicio de acuerdo a sus necesidades y perfil. Milton Vega del BCRP señala que “en respuesta a ello en varias jurisdicciones se han adoptado acciones para fomentar la entrada de nuevos competidores, la reducción de comisiones y la transparencia en el mercado de adquirencia”. Nicolás Rodríguez de Asobancaria señala que “existe un problema en la creación de una oferta de valor sobre todo para los pequeños comercios que van en búsqueda de una oferta que se adapte a sus necesidades, y en el mercado no hay muchas”.

En el sector del transporte público, vector clave para la masificación de pagos electrónicos, siguen avanzando, con lentitud, iniciativas de integración de pagos electrónicos (Colombia, Costa Rica, Chile, México), donde la dificultad principal radica en la dispersión del sector de la movilidad urbana por carecer de una gestión centralizada e integrada. Raúl Morales de CEMLA destaca la importancia de este sector, siendo, junto con los pagos móviles, los temas principales en los que acciones de política y coordinación entre el sector público y privado puede rendir resultados favorables si se consigue un esquema de operación adecuado. “La masificación de transacciones cotidianas, como el transporte público, a través de medios de pago electrónicos puede ayudar a universalizar la adopción de medios de pago electrónicos”.

Banco de Bogotá, tal como comparte Juliana Adib, está lanzando una iniciativa a partir de tarjetas de débito “contactless” en Cali, Barranquilla y Pereira, basada en tarjetas duales híbridas (a todos los efectos, la tarjeta del banco habilitada para pago de transporte público en formato monedero) con un cupo diario máximo de cuatro pasajes, cobrados al final del día. “Lo tuvimos con Transmilenio pero lo abandonamos por la complejidad de integrar todo el ecosistema de transporte”.

El modelo que inspira a Carlos Melegatti del BCCR es el sistema integral tarifario inteligente desarrollado por Transport for London (TfL), donde el pago es con tarjeta bancaria, la tarifa es calculada al final del día y cobrada a las 4am, garantizando la mejor tarifa y “agregando varios pagos en uno solo, reduciendo el coste de adquirencia”. “En Costa Rica el reto para las autoridades es sentar a la mesa a la industria del transporte, conformado por más de 500 transportistas privados”. Sin embargo, uno de los costes que TfL reconoce como más oneroso – la recarga de la tarjeta, con Barclays como banco adquirente – en Costa Rica estaría asumido por la banca, ofreciendo la recarga con SINPE Móvil.

Raúl Morales de CEMLA apunta a “tres factores que siguen favoreciendo la tendencia creciente del uso del efectivo en las economías de la región en el medio plazo: informalidad de la economía, baja bancarización y falta de infraestructura”. El resto de entrevistados señalan la importancia y relevancia del impulso de las administraciones públicas como factor determinante del tránsito hacia sociedades menos intensivas y dependientes del efectivo. Edwin Zácpa, Director de la asociación Colombia Fintech, aspira a ver más avances en pagos de gobierno, donde no todas las capas de la administración pública están “subidas” al pago digital. Juan Francisco Schultze de PayU Latam afirma que “los mismos gobiernos que defienden un mayor uso de pagos en línea deberían ser más proclives a dar ejemplo. Los gobiernos son grandes compradores y vendedores”. Orlando Forero de Finandina sugiere animar a todas las administraciones públicas con incentivos en los costes de adquisición.

“Tres factores siguen favoreciendo la tendencia creciente del uso del efectivo en las economías de la región en el medio plazo: informalidad de la economía, baja bancarización y falta de infraestructura”

Raúl Morales, CEMLA

Milton Vega del BCRP enfatiza que el rol del gobierno y de los comercios es clave para universalizar la adopción de medios de pago electrónico o digital, de acuerdo a su experiencia y debates en el seno del grupo de trabajo de pagos digitales de la Comisión Nacional de Inclusión Financiera. De este modo, afirma que “la inclusión de los flujos de pagos a nivel nacional y local relacionados al Estado y a la red de comercios y de sus proveedores es vital para la construcción del ecosistema de pagos digitales. Al respecto, el Banco de la Nación ha implementado en 2017 un canal digital para que la población realice gran parte de los pagos de servicios del Estado (botón de pagos)”.

“La inclusión de los flujos de pagos a nivel nacional y local relacionados al Estado y a la red de comercios y de sus proveedores es vital para la construcción del ecosistema de pagos digitales”

Milton Vega, BCRP

Según Josu San Martín, Director de Fintech México, “la clave para reducir drásticamente el uso del efectivo está en digitalizar el dinero en el origen y distribuirlo digitalizado. Por esto muchas fintech se están asociando con el empleador”. También apunta a que hay que solucionar el tema del cash-out en los programas de ayudas de gobierno, que crean sus propios ecosistemas cerrados que impiden ampliar los lugares en los que hacer el cash-out, sin coste asociado.

Carlos Arango, Investigador principal de la Subgerencia de Sistemas de Pago y Operación bancaria de BANREP, asocia la tímida adopción a las bajas expectativas de aceptación de pago con tarjeta que tienen los consumidores colombianos, de acuerdo a los resultados de la investigación “¿Cómo pagan los colombianos y por qué?”. A pesar de que los consumidores urbanos muestran un alto grado de acceso a instrumentos de pago electrónico, siguen haciendo un 97% de sus pagos en efectivo debido a la limitada aceptación de estos

instrumentos en sus transacciones cotidianas. “Las expectativas de aceptación de los instrumentos de pago electrónicos en ámbito urbano es de apenas el 15%”, constata.

Juliana Álvarez de Banca de las Oportunidades apunta que “al comercio le cuesta aproximadamente un 8% recibir pago electrónico”. El monotributo recientemente aprobado y reglamentado en Colombia busca que el pequeño comercio que acepte pagos electrónicos no esté sujeto a retención en la fuente. “Como efecto cascada, con la formalización llegará el pago electrónico y/o digital al pequeño comercio, al trabajador independiente”, afirma Nicolás Rodríguez de Asobancaria. Otro ejemplo, en este caso en Perú, es la reciente normativa emitida por Superintendencia de la SUNAT (Resolución 141/2017), autoridad tributaria del Perú, que determina que son los adquirentes los responsables de emitir los comprobantes de pago de las compras pagadas con tarjeta de pago, no el comerciante, “siempre que el comercio se inscriba en la SUNAT y autorice al adquirente para que éste realice la emisión electrónica en su nombre”, como especifica Narda Sotomayor de la SBS.

Otra perspectiva plantea Carlos Melegatti, Director de la División de Sistemas de Pago Banco Central de Costa Rica (BCCR), cuando afirma que “el uso del efectivo es tan alto porque los bancarizados tienen que interactuar con no bancarizados, por lo que es fundamental avanzar en la bancarización”. Las dificultades burocráticas al acceso al sistema financiero incentivan el recurso al efectivo de los no bancarizados, mientras que las cuentas de expediente simplificado están permitiendo crear un Padrón Central de Cuentas integrado en Costa Rica. “Debería ser muy fácil abrir cuentas para conocer al cliente a través de su transaccionalidad, y luego ponerle lupa”, concluye.

“El uso del efectivo es tan alto porque los bancarizados tienen que interactuar con no bancarizados, por lo que es fundamental avanzar en la bancarización”

Carlos Melegatti, BCCR

Además, “el coste de manejo de efectivo lo asumimos todos como sociedad”, afirma Carlos Melegatti del BCCR. De hecho, en Costa Rica se estima alcanza el 1% del PIB, rango similar al estimado por el Banco Central de Portugal. “Este ahorro podría ser derivado a otras innovaciones, por ejemplo, a equipar a los costarricenses con tarjetas “contactless”. En definitiva, los incentivos no están alineados porque el coste del efectivo no está bien identificado y visibilizado, motivo por el cual, como ya hiciera el Banco Central de la República de Argentina hace unos meses, el BCCR está trasladando el coste a los bancos, a la espera de que se lo trasladen a su vez a los clientes.

Orlando Forero de Finandina coincide: “uno de los costos más importantes de la banca que es custodiar y mover efectivo”, y considera que “la única forma de crear un sistema transaccional que margine el efectivo es haciendo que el ecosistema sea atractivo, interoperable, en tiempo real, y que genere eficiencias para todas las partes”. Fabiola Herrera del BCRD confirma que “están analizando métodos de pago alternativos a la tarjeta que consigan que el pago electrónico tenga el mismo costo que el pago en efectivo”.

Héctor Roldán de BCI en Chile aventura que “la adopción no va a suceder hasta que las nuevas alternativas digitales sean mejores que el dinero físico, y que sean percibidas como tal”, estando el reto centrado en “ofrecer cosas sencillas, simples y seguras, a las que la

gente se enganche para que sea un opción real al dinero físico”, señala Jorge Luis Sifuentes, Director Medios de Pago de Banco Ripley de Perú. “La complejidad no es buena para la experiencia de usuario. Se pierde el atributo principal”, añade. Los productos no tienen en cuenta la experiencia de usuario de las personas; se diseñan por el compliance. Ejemplos del retail, como el compartido por Falabella-Soriana, muestra que “es factible fomentar la fidelidad y el prepago cerrado y con ello conseguir que la gente transite del efectivo al pago con tarjeta”.

Juliana Adib de Banco de Bogotá añade que “el reto más grande hoy es combatir el efectivo y que la gente conozca todos los servicios disponibles; no van fácilmente a probarlos solos”. Fabiola Herrera del BCRD afirma que “falta educación financiera para que la gente esté preparada para usar toda la oferta y sacar provecho de las innovaciones que están en el mercado”.

“Falta educación financiera para que la gente esté preparada para usar toda la oferta y sacar provecho de las innovaciones que están en el mercado”

Fabiola Herrera, BCRD

Débitos directos

Son muchos los entrevistados que opinan que los débitos directos nunca llegarán a despegar en la región. Juan Fernando Maldonado de BBVA Continental argumenta que no hay una única motivación para esta debilidad en el sistema de pagos peruano: “a la falta de plataforma que los facilite, se une la desconfianza de la población, que desea tener el control del pago, no gusta de cobros recurrentes”. Milton Vega del BCRP afirma que “las posibilidades de desarrollo de los débitos son limitadas en un mercado diversificado de instrumentos de pago y cuando los casos de devolución / repudio de los pagos no son tratados adecuadamente”. Juliana Álvarez de Banca de las Oportunidades añade que “es idiosincrásico de una población que, en su mayoría, vive al día”, en lo que coincide Nínive Mena de BLH, quien además confirma que en el banco “no están abiertos al débito a nivel tecnológico porque los clientes no lo demandan, y por seguridad”.

Pagos inmediatos, pago “contactless” y pago móvil

Con una visión regional, Raúl Morales de CEMLA señala que los productos que están teniendo mayor crecimiento son los fast payments (pagos inmediatos) y las soluciones de pagos móviles que están desarrollándose, en algunos casos, con una conexión muy estrecha con monederos de dinero electrónico o con el uso de cuentas de transacción o cuentas básicas, como puede apreciarse en Costa Rica (SINPE² Móvil, 2015), México (SPEI³ móvil, operativo 24/7 desde mediados de 2017) y República Dominicana, país que inauguró el servicio de pagos al instante (15 minutos) a través del Sistema LBTR en 2015, y que opera actualmente hasta las 11:00 pm, con planes de ir a 24/7 el próximo año. “Nuestro modelo de pagos en tiempo real, Pagos al Instante, aprovecha las bondades de tener un grupo cerrado de usuarios (CUG) SWIFT con todos los bancos locales, extendiendo el servicio de pagos banco a banco hasta el cliente. Esto ha sido disruptivo y solamente ha requerido de los bancos incluir la opción en sus plataformas de Internet Banking” afirma Fabiola Herrera de BCRD, “incluso motivó a la ACH a ampliar a dos sus momentos diarios de liquidación”. Carlos Melegatti de BCCR lo ilustra bien: “hay mil sabores de pagos inmediatos”.

Partiendo de la experiencia de la región, el CEMLA anticipa que el desarrollo de soluciones de pagos inmediatos se puede diferenciar en -al menos- aquellos productos con un alcance limitado (dirigido a población ya bancarizada) y con un alcance amplio (facilitando, a través de infraestructura administradas por los bancos centrales, acceso a cuentas de transacción o cuentas básicas, es decir, aquellas de expediente simplificado). “Son modelos que se están desarrollando en toda la región”, concluye Raúl Morales de CEMLA.

Las nuevas soluciones de pagos de bajo valor lanzadas en 2016, todas P2P al momento de su nacimiento, son el monedero móvil BIM en Perú y los servicios Pago RUT y SINPE Móvil en Chile y Costa Rica, respectivamente, sustentados estos últimos en transferencias bancarias. Los únicos servicios interoperables de forma interbancaria de los listados son BIM, monedero móvil prepago establecido por la cooperación de las entidades financieras peruanas, en alianza con los operadores de telefonía móvil y con el apoyo de las autoridades, ya que es concebido como un proyecto de inclusión financiera; y SINPE Móvil, solución de pagos inmediatos de cuenta a cuenta impulsada por el BCCR y la industria bancaria local, que asocia el IBAN de la cuenta a un número de celular creando un Padrón Móvil Interbancario. En palabras de Carlos Melegatti del BCCR, “ningún sistema del SINPE ha crecido tan rápido como el SINPE Móvil”.

Soluciones aparentemente similares y anteriores en el tiempo, como el monedero móvil Daviplata en Colombia, solo son interoperables para el momento del cash-in o recarga a través del botón Pago Seguro En Línea (PSE) de ACH Colombia, productos de depósito, señala Nicolás Rodríguez de Asobancaria, que “permiten el pago de servicios públicos y otros entre sus funcionalidades, pero que a la fecha no han logrado convertirse en soluciones de pagos en comercios en ambiente presente y no presente”. La novedad en 2017 ha sido la integración de la tecla “Daviplata” en el teclado de la app de mensajería instantánea Whatsapp. Nequi, solución de monedero móvil de Bancolombia, de características similares a Daviplata, ha desplegado sus servicios también en Panamá.

En Brasil existen desde hace una década servicios de pago móvil (Oi Paggo) y desde fecha más reciente (2013) otros telco-driven prepago como Zumm (Vivo, Mastercard y bancos afiliados). La Ley 12.865 de 2013 supuso a este respecto un impulso a la apertura e innovación en el sector de los pagos de bajo valor en el país. Otras soluciones P2B como Samsung Pay aterrizaron en el país para la celebración de los Juegos Olímpicos y Android Pay anunció su despliegue para finales de 2017. ApplePay, que anunció su llegada para 2016, no llegó a hacerlo.

México cuenta con una solución bancaria de pago móvil P2P universal y gratuita promovida por Banxico (SPEI móvil), si bien la construcción del directorio que asocia la CLABE al número de celular está siendo un proceso lento motivado, según Saúl Limón de Afirme, porque “las entidades bancarias no lo promocionan suficientemente” en favor de otros canales como el ATM, el retiro en ventanilla o la banca electrónica. Para la ABM, SPEI Móvil no es considerado un sistema de micropagos interbancario. Los micropagos están asociados al concepto de monedero (prepago o dinero electrónico).

² SINPE: Sistema Nacional de Pagos Electrónicos de Costa Rica

³ SPEI: Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios de México

A este respecto, Diego Fernández, Director de Tecnología de la Información de Banco Santander México, considera que “no hay demanda de monederos P2P ya que han perdido valor con las transferencias inmediatas SPEI”. Piensa que “el futuro a 5-10 años estará protagonizado por transferencias inmediatas de cuenta a cuenta y blockchain”. Una apreciación similar comparte Nínive Mena de BLH en relación a la plataforma T-Pago en Dominicana: “no ha sido un producto muy exitoso porque la gente no aprecia los beneficios de la solución, que hoy además puede resultar más cara que un pago inmediato LBTR interbancario”.

“El futuro a 5-10 años estará protagonizado por transferencias inmediatas de cuenta a cuenta y blockchain”

Diego Fernández, Banco Santander México

Raúl Morales de CEMLA confirma que los esquemas de pago móvil desplegados a nivel regional están centrados en el segmento P2P, habiendo avanzado poco en el segmento P2B. Ejemplo de ellos es el proceso en el que se encuentra hoy inmersa la banca mexicana en el seno de la ABM: la definición de estándares interoperables (autenticación, mensajería, montos de operación) para pago “contactless” y pago móvil HCE. Y es que, hasta la fecha, los bancos que han lanzado soluciones de este tipo lo han hecho de forma autónoma y en circuito cerrado, pero tal como destaca Rafael Rojas, Director de Medios de Pago de la ABM, “es necesario compartir estándares para evitar el fraude”. El futuro de las tarjetas para Orlando Forero de Finandina pasa por “la pérdida de relevancia en favor de la transacción interbancaria”, algo similar a lo señalado por Saúl Limón de Afirme. En este particular, Afirme “quiere sacar pronto el wallet aunque la demanda para el pago móvil HCE es tímida”. La motivación nace de funcionales adicionales como la virtualización de tarjetas para compras en e-commerce y m-commerce, destinadas a los clientes más jóvenes.

“Es necesario compartir estándares para evitar el fraude”

Rafael Rojas, ABM

E-commerce

Grandes retailers locales creen firmemente que “la industria de la región tiene que perfeccionar los canales digitales, que hoy no son ágiles, dúctiles”, señala Enzo Soto, Gerente TI de La Polar. Considera que los bancos no han sabido dar respuesta al comercio en sus necesidades de aceptación de medios de pago, tanto en su faceta brick-and-mortar como digital. De ahí el éxito indiscutible de soluciones como PayU Latam, pasarela y agregador de pagos que atiende ya más del 80% del e-commerce en Colombia y consolidándose en otros mercados como Perú. Éxito, aunque más tímido, también de nuevos agregadores de pago habilitados por la regulación en México, de los que también se espera una llegada masiva en el caso de Europa con PSD2.

El diagnóstico que realiza Nicolás Rodríguez de Asobancaria sobre el crecimiento del e-commerce refleja las apreciaciones de otros entrevistados: “cerca del 25% del e-commerce es delivery puro, compras en las que la transacción no es online 100%, sino que el pago es en efectivo contra reembolso”. Para conseguir que el proceso offline sea nulo, es preciso fortalecer la confianza en el comercio, contar con

“La industria de la región tiene que perfeccionar los canales digitales, que hoy no son ágiles”

Enzo I. Soto, La Polar

adecuadas políticas de devolución, garantizar la confianza en el medio de pago, que haya seguridad de la información en Internet, suficiente ancho de banda, etc. por lo que “es un tema en que confluyen varios factores, siendo el medio de pago uno de ellos.”

Por el lado del comprador e-commerce, persiste el déficit de medios de pago habilitados para compra online, especialmente en el segmento internacional, ya sea porque el débito se encuentra cerrado por decisión regulatoria o de industria – aunque en proceso de apertura por algunos emisores en Colombia, México o Perú – o porque el comercio no dispone de las medidas 3DSecure o equivalentes que exige el emisor. Héctor Roldán de BCI afirma que en Chile “todo está pensado para ser comprado con tarjeta de crédito, cuando no todo el mundo tiene una, y existe por tanto espacio para el prepago y la generación de ecosistemas propios de grandes retailers para operar en e-commerce”. Algo similar ocurre en Colombia. Orlando Forero de Finandina señala que “la tarjeta de débito no es un medio que sirva para transar por internet en Colombia, solo habilitado por Finandina y Banco Bogotá”. Saúl Limón de Afirme confirma que “el pago con tarjeta de débito ha estado cerrado históricamente, solo abierto para permitir comprar Uber, Spotify, Amazon, Privalia, Netflix, etc. bien porque es el retailer quien asume el riesgo, bien porque el ticket promedio es pequeño y se puede interrumpir el servicio en caso de fraude.” En República Dominicana, el BCRD diseñó una tarjeta prepagada, exenta de requisitos KYC y asociada a un teléfono móvil, habilitada para e-commerce. En México, el Anteproyecto de Ley Fintech regulará la emisión de dinero electrónico, medio de pago adecuado para este canal. De hecho, la CNBV quiere fomentar el uso de los pagos inmediatos “push” en los comercios, que podrán dar nuevas experiencias de compra a tarjetahabientes y comercios. Asimismo, está impulsando que los emisores “abran” la tarjeta de débito para e-commerce, para lo cual están valorando junto a Banxico la tokenización como segundo factor de autenticación, en línea con la definición de estándares por parte de la ABM.

La apertura de la tarjeta de débito, la habilitación del prepago y la eventual extensión de soluciones de pago móvil P2P al e-commerce, como las que previsiblemente se disfrutarán en Perú con BIM y en Chile con PagoRUT, supondrán una eclosión de la facturación e-commerce por incorporar población hasta entonces no equipada para comprar online.

Una vez equipados, otros son los obstáculos a salvar. Juliana Adib de Banco de Bogotá afirma que “en Colombia estamos atrasados en e-commerce, y mucho tiene que ver con la regulación, que obliga a completar procesos o requisitos físicos, nada eficientes”. Raúl E. Vera, IT Program Manager de Falabella—Soriana coincide en que “en e-commerce hay mucho que mejorar en México: en UX, masificación, seguridad”. Desde BLH Nínive Mena observa una incipiente incursión de negocios tradicionales que están promocionando sus comercios online para competir con Amazon.

Fintech Inclusion

México inauguró en 2015 la formalización de asociaciones domésticas de agentes del ecosistema fintech. Colombia inauguró a finales de 2016 la mesa de trabajo fintech en el marco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) liderada por la Unidad de Regulación Financiera (URF) del Ministerio de Hacienda, instancia que reconoce la potencial contribución de la oferta de valor de las fintech en la mejora de los niveles de inclusión financiera en el país. A solicitud de la autoridad y para facilitar la interlocución, el ecosistema se asocia en Colombia Fintech, año en que también nacen la Asociación Española de FinTech e InsurTech (AEAFI), FinTech Centro América y Caribe y Fintech Perú, antecesoras de otras como la de República Dominicana, en formación, tal como anuncia Fabiola Herrera del BCRD.

Raúl Morales de CEMLA reconoce en las fintech a las protagonistas de los cambios en los ecosistemas y modelos de industria en materia de pagos, si bien anticipa que muchas soluciones en sistemas cerrados no tendrán éxito y otras acabarán convirtiéndose en bancos o entidades financieras reguladas, estas empresas han logrado despertar el interés de actores tradicionales por renovar su oferta de productos y soluciones de pago.

México será pronto pionero en regulación fintech. Ya se encuentra preparado el proyecto de Ley de Tecnologías Financieras, con expectativas de aprobación este año 2017. La futura normativa reconoce, regula y supervisa tres nuevas figuras institucionales, tal como explican Federico Borrego y Mary Pily Loo de la CNBV: instituciones de financiamiento colectivo para la inversión de capital y financiamiento de proyectos productivos; instituciones de fondos de pago electrónico y Empresas Innovadoras, que podrán contar con una autorización temporal para probar sus modelos de negocio en entornos controlados y por un tiempo limitado (sandboxes regulatorios). Son muchos los aspectos de las regulaciones fintech previstas en la región que rememoran la PSD2, y otros muchos los que serán objeto de observación para su consideración en un futuro, así como los avances regulatorios fintech que se vayan produciendo globalmente.

Juan F. Schultze de PayU Latam apunta a que “el gran reto de la regulación es que sea responsable, que atienda a los riesgos reales y no establezca barreras de entrada a nuevos jugadores por el hecho de serlos”. Brasil, que reformó en 2013 la regulación de sistemas de pago, hoy está avanzando en regulación fintech, comenzando por el crowdfunding. En Perú, “la SBS está evaluando un marco de regulación para crowdfunding así como para la implementación de un sandbox”, adelanta Narda Sotomayor de la SBS, habiendo permitido ya que una primera fintech de préstamos P2P opere bajo un esquema de fideicomiso, para evitar incurrir en intermediación de fondos, actividad que solo podría ser realizada por una empresa supervisada por la SBS. A estos les ha favorecido contar con regulaciones recientes para esquemas de pago electrónicos y digitales, permitiéndoles realizar extensiones y aplicarlas como regulación adyacente para fintech, señala Raúl Morales de CEMLA.

Una pregunta compartida por expertos entrevistados: ¿Para qué tipo de transacciones es necesario hoy un banco?

El BCRD, cuenta Fabiola Herrera, tiene previsto modificar para 2018 el Reglamento de Sistemas de Pago para incorporar aspectos que faciliten y potencien el desarrollo de las fintech en el país, como son los relativos a API e innovación en pagos electrónicos. Carlos Melegatti del BCCR afirma que “lo ideal es convertir los desarrollos fintech en socios de la banca”. Joaquín F. Bernal de BANREP apunta a los riesgos prevención del lavado de dinero y de protección de datos como las principales preocupaciones de la autoridad financiera en relación a las fintech de pago. Desde Asobancaria, Nicolás Rodríguez considera que el modelo entre fintech y entidades financieras debe ser colaborativo, donde las entidades financieras trabajen de manera conjunta con soluciones diseñadas por estos nuevos actores, tal como ya están haciendo algunos bancos en Colombia”.

3. TENDENCIAS EN INNOVACIÓN

Digitalización e identidad digital

El aumento de usuarios de internet banking ha sido muy notable en todos los países. En México, Saúl Limón de Afirme constata que “los jóvenes se despachan solos” y que están explorando los OTP (one-time-password) para agilizar las compras online evitando contraseñas. El objetivo es dotar al cliente final de omnicalidad autoservicio 24/7, estándar en parte exigido por los big players que demandan agilidad, permanencia y ubicuidad de los servicios. Juliana Adib de Banco de Bogotá coincide en que se constata una tendencia hacia la autogestión a través de la banca online o banca móvil, si bien la adopción todavía es baja siendo preciso empoderar al cliente a través de la educación y mejoras de seguridad. Enzo Soto de La Polar también afirma estar centrado en facilitar el autoservicio a sus clientes.

Héctor Roldán, Gerente de Informática de BCI, primer banco en Chile en habilitar la banca en línea y promotor de la primera aceleradora de startups - BCI Labs - declara que “la tecnología es el ancla”, y lanza una pregunta en gran medida compartida por otros entrevistados: “¿para qué tipo de transacciones es necesario hoy un banco?”

Josu San Martín de Fintech México prevé que las fintech ocuparán más espacio en el front-office (perfilado de clientes, soluciones de agregadores de pagos) y los bancos en el back office. Por su parte, Diego Fernández de Banco Santander México prevé que veremos muchos pagos in-app. Añade que “los bancos tienen que aprender a ser más eficientes y definir el rol que pueden jugar como custodios de las cuentas bancarias de sus clientes”, siendo precisas alianzas para la generación de valor, sin necesariamente aspirar a estar en todos los negocios.

“Los bancos tienen que aprender a ser más eficientes y definir el rol que pueden jugar como custodios de las cuentas bancarias de sus clientes”

Diego Fernández, Banco Santander México

“La industria reclama al regulador que rompa la servidumbre de la presencia en la sucursal”

Orlando Forero, Finandina

La estandarización de los mecanismos de identificación y autenticación digital es una demanda de la industria, que reclama una visión y posicionamientos claros de organismos tales como el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) del Perú, o el Instituto Nacional Electoral (INE) de México, por mencionar algunos. En su defecto, la industria debe avanzar en acuerdos sobre este aspecto crucial para poder avanzar en la transformación digital. En Europa los estándares y condiciones de identificación electrónica de personas físicas y jurídicas están establecidos en el Reglamento (UE) N° 910/2014 (eIDAS), en vigor desde el 1 de julio de 2016.

Raúl E. Vera de Falabella-Soriana observa en varios países de la región, y con especial incidencia en México, “un desafío muy grande en identificación del cliente con aplicación de tecnologías – especialmente el no bancarizado – y una excesiva dependencia de máquinas y procesos físicos para validación de documentos. Considera que “todo lo que tenga que ver con la digitalización del proceso de contratación de productos debe superar la exigencia de la firma manuscrita”. Enumera los retrasos a nivel país en relación a la digitalización de documentos y del proceso de identificación que demanda intervención de un fedatario para validación de la identidad. “La desmaterialización de procesos, aún materiales fruto de las normas, es la clave de la banca digital” afirma Orlando Forero de Finandina. “La industria reclama al regulador que rompa la servidumbre de la presencia en la sucursal”, concluye.

Saúl Limón de Banca Afirme anuncia que la Convención Bancaria ha reclamado la regulación y creación de un buró de datos biométricos para garantizar la identidad digital. El uso de la firma electrónica, para la que el sector financiero afirma estar preparado, está siendo frenado por la burocracia administrativa y legal, opina. Desde la ABM anuncian que una vez desplieguen la tokenización y el Chip&PIN, comenzarán a investigar soluciones biométricas para la autenticación digital. Pero, como señala Diego Fernández de Banco Santander México, para comenzar a hablar de soluciones biométricas hace falta antes un marco regulatorio.

Las anteriores apreciaciones son confirmadas por Federico Borrego de la CNBV, quien reconoce en la biometría uno de los factores de autenticación de alto nivel, y destaca que actualmente en México, a fin de fortalecer los procedimientos y mecanismos de las instituciones de crédito en la apertura de algunas cuentas bancarias de particulares segmentadas por montos de operación, se requiere de la validación de la huella digital, a partir del registro custodiado por el INE. Nicolás Rodríguez de Asobancaria afirma que existe gran expectativa sobre la inminente definición de agendas políticas digitales, en pleno proceso de elaboración en Colombia.

Todos los entrevistados afirman que el proceso de incorporación del chip en las tarjetas de pago está completado, que el del PIN para tarjeta presente se encuentra en proceso, y que el grueso del reto de la seguridad se centra hoy en tarjeta no presente, en que la inteligencia artificial y las soluciones biométricas para autenticar la identidad son clave.

Protección y gobierno de los datos

Héctor Roldán de BCI apunta a que “las tres ventajas de los pagos son los datos – de los que poca gente es capaz de sacar partido; la conectividad Smartphone; y los nuevos modelos de negocio en el mundo de plataformas asociadas a una red de adquirencia”.

Joaquín Fernando Bernal de BANREP muestra la preocupación que existe en Colombia acerca de la protección de datos personales en las pasarelas de pagos, por la falta de regulación sobre su uso. Desde España, Javier Amo de Iberia Cards anticipa las múltiples repercusiones que a nivel legal generará la aplicación de la GDPR, en parte porque en Europa avanza de forma asimétrica a EEUU, generando una desventaja competitiva en un contexto de tensión geopolítica. Hoy las entidades en España están inmersas en la adecuación de sus procesos de gestión de datos, entre cuyas tareas se incluye la designación de un Data Protection Officer (DPO), nueva figura básica en el organigrama.

“Las tres ventajas de los pagos son los datos, la conectividad smartphone y los nuevos modelos de negocio en el mundo de plataformas asociadas a una red de adquirencia.”

Héctor Roldán, BCI

Innovación, criptomonedas, blockchain y ciberseguridad

La industria de los pagos ha estado tradicionalmente en el ojo del huracán de la innovación y digitalización, lo que no impide que hoy esa sensación sea mucho más intensa por la velocidad del cambio y la irrupción de las fintech y big-tech.

“El mayor reto para ServiRed y sus entidades asociadas es evolucionar la infraestructura de medios de pago con el fin de crear las soluciones más adecuadas para un futuro que no solo es incierto, sino que está en el medio de un cambio gigante” afirma Carmen Carnero de ServiRed. En consecuencia, los grandes temas para ServiRed a lo largo de 2016 han sido: (i) la extensión del e-commerce; (ii) la mitigación del riesgo de fraude y la mejora de los procedimientos de seguridad y protección de datos; (iii) la gestión del cumplimiento normativo, destacando la implementación del IFR, su impacto en el mercado y el análisis de la PSD2 y de sus implicaciones; (iv) el análisis de la información; y (v) el análisis de la evolución de los costes transaccionales con el fin de optimizarlos y contrarrestar el impacto del reglamento IFR que, además de reducir ingresos por tasas de intercambio, ha liberado para el cliente la posibilidad de elegir entre distintos esquemas de pago.

De momento, señala Carmen Carnero, “las innovaciones más comunes se centran en la interacción entre el consumidor y el dispositivo de pago y no en la interacción entre adquirente y emisor (autorización, procesamiento, liquidación y compensación de operaciones, etc.) que, por ahora, sigue realizándose por los circuitos de siempre”. “En este entorno, lo que puede ser una disrupción y romper el equilibrio actual es la tecnología de registro distribuido (o “Distributed Ledger Technology” DLT), combinada con la velocidad de computación. Es la parte más compleja, por lo que tiene sentido que sea así”. Señala que uno de los mayores retos manifestados por sus asociados es mantenerse al día de los avances de la innovación tecnológica que, cuando incluyen temas como la DLT, aumentan la dificultad de comprensión como consecuencia

“Las innovaciones más comunes se centran en la interacción entre el consumidor y el dispositivo de pago y no en la interacción entre adquirente y emisor que, por ahora, sigue realizándose por los circuitos de siempre”

Carmen Carnero, Servired

de su complejidad técnica. Fabiola Herrera del BCRD comparte su percepción de que “el problema de blockchain es que ha nacido asociado a bitcoin, por lo que se ha satanizado, siendo una técnica de programación segura y con mucho futuro”. Señala que los proveedores de core bancario aún no ofrecen blockchain, pero se va a convertir en una necesidad. BANREP y Superfinanciera han emitido recientemente opinión sobre criptomonedas negando su condición de medio de pago reconocido regulatoria y oficialmente. El presidente de la Junta Monetaria del BCRD hizo lo propio en el mes de junio.

Desde CEMLA, Raúl Morales anuncia la decisión consensuada del comité de expertos en pagos de los bancos centrales de la región de incorporar en su agenda de trabajo, la evaluación de modelos para la provisión de una moneda digital (e-cash) como respuesta activa al avance del bitcoin y otras monedas digitales (criptocurrencies)⁴.

De acuerdo con Ignacio Torre, Director de Marketing y Estrategia Digital de Ibercaja, “blockchain puede facilitar mucho el proceso de KYC, que en banca es muy pesado”, en lo que coincide Julio César Fernández de CECABANK. Lo que no saben es cuándo será mainstream, aunque anticipan que no en el corto plazo.

“Blockchain puede facilitar mucho el proceso de KYC, que en banca es muy pesado.”

Ignacio Torre, Ibercaja

José Luis Langa de Iberpay no visualiza la aplicación a corto plazo de la tecnología de registros distribuidos (DLT) en la compensación interbancaria tras haber realizado algunas pruebas: “Si a la tecnología DLT le añades un grupo cerrado de usuarios – ámbito bancario –, normas de uso comunes y un árbitro, tienes una Cámara, solo que distribuida en lugar de centralizada”. Considera que en materia de criptomonedas o corresponsalía bancaria internacional su sentido puede ser mayor. Desde Mastercard ven blockchain como una tecnología interesante sobre la que están investigando con Mastercard Labs, más allá de los pagos.

“Blockchain, y concretamente DLT, podría ser uno de los “game changers” de la industria”, opina Carmen Carnero de ServiRed, una vez aumente la velocidad de procesamiento de las transacciones realizadas sobre los algoritmos de la DLT, lo que se prevé que se conseguirá con el advenimiento de la computación cuántica. “La tecnología DLT es sólida, pero para su adopción masiva en el mercado sería necesaria esa mayor velocidad de computación con el fin de garantizar la inmediatez de las transacciones”, concluye.

La mejor muestra de que blockchain despierta interés genuino es el esfuerzo inversor y colaborativo que muchas entidades están afrontando, con más o menos estrategia, para mantenerse en primera línea del state of the art. Ejemplos como CECABANK, que integró el primer consorcio blockchain bancario en España en alianza con Grant Thornton, o el protagonizado por BBVA, CaixaBank, Bankia y Banco Sabadell junto con otras grandes empresas fundando la Red Lyra, además de la participación en consorcios internacionales (BBVA, miembro del consorcio R3CEV; Banco Santander de Digital Assets Holding y ambos de la Enterprise Ethereum Alliance (EEA) y de Ripple). En el marco de este último, BBVA realizó este año el primer piloto real de transferencias internacionales intra grupo con dinero fiduciario. Amelia I. Angulo de Bankia confirma “la apuesta por estar presente desde el inicio” con la impresión de que en blockchain, con muchísimo recorrido aún sin explorar, primero ha llegado la solución tecnológica y ahora deben identificar el problema que resuelve, siendo esta apreciación generalizada en todos de los interlocutores.

“Blockchain, y concretamente DLT, podría ser uno de los “game changers” de la industria”

Carmen Carnero, Servired

⁴ El capítulo 5 contiene una explicación del concepto e-cash.

04. EL SECTOR EN CIFRAS



1. INTRODUCCIÓN

Contrastando con datos oficiales la visión que los profesionales del mundo de los pagos tienen del presente y futuro en su sector, este capítulo analiza, como viene haciendo desde su primera edición, el comportamiento de los distintos medios de pago en el último año y lustro en los países de referencia. Este año 2017 hemos celebrado el 50 aniversario de la más popular de las redes de disposición (cajero automático) y, en el caso particular de España, el “declive” y eventual desaparición del cheque bancario ha sido objeto de atención mediática. También las criptomonedas que, si bien no son reconocidas como moneda por muchas autoridades, siguen creciendo en relevancia, liquidez y, en algunos mercados con control de capitales, también en uso. Es por ello que ya son varios los países, y México destaca por ello en el marco de este Informe, que se encuentran en proceso de regular el intercambio de monedas digitales.

El comportamiento de los medios de pago sigue mostrando diferencias a nivel doméstico. España recupera muchos de los indicadores habituales del periodo pre-crisis, algo que reflejan también los datos de Portugal, con mayor dinamismo en este último caso. En Latinoamérica, sin embargo, las transacciones caen un 3% en 2016, aunque fundamentalmente como efecto de la pérdida de valor de las monedas latinoamericanas frente al dólar estadounidense (ver [Figura 1](#)), moneda esta última en la que se presentan las cifras analizadas en este capítulo, utilizando el tipo de cambio del cierre de cada ejercicio reportado.

El tramo final de 2016 y el año 2017 han estado marcados por cambios reglamentarios necesarios para hacer operativa la PSD2 en enero de 2018. Se encuentran en fase de consulta al cierre de la presente edición del Informe distintos estándares técnicos regulatorios a cargo de la Autoridad Bancaria Europea (EBA). Algo similar ocurría al cierre de la pasada edición, cuando el European Payments Council (EPC) aprobaba los estándares técnicos de procesamiento del sistema pan-europeo de pagos inmediatos (SEPA Instant Credit Transfer Scheme Rulebook) basado en las transferencias de crédito SCT^{inst}. A la espera de verlo operativo en noviembre de 2017, se podrán unir de forma voluntaria los países SEPA que cuenten con una solución “básica” desarrollada y “conectable”, como es el caso de España. Por su parte, el Banco Central Europeo (BCE) anunció en junio el desarrollo de un servicio para la liquidación de pagos instantáneos en TARGET (TIPS) con previsión de arranque de operaciones en noviembre de 2018.

En Latinoamérica continúan los esfuerzos por avanzar en la universalización del acceso y uso de los medios de pago electrónico entre la población, convencidas las autoridades de que el abandono gradual de la dependencia del efectivo beneficia a la sociedad en su conjunto, para lo que son necesarias políticas activas y decididas. En Chile, donde el reconocimiento legal de la emisión de instrumentos de prepago abierto por entidades no bancarias ha tomado varios años y aún en 2017 no ha visto la luz ninguna solución concreta, sí ha sido

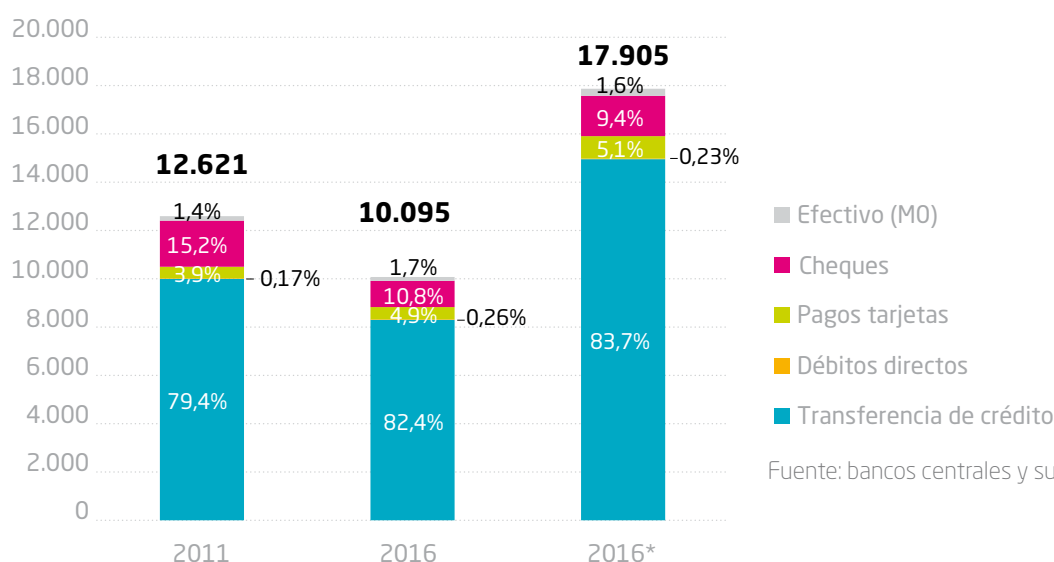
escenario del lanzamiento de soluciones innovadoras como PagoRUT, de acceso universal (habilitada por la entidad pública Banco Estado para cualquier titular del Rol Único Tributario -RUT) pero no de uso universal (esto es, cerrada, por ser intrabancaria) y centrada en el segmento P2P. A pesar de ello, cuenta con cerca de un millón de usuarios desde octubre de 2016. La billetera móvil BIM, solución público-privada para pagos móviles P2P, sigue sin alcanzar una adopción significativa en su primer año de operaciones, considerada por las entidades bancarias peruanas como “un proyecto de inclusión”, fuera del core o estrategia de negocio. México inaugura el Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios móviles - SPEI Móvil (similar al servicio Bizum en España, solución de industria de pagos instantáneos de cuenta a cuenta, desde el móvil) - y prepara la primera Ley Fintech integral de Latinoamérica. La Ley Pague Digital aprobada en 2014 en Colombia aún no ha visto ninguna Sociedad Especializada en Depósitos Electrónicos - SEDPE - operativa (aunque dos ya han sido autorizadas) mientras que el país ya cuenta con un nutrido ecosistema fintech, organizado y en diálogo con el regulador desde finales de 2016. Brasil, por su parte, ha tomado medidas regulatorias para mitigar las situaciones de sobreendeudamiento provocadas por prácticas revolving en la financiación de consumo con tarjeta de crédito. La extensión de la adquirencia sigue siendo reconocida como reto asociado a la universalización del pago electrónico, con la excepción de Brasil, con una cobertura de POS por habitante muy superior a la media de la región.

Analizando los patrones de uso recogidos por las estadísticas oficiales de los países contemplados en este Informe, persiste la tendencia a reducir la presencia y uso de los instrumentos de pago basados en papel (efectivo y cheques) que, tal y como muestra la [Figura 1](#), continúan perdiendo relevancia. El cheque, no obstante, sigue ocupando la segunda posición como medio de pago con mayor valor transado a pesar de su declive generalizado en todos los mercados, si bien a distintos

ritmos. Las transferencias electrónicas mantienen su protagonismo en el universo de los medios de pago minoristas, pues las interbancarias representaban en 2016 el 82,4% del valor total de las transacciones en Latinoamérica. A ello contribuyen innovaciones en materia de faster payments como en México (SPEI) y República Dominicana (Pagos Instantáneos), cuyo efecto se recoge por primera vez en la presente edición del Informe. Los débitos interbancarios directos en Latinoamérica apenas representan el 0,26% del valor; en España, por su parte, estos concentran el 16,4% del valor y, tras Alemania, es el país europeo donde con más intensidad se utilizan.

La depreciación de las monedas emergentes en 2016 ha tenido un gran efecto al estandarizar la denominación del valor de las operaciones electrónicas de pagos de bajo valor en Latinoamérica. De hecho, la caída del 3,0% en valor entre 2015 y 2016 puede descomponerse en un efecto precio y otro efecto cantidad, siendo el primero predominante. Sin tener en cuenta el efecto del tipo de cambio, el valor de este tipo de operaciones no solo no decrece, sino que se incrementaría un 4,2% entre el año 2015 y el 2016. Dicho esto, los dos instrumentos de pago que contribuyen en mayor medida al retroceso en el valor de las transacciones han sido las transferencias y los cheques. En el caso de las transferencias, el descenso se debe en gran medida a México (-4,8% anual en 2016) por efecto del tipo de cambio así como el tipo de cambio del real brasileño, que se ha depreciado un 16,5% con respecto al dólar. República Dominicana destaca como el mercado con mayor crecimiento interanual en el uso de las transferencias interbancarias (61,5% en valor, 58,0% en número de operaciones), consecuencia de los nuevos servicios de pagos instantáneos (15 minutos) promovido por el Banco Central de la República Dominicana. Los cheques siguen registrando una caída generalizada en todos los países aun considerando las cifras en moneda local, aunque República Dominicana registra menor ritmo de uso.

Figura 1. Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2011 y 2016, por instrumento, miles de millones de USD



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Nota: Se incorporan por primera vez las transferencias inmediatas de bajo valor de México (SPEI) y pagos instantáneos de República Dominicana. *tipo de cambio 2011

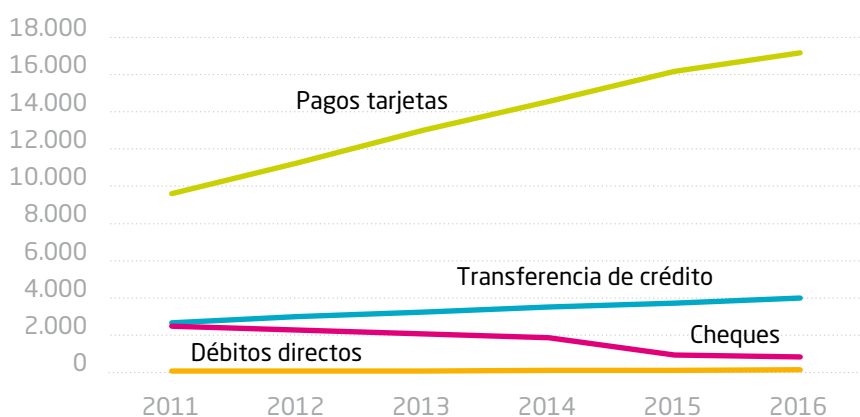
Figura 2 muestra el comportamiento de los distintos medios de pago en número de operaciones, lo que permite realizar un análisis centrado en la intensidad de uso. Así, los pagos con tarjeta representaban en 2016 el 77,6% del total de pagos electrónicos minoristas registrados y el 4,9% del valor.

El cheque, por su parte, continúa registrando una contracción en el volumen de operaciones hasta representar el 3,7% del total en 2016 desde el 16,8% en 2011), resultado de su sustitución gradual por las transferencias electrónicas que ocupan la segunda posición como medio de pago más utilizado (18,1%) y, en mucha menor medida, los débitos directos interbancarios (0,6%). Estos siguen creciendo de forma muy pausada en buena parte de los países, e incluso se anticiparía que apenas van a modificar su comportamiento en un futuro cercano.

España es un caso singular en nuestra muestra de países por su amplia representatividad en las operaciones de débitos directos interbancarios, en segunda posición en valor de operaciones, tal como muestra la Figura 3, aunque cayendo ligeramente desde 2015.

Transferencias y pagos con tarjeta son los medios de pago electrónico que han crecido en términos de valor relativo en el periodo 2011-2016 en España. Los débitos directos representan el segundo medio de pago en cuanto al volumen de operaciones realizadas (24,9% del total), aunque cayendo gradualmente su participación desde registros del 29,7% en 2011.

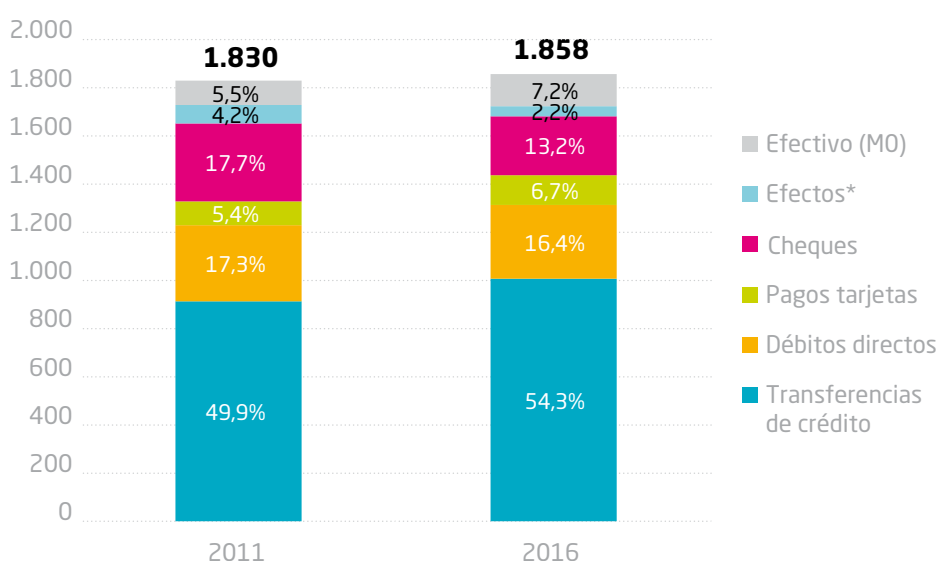
Figura 2. Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2011-2016, millones



Las transferencias electrónicas ocupan la segunda posición como medio de pago más utilizado.

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Figura 3. Valor de las operaciones de pago en España en 2011 y 2016, miles de millones de EUR



Fuente: Banco de España.

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

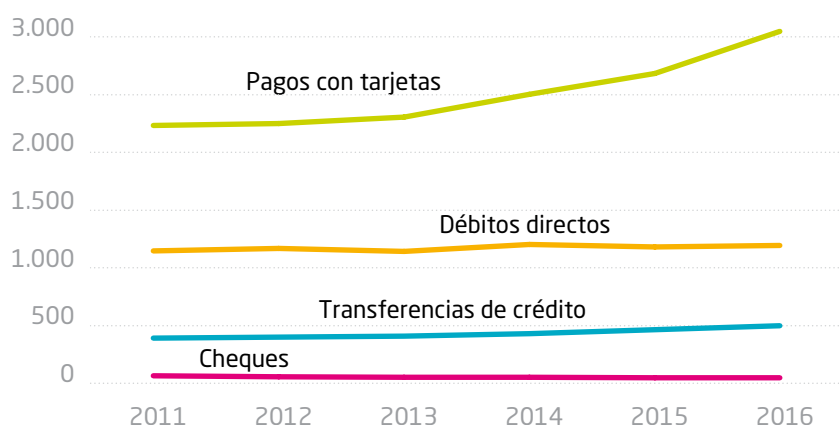
Portugal, tal y como se puede observar en la [Figura 5](#), registra una tendencia similar a la observada en el caso de España, ya que consigue cerrar la brecha con respecto a los niveles pre-crisis. La participación del cheque en el valor total transado cae del 29,9% en 2011 al 16,2% en 2016, caída parcialmente absorbida por las transferencias, que crecieron tanto en número (8,7%) como en valor (14,9%) en 2016 hasta representar el 42,4% del valor total, en detrimento de uso de cheques. Los débitos directos representan un 4,8% del valor total.

Por su parte, las operaciones procesadas a través de Multibanco (tarjetas) concentraron en 2016 el 86,3% de las transacciones y el 29,5% del valor total (5,8% interanual), muy por encima del ritmo de recuperación del consumo privado (2,1%). La intensidad de uso de los

débitos directos en Portugal es equiparable a la de las tarjetas de pago en España, mostrando unos pesos equiparables.

El número de tarjetas de débito activas en Portugal creció ligeramente (0,4%) y el de tarjetas de crédito cayó con más intensidad (2,7%) en 2016. Mientras que las segundas vieron reducida su presencia en el periodo 2011-2016 en más de 3 millones de plásticos, las de débito aumentaron en más de 4 millones, resultando en una proporción de 2,3 plásticos de débito por cada uno de crédito (1,1 en 2011) tras la modificación regulatoria descrita en ediciones anteriores de este Informe que determinó la reclasificación de modalidades de tarjeta, pasando las de débito diferido a ser catalogadas como débito en pro de una mayor transparencia en el uso y aceptación de tarjetas.

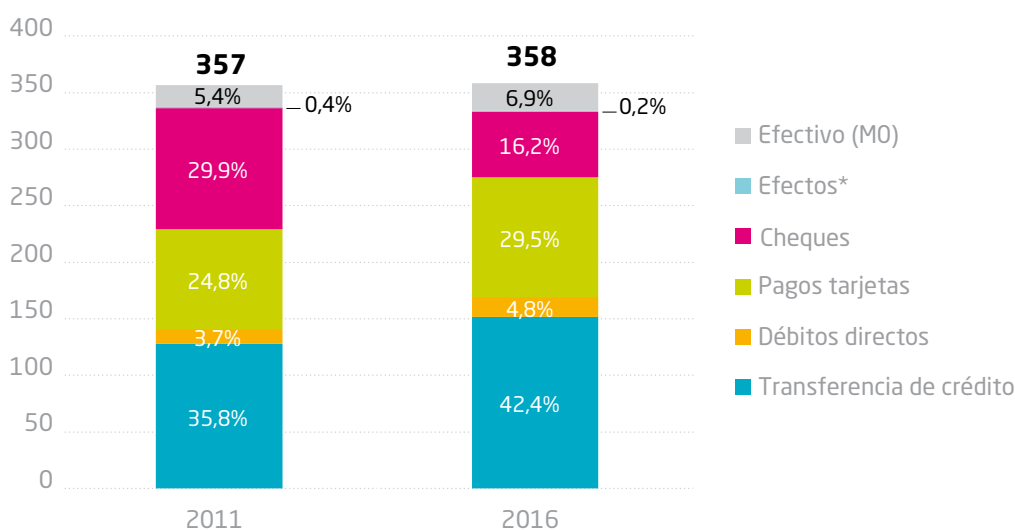
Figura 4. Volumen de las operaciones de pago en España en 2011 y 2016, millones de transacciones



Fuente: Afi, a partir de Banco de España

Portugal consigue cerrar la brecha con respecto a los niveles pre-crisis.

Figura 5. Valor de las operaciones de pago en Portugal en 2011 y 2016, miles de millones de EUR



Fuente: Banco de Portugal

2. EFECTIVO

En buena parte de los países de la región de Latinoamérica así como en España y Portugal existe un objetivo de reducción del uso intensivo y generalizado del efectivo (monedas y billetes en circulación), vinculado a la lucha contra la evasión, la elusión y el fraude fiscal, la economía sumergida y la corrupción, así como de reducción de los costes administrativos asociados a la gestión del dinero en su formato físico, y la inclusión financiera. Ejemplo de esta lucha, aunque tímido, es la próxima interrupción de la emisión de billetes de 500 euros en enero de 2018, sobre la evidencia de que dicha denominación está vinculada a un uso como depósito de valor y no como medio de pago.

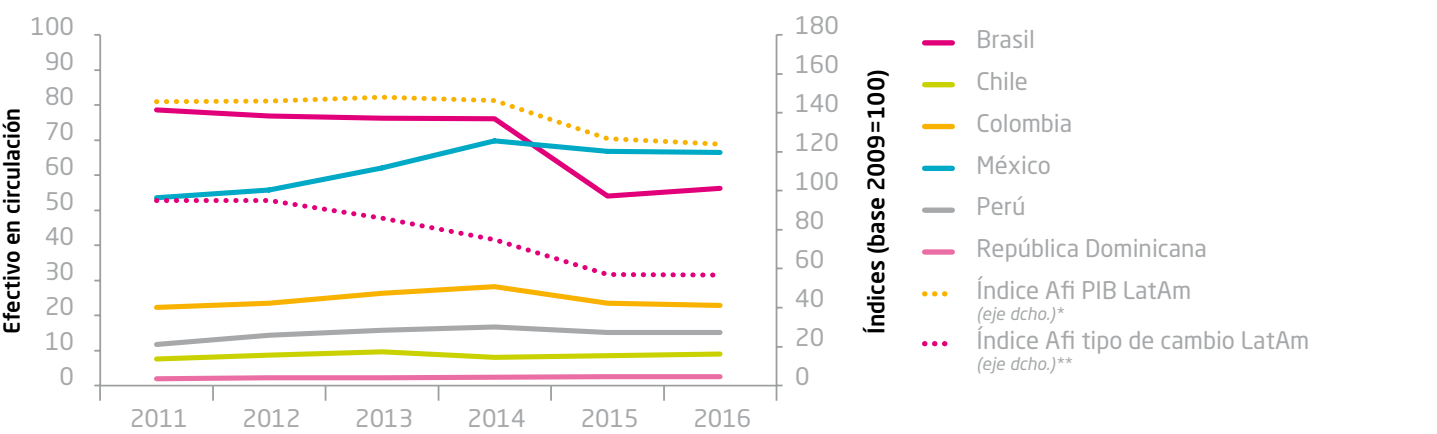
A pesar de los esfuerzos, el uso del efectivo no ha dejado de crecer en los últimos años. El tipo de cambio de las monedas latinoamericanas se ha mantenido más estable que en años anteriores, como se puede apreciar en la [Figura 6](#). La depreciación, que continúa siendo especialmente fuerte en México, provoca que en dólares el efectivo en circulación se haya mantenido prácticamente estable con

respecto a 2015, si bien en moneda local sí registra un crecimiento persistentemente positivo. El “Índice Afi tipo de cambio LatAm” sugiere que es efectivamente el efecto precio el que predomina en la explicación del comportamiento de la caída del valor de las operaciones de pago informadas en dólares.

En España, el uso del efectivo creció un 0,9% en 2016. Los billetes y monedas en circulación contabilizaron 130.414 millones de euros, representando un 11,5% del PIB, dos puntos por encima del registro de 2011. Otra variable que permite aproximar la intensidad de uso del efectivo es valor de los retiros de efectivo en cajeros automáticos, que alcanzó 118.275 millones de euros en 2016, un 3,1% más que en 2015.

En Portugal, el efectivo en circulación creció un 4,5% en 2016 hasta los 24.738 millones de euros (13,2% del PIB), ritmo inferior al promedio del periodo 2011-2016 (5,2%).

Figura 6. Efectivo en circulación en Latinoamérica, 2011-2016, porcentaje del PIB



Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.
* Índice Afi PIB LatAm es la tasa de variación del PIB de Latinoamérica y el Caribe (base 2009)
** Índice Afi tipo de cambio LatAm es la tasa de variación del tipo de cambio promedio (base 2009).

Tabla 1. Efectivo en circulación en España y Portugal, 2011-2016, miles de millones EUR

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
España	Monedas y billetes en circulación	100,7	103,3	108,1	117,9	129,3	5,8%
	Crecimiento anual	5,5%	2,6%	4,6%	9,1%	9,1%	0,9%
Portugal	Monedas y billetes en circulación	19,4	20,0	21,2	22,4	23,7	24,7
	Crecimiento anual	6,4%	2,9%	6,5%	5,3%	5,8%	4,5%

Fuente: bancos centrales

Existe un objetivo de reducción del uso intensivo y generalizado del efectivo.

3. CHEQUES

Los cheques han pasado de representar el 17,7% del valor de las operaciones en España en 2011 al 13,2% en 2016, situándose el número de operaciones en 45,8 millones. Estos datos ponen de manifiesto una contracción del 6,8% (en tasa anual compuesta para el periodo 2011-2016) en lo relativo al número de operaciones y del 9,8% para su valor en dólares. Esta tendencia también se produce (Tabla 2), aunque de forma más acusada, en Portugal (-13,6% volumen; -14,3% valor).

En Latinoamérica, la progresiva sustitución del cheque por otros medios de pago electrónico ha supuesto que este medio represente en 2016 el 10,8% del valor total de las operaciones de pago minorista, desde el 15,2% registrado en 2011, si bien países como República Dominicana

y Perú presentan valores significativamente superiores (60% y 35%, respectivamente). Brasil (5,7%) y México (3,8%), por el contrario, son los países con menor valor relativo de las operaciones de pago efectuadas con este medio de pago basado en papel, menor incluso que en España (13,5%) y Portugal (14,2%).

Sigue destacando Brasil por el reducido monto medio por operación (504,5 dólares), muy por debajo del resto de países analizados en la región donde ninguno, salvo República Dominicana y México, baja de los 3.000 dólares. Perú y España registran los importes promedios más elevados (6.000 dólares), mientras que en Portugal apenas supera los 1.600 dólares.

Tabla 2. Uso de cheques, selección de países, 2016

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2016			Tasa de crecimiento anual compuesto 2010-2015	
Brasil	563	284	504	-10,8%	-15,9%
Chile	139	446	3.203	-7,0%	-8,0%
Colombia	19	91	4.802	-10,6%	-14,1%
México	75	149	1.971	-8,6%	-10,3%
Perú	6	37	6.438	-6,9%	-9,3%
República Dominicana	24	45	1.819	-1,7%	-3,3%
España	46	269	5.879	-6,8%	-9,8%
Portugal	38	64	1.663	-13,6%	-14,3%

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

4. TARJETAS

Si nos detenemos a analizar la evolución de las tarjetas de pago bancarias, observamos que la distribución entre las modalidades de débito y crédito sigue siendo desigual según el país analizado, predominando las primeras en todos ellos salvo en España, donde las de crédito casi duplican el parque de débito en 2016 (Tabla 3). México abandona el máximo registrado en 2015 de 5 tarjetas de débito por cada tarjeta de crédito y cae hasta un ratio de 4,4 : 1, mientras que el resto de mercados latinoamericanos se mantienen cercanos a una proporción de 2 : 1.

La modalidad de débito crece en 2016 a un ritmo superior a la de crédito en Brasil, Colombia, República Dominicana y Portugal, aunque solo Portugal y México registran este mayor crecimiento cuando se analiza el periodo 2011-2016 (Figura 7). El comportamiento opuesto – crecimiento del crédito superior a débito en 2016 – es observado en Chile, Perú y España, cuyo parque de tarjetas de crédito ha marcado un máximo histórico en 2016, con 47,8 millones de plásticos.

En Brasil se observa en 2016 una disminución acusada (8,7%) del número de tarjetas de crédito mientras que Perú continua con su reducción en ambas modalidades, mucho más significativa en débito (6,1%). En República Dominicana, el avance en 2016 en la migración al chip EMV ha supuesto un crecimiento del 18,3% en el parque de débito en 2016, y de un 11,3% en la modalidad de crédito, más que compensando las pérdidas registradas en 2015.

Tabla 3. Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2016

	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total
Brasil	318.393.632	148.868.215	467.261.8476
Chile*	21.154.499	12.994.934	34.149.433
Colombia	25.176.567	14.933.713	40.110.280
México*	136.714.377	31.226.708	176.941.085
Perú	15.419.939	8.224.214	23.644.153
República Dominicana	3.898.940	2.460.763	6.359.703
España	25.760.000	48.750.000	74.510.000
Portugal	14.056.221	6.043.522	20.099.743

Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.

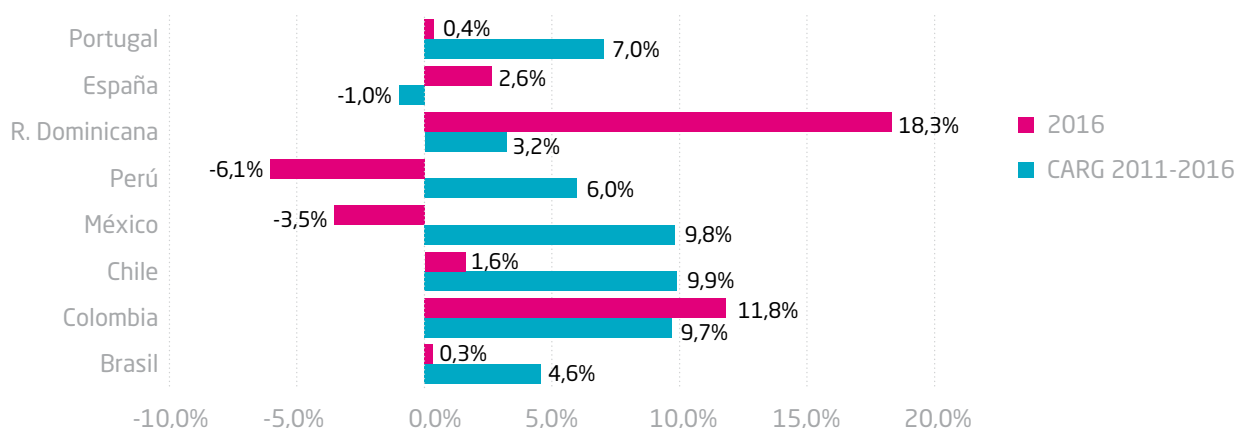
*No incluye tarjetas de crédito del retail.

Colombia se sitúa como segundo país en que más ha crecido el parque de tarjetas de débito (11,8%) en 2016. También lo hace en crédito, si bien en esta modalidad el liderazgo lo asume España, donde el parque de crédito crece un 8,8% en 2016, tal como ha venido haciendo desde 2012, año en que se revirtió la tendencia decreciente inaugurada en 2007. Brasil cae en crédito un 8,6%, siendo junto a Portugal los únicos

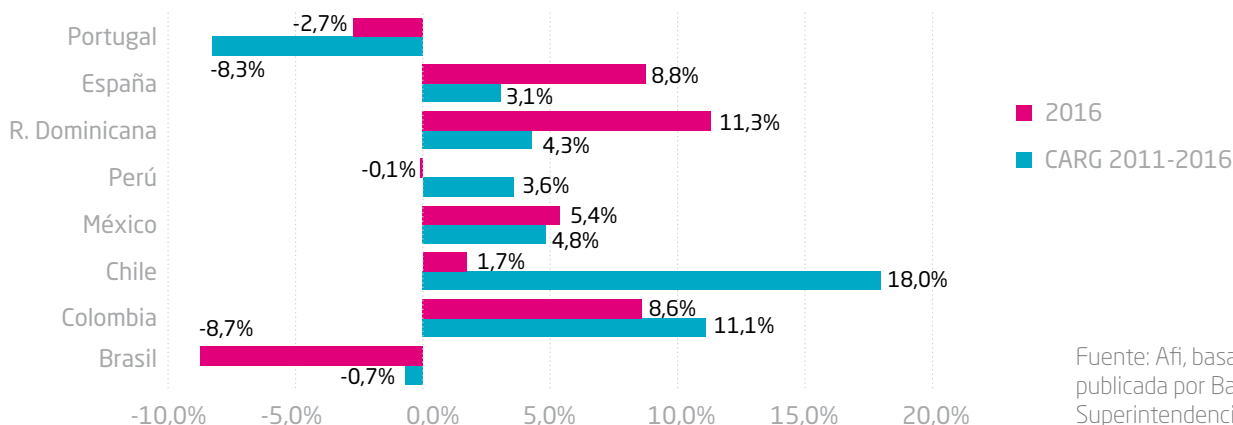
países que acumulan crecimiento negativo en el periodo 2011-16, más pronunciado en el caso del país luso. En este periodo, Chile continua siendo el líder en el crecimiento anual compuesto de tarjetas, tanto de crédito (18,0%) como de débito (9,9%), seguido a muy corta distancia en esta segunda modalidad por México (9,8%) y Colombia (9,7%).

Figura 7. Crecimiento anual compuesto vs crecimiento último año, número de tarjetas, débito y crédito, 2011-2016

Tarjetas débito



Tarjetas crédito



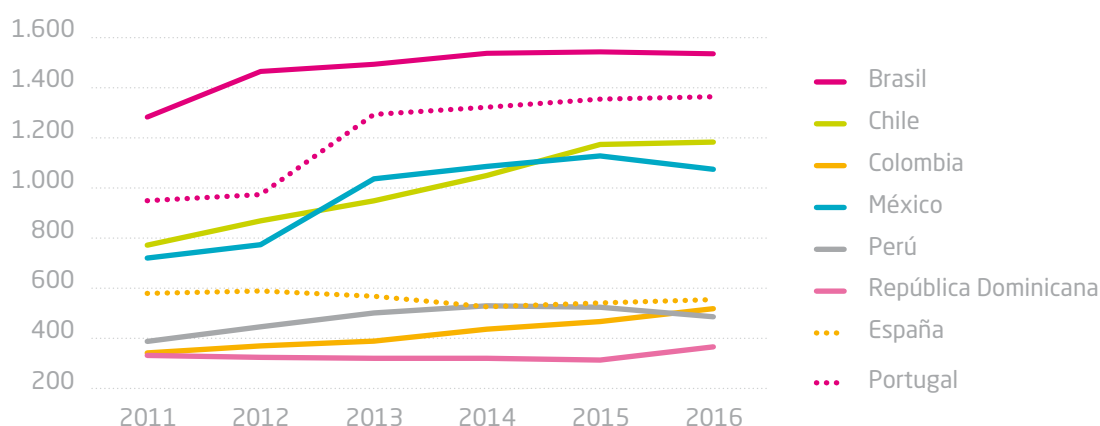
Fuente: Afi, basado en información publicada por Bancos Centrales y Superintendencias de bancos.

Los cinco millones de nuevas tarjetas de débito que registró México en 2015, marcando un récord histórico, se perdieron inmediatamente en 2016, mientras que las de crédito crecieron en 1,6 millones.

Analizando la presencia de las tarjetas en relación con el tamaño de población, la [Figura 8](#) y [Figura 9](#) reflejan estabilidad en la modalidad de débito en todos los mercados salvo en Colombia y República Dominicana, únicos donde crece el número de tarjetas por habitante en 2016. Las caídas más significativas en este indicador las registran México (-4,8%) y Perú (-7,2%).

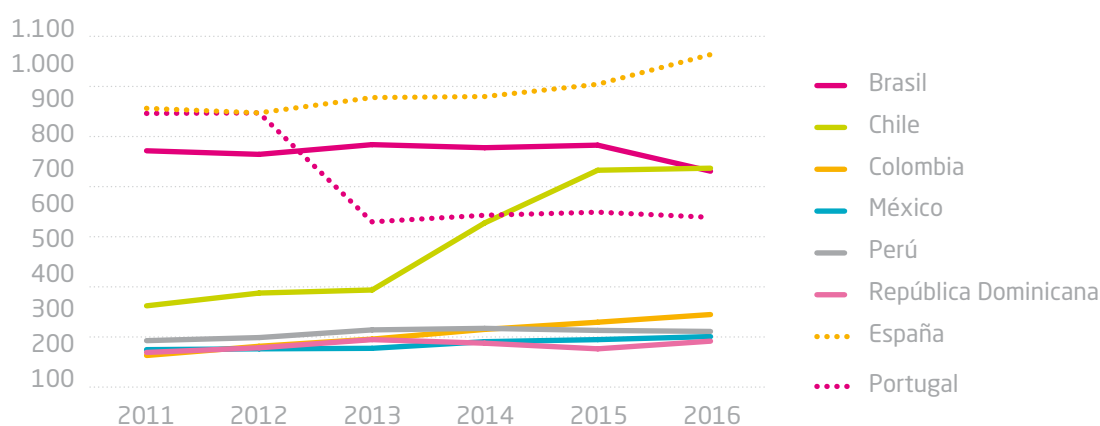
En crédito, destaca el crecimiento de tarjetas per capita sobre todo en España, y también en México y Colombia. Brasil recoge la caída más acusada en 2016 y Chile muestra estabilización, como Perú y Portugal. Perú ha visto frenado el notable crecimiento en el número de tarjetas registrado en los últimos años. Así, el número de tarjetas de débito descendió un 6,1% en 2016, mientras que las de crédito cayeron un 0,1%. Con todo, en los últimos cinco años registra un crecimiento anual compuesto del 6% en débito y del 3,6% en crédito. En total, hablamos de un parque de 23,6 millones de plásticos, un millón menos que en 2015.

Figura 8. Número de tarjetas de débito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2011-2016



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Figura 9. Número de tarjetas de crédito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2011-2016



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Analizando la intensidad de uso que los titulares hacen de sus tarjetas de pago (sin distinguir entre pagos y retiros), destacan Chile y España como los países más dinámicos en 2016: para débito, sendos países registran tasas de crecimiento en 2016 del 24,0% y 22,7% en número de operaciones; para tarjeta de crédito sigue siendo Chile el mercado indiscutiblemente más dinámico, con un crecimiento en el número de operaciones del 22,4%. Les siguen en dinamismo Colombia (12,7% en crédito, 10,3% en débito), Perú (11,8%, 17,9% respectivamente) y Dominicana (11,3% y 10,4%). En último lugar se encuentran Brasil (4,5%, 6,2%), México en débito (6,9%) y España en crédito (7,0%).

Pueden por tanto distinguirse dos patrones de uso de tarjetas en cuanto a intensidad de operaciones: con un volumen de operaciones más de cuatro veces superior en débito respecto a crédito se encuentran Colombia, México, Perú y, en menor medida, Chile. Con un volumen que no supera las dos veces se sitúan Brasil (1,8), España (1,6) y República Dominicana (1,3).

El uso de las tarjetas de débito y crédito en Colombia para compras nacionales representan en 2016 el 66,6% del volumen y el 5,6% del valor total de las operaciones, valor relativo idéntico al recogido en España ese mismo año.

En República Dominicana los pagos con tarjeta de crédito y/o débito representan en 2016 el 83,3% del volumen de transacciones con medios de pago electrónico de bajo valor en el país (10,2% del valor total), siendo estos mismos porcentajes en 2011 de 70,1% y 3,7% respectivamente, lo que denota una clara tendencia al creciente uso de este medio de pago entre la población dominicana.

España continua por la senda del crecimiento económico – y por tanto del consumo – y ha afianzado el cambio de tendencia en la evolución del número de tarjetas en circulación, como reflejan los 4,6 millones de tarjetas adicionales en 2016, que hacen que el parque total alcance los 74,5 millones de tarjetas, recuperando el nivel registrado en 2009 (aunque 2,2 millones por debajo del máximo histórico registrado en 2008), si bien con un trasvase de 5 millones de plásticos de modalidad débito a crédito. Este avance en el parque de tarjetas en España, del 6,6% interanual, ha repercutido positivamente en la ratio de número de tarjetas por cada mil habitantes tanto en el caso de las de débito (Figura 8), que ha detenido el deterioro registrado desde que se recogen datos en el marco de este Informe como, y especialmente, en el caso de las de crédito (Figura 9). Las tarjetas de débito, lejos de los 31,6 millones en circulación en 2008, crecen un 2,6% en 2016. Definitivamente, el cambio de tendencia que comenzó en 2015 se mantiene en 2016.

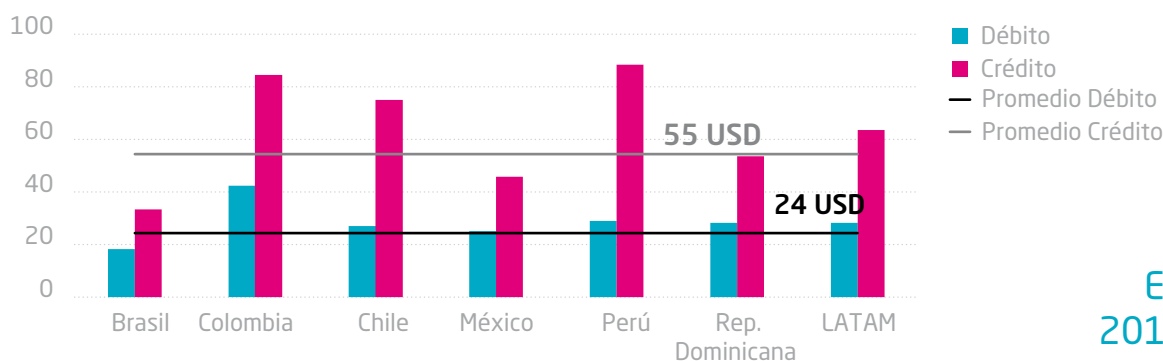
En conjunto, el número de operaciones de compra realizadas en España con tarjetas españolas (sin poder distinguir por la información pública disponible, entre las modalidades de débito y crédito) aumentó considerablemente en 2016 (13,5%), una tasa de crecimiento superior a las registradas en años anteriores y muy alejada de su equivalente de

uso en cajeros automáticos (0,6%). Lo mismo observamos en términos de valor de las operaciones, que crecen en 2016 un 9,8% y representan el 10,9% del PIB (en dólares). Como ya se apuntó en el Informe anterior, el valor de las operaciones de pago con tarjeta en POS ya superan de forma sistemática el valor de los retirios con tarjeta en ATM, registrando un ratio de 1,1, solo por detrás de Portugal (1,8). El mayor ritmo de crecimiento del número de operaciones de pago con tarjeta en España ha supuesto que el ticket promedio siga su tendencia descendente, rondando los 41 euros por transacción de pago (2,4% inferior al 2015).

En relación al ticket promedio de los pagos realizados con tarjetas de débito y crédito observamos en la Figura 10 que en todos los países de estudio, salvo la excepción de Colombia que registra un gasto superior (40 dólares), el uso de las tarjetas de débito presenta un comportamiento similar, en torno a los 24 dólares promedio de la región en los casos de Chile, México, Perú y Dominicana. Por su parte, las tarjetas de crédito presentan un comportamiento más desigual, con los importes más alejados del promedio (54,5 dólares) los registrados por Perú (88 dólares), Colombia (85 dólares) y Chile (75 dólares), mientras que México (46 dólares) y Dominicana (54 dólares) se encuentran más cercanos e incluso por debajo.

El valor más elevado de los retirios en ATM los registra Perú (174 dólares) y con cierta distancia España (141 dólares), únicos países que registran importes promedio superiores a la media (114 dólares) habiendo caído el importe promedio retirado en todos países analizados entre 2011 y 2016 tal como recoge la Figura 11.

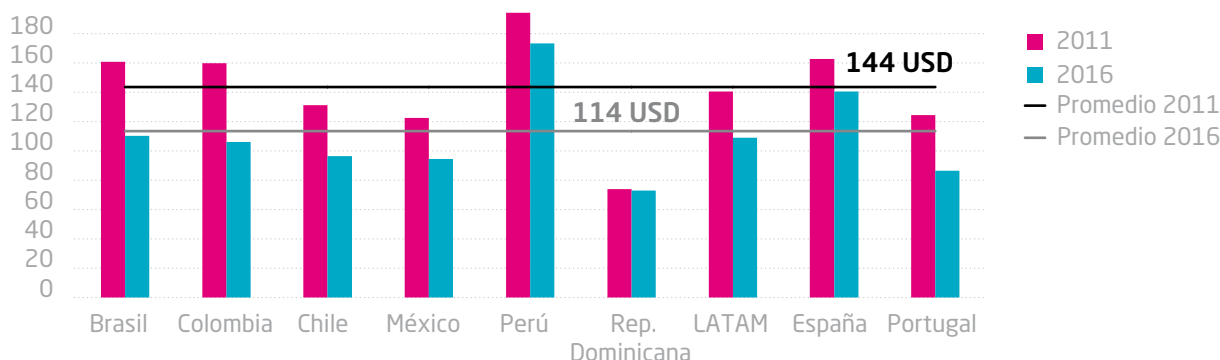
Figura 10: Ticket promedio en tarjetas de débito y crédito, pagos, en USD, 2016



Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos.

España registra en 2016 4,6 millones de tarjetas adicionales, recuperando el nivel registrado en 2009.

Figura 11: Retiro promedio con tarjetas de débito y crédito, en USD, 2016



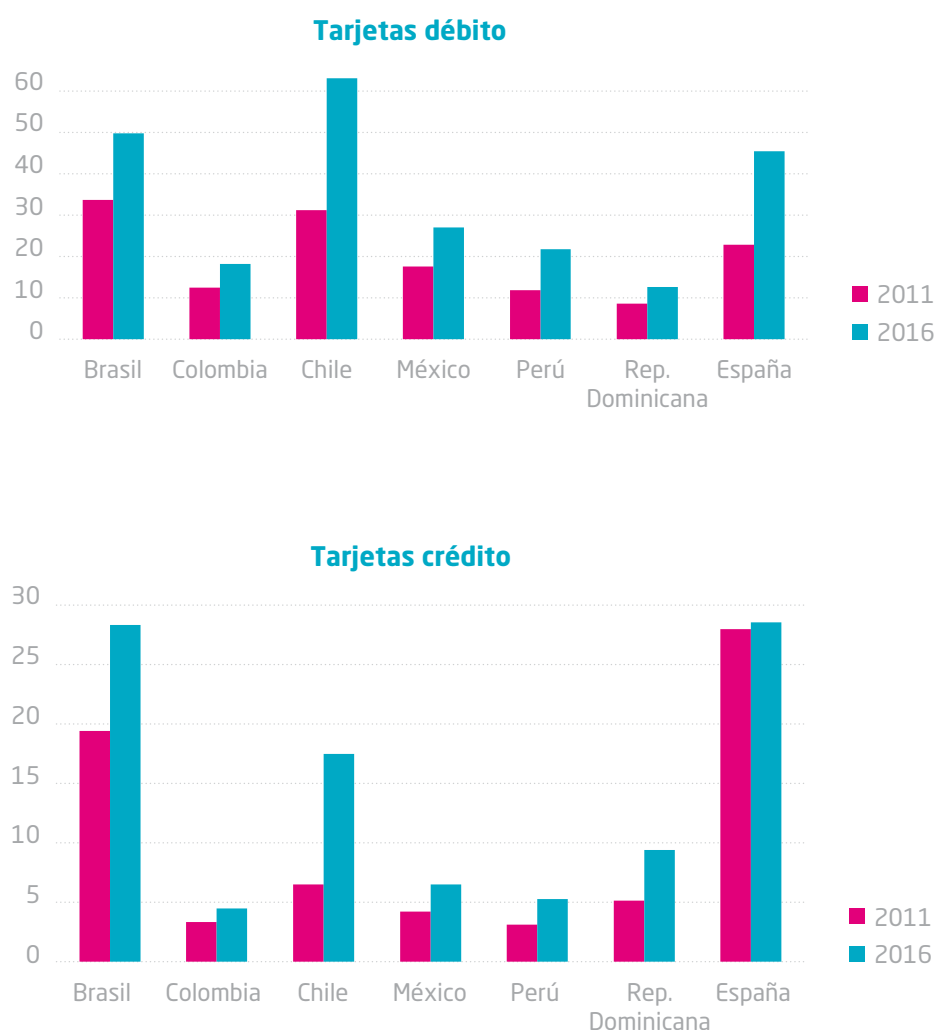
En Latinoamérica, la intensidad de uso de las tarjetas presenta comportamientos distintos en función de su modalidad (débito / crédito), cuyas estadísticas oficiales sí se encuentran disponibles por tipo de transacción (compras / retiros), a diferencia de España y Portugal. En débito, Chile muestra una mayor intensidad de uso, con 35 transacciones por tarjeta y año, seguido de Brasil (22). En torno a las 10-12 se encuentran Colombia, República Dominicana, México y Perú. En España, el uso de la tarjeta de débito (sin distinción entre pagos y retiros) se sitúa ligeramente por encima de las 80 transacciones por tarjeta/año, desde las 68 registradas en 2015 y las 39 de 2011.

En el caso del crédito se distinguen tres grandes comportamientos: por un lado, la mayor intensidad de uso registrada en Brasil y República Dominicana con alrededor de 40 transacciones por tarjeta y año. Por otro, con entre 20 y 25 transacciones por tarjeta y año encontramos a México (26) y Chile (20). En último lugar se encuentra Colombia (12).

Analizando globalmente la intensidad de uso de todas las tarjetas independientemente de su modalidad, España lidera el registro con 46 operaciones anuales por tarjeta emitida, seguido de Chile, con 42. A mayor intensidad de uso de las tarjetas, mayor generación de ingresos por comisiones de intercambio y adquirencia, que depende del número de transacciones, del importe de las mismas y de las tasas aplicadas. Más adelante se analiza la intensidad de uso de las redes de adquirencia para contar con una visión de los dos lados que caracterizan el mercado de las tarjetas de pago.

Este mismo análisis realizado en términos per capita queda recogido en la [Figura 12](#). Sin distinguir entre compras y retiros también se muestran dos grupos de países en función de la intensidad de uso de las tarjetas: por un lado Chile, Brasil y España por un lado (más de 70 transacciones / habitante y año); por otro México, Perú, Colombia y República Dominicana con menos de 35 transacciones/habitante y año.

Figura 12: Número de transacciones anuales con tarjeta, por habitante



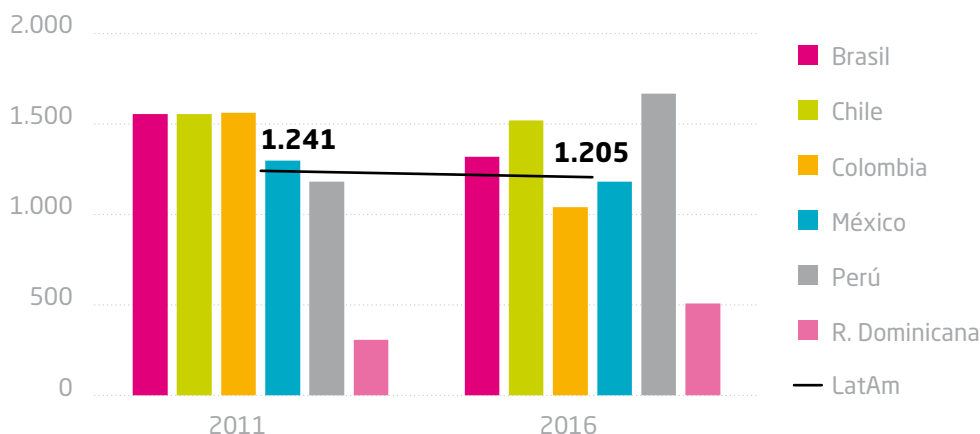
España lidera el registro de intensidad de uso de tarjetas de pago, con 46 operaciones anuales por tarjeta emitida, seguido de Chile, con 42.

Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos.

Lo anterior deriva en un indicador de interés para las entidades: el gasto anual con tarjeta, diferenciando entre débito y crédito y solo considerando su función de pago, asciende en 2016 a 457 dólares en débito y 1.205 dólares en crédito para el promedio de la región latinoamericana, tal como recogen las Figuras 13 y 14, con una tendencia claramente creciente en el caso de la tarjeta de débito.

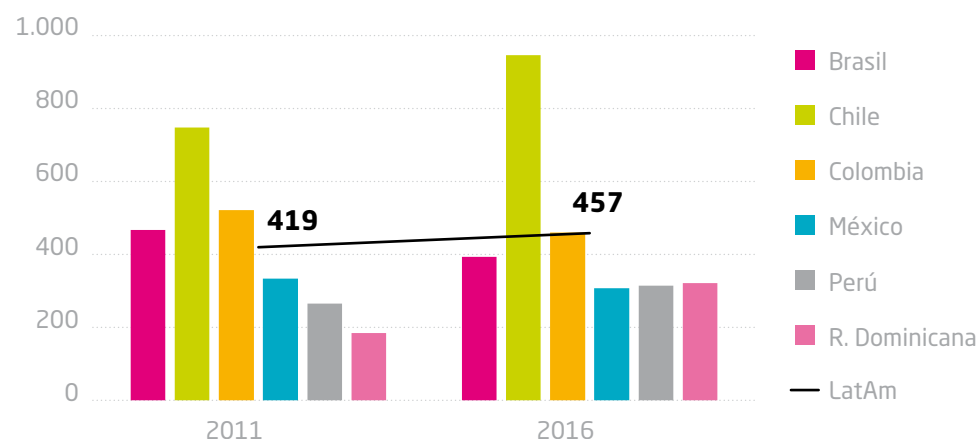
Se mantiene la tendencia que intensifica el uso de las tarjetas como medio de pago directo vs retiro de efectivo en cajeros, aunque a un ritmo lento. España, que superó el ratio de 1 : 1 en valor de pagos sobre valor de retiros al cierre de 2015, registra en 2016 un ratio de 1,1 : 1, lejos del 1,8 de Portugal, país que superó dicho ratio en 2009. Chile y Dominicana se acercan a la unidad y Perú sigue registrando el ratio más reducido, sin apenas cambios en los últimos cinco años.

Figura 13: Evolución del gasto anual con tarjeta de crédito (USD). Pagos



Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos.

Figura 14: Evolución gasto anual con tarjeta de débito (USD). Pagos



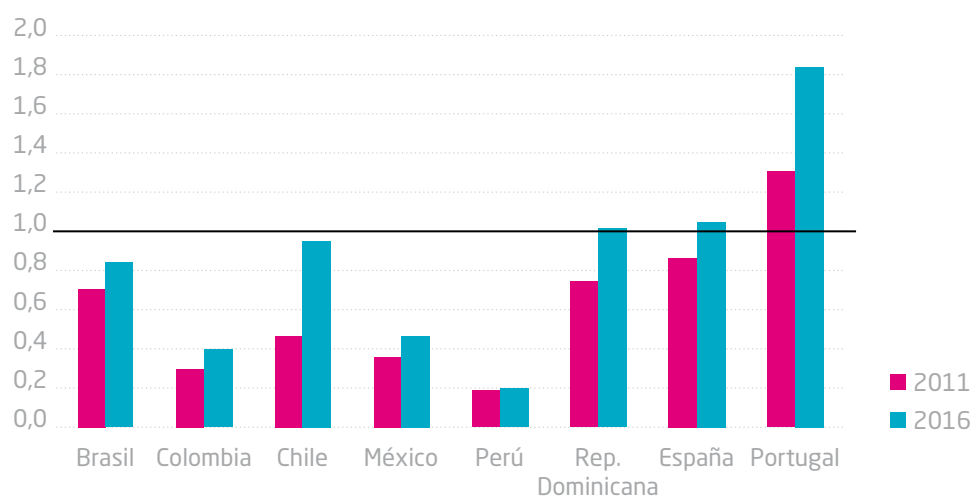
Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos.

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito (Tabla 4), generadora de ingresos financieros asociados a un método de pago, persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado en Latinoamérica en relación con España. Dicho esto, el crecimiento en España en 2016 ha superado los dos dígitos (22,0%) por primera vez en la historia, si bien debe aclararse que dicho dato incluye operaciones con tarjetas de crédito de pago único al contado aunque su tipo de interés sea cero, tal como dictamina la Circular 1/2010 de Banco de España⁵.

Todos los países de la región superan a España en valor de financiación respecto al PIB, destacando Colombia (5,3%), Perú (3,3%) y Brasil (3,0%) como los mercados que con mayor intensidad recurren a la financiación del consumo con tarjeta de crédito, en términos relativos.

⁵ Revisando no obstante los datos publicados por la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF) referidos a operaciones de financiación al consumo con tarjetas, vemos que el crecimiento es más modesto (5,5% en el caso de tarjetas revolving y 1,2% para tarjetas no revolving).

Figura 15: Ratio valor de transacciones con tarjeta en POS vs ATM (retiros efectivo), 2011-2016



Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos

Tabla 4: Financiación al consumo con tarjeta de crédito, USD, 2016

	Valor (USD) por tarjeta de crédito	Valor total (% del PIB)	Valor
	2016		Tasa de crecimiento anual compuesto 2011-2016
Brasil	361	3,0	10,1
Chile	328	1,8	n.a.
Colombia	300	5,3	12,2
México	573	1,7	8,2
Perú	721	3,3	n.a.
República Dominicana	337	1,2	9,7
Latinoamérica	2.619	2,7	10,0
España	271	1,0	4,7
Portugal	521	1,5	-0,3

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

El mercado brasileño, que destaca por una muy importante penetración de la tarjeta como medio de pago (representando el 31% del consumo total de los hogares), cuenta como importantes palancas: por un lado, la salida de la pobreza en la última década de amplios colectivos que hoy integran los segmentos C y D, que utilizan la tarjeta como medio de financiación (los segmentos A y B como medio de pago); y el impulso regulatorio iniciado en 2013 que busca la ruptura de las relaciones de exclusividad, el fomento de la interoperabilidad, la diferenciación de precios por medio de pago, la expansión del prepago para los no bancarizados, de los pagos móviles y del ecosistema fintech.

El mercado brasileño destaca por una muy importante penetración de las tarjetas de débito y crédito como medios de pago.

5. TRANSFERENCIAS Y DÉBITOS DIRECTOS

El uso de las transferencias y débitos directos ha aumentado de forma sostenida entre 2011 y 2016 en todos los países en los que se encuentran habilitados, aunque la modalidad de crédito (pagos y transferencias de fondos, mecanismo push) presenta un comportamiento mucho más dinámico que el débito (recaudos y domiciliaciones, mecanismo pull). En ambos casos, la optimización de los servicios prestados por las cámaras de compensación automatizadas (ACH) en el procesamiento de las órdenes electrónicas de pagos y recaudos de bajo valor ha contribuido a mejorar la trayectoria de este medio de pago, aunque países como Perú no han concluido el proceso de adaptación de su infraestructura para permitir la modalidad de débitos directos interbancarios. Solo Colombia registra en la región operaciones en volumen y valor significativos a través de esta modalidad, impulsada por el Botón de pagos en línea PSE de ACH. En España, la apuesta de las autoridades europeas pasa por dinamizar, eficientar y dotar de inmediatez a estas dos modalidades de medios de pago electrónico en el marco SEPA.

De los países analizados, Perú es el que experimenta un mayor dinamismo en el uso de las transferencias, con tasas de crecimiento anual compuesto de los últimos cinco años del 20,4% y del 29,4%, en valor y número de operaciones respectivamente (ver [Tabla 5](#)). Prueba

de ello es que si en el año 2014 el número de transferencias superaba por primera vez al de los cheques, en 2016 ya representan 2,5 veces (14,5 millones de transferencias interbancarias frente a 5,7 millones de operaciones con cheque). La incorporación de servicios de transferencias interbancarias inmediatas por parte de algunas de las más grandes entidades financieras acelerarán este crecimiento.

República Dominicana también ha experimentado un extraordinario crecimiento en el uso de las transferencias desde 2015 tras la inauguración del sistema de pagos instantáneos. Así, en 2016 registran un crecimiento del 58% en volumen y del 50% en valor de transacciones de bajo valor y ya representan el 24,3% del valor total de las transacciones electrónicas de bajo importe (2,7% del volumen).

Colombia es un caso excepcional en Latinoamérica, puesto que las transferencias registradas en 2016 (123 millones) se encuentran en el mismo orden de magnitud que las operaciones realizadas por medio de débitos directos (107 millones, el 14,6% del volumen), aunque las primeras suponen diecinueve veces el valor de las segundas. El creciente uso del botón de pagos PSE, en el que subyace un débito directo en cuenta, es una explicación a este comportamiento singular en la región en relación al uso del débito directo.

Tabla 5: Transferencias, 2016, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2016			Tasa de crecimiento anual compuesto 2011-2016	
Brasil	3.054	4.280	1.401	6,7%	-4,1%
Chile	293	n.d.	n.d.	11,7%	n.d.
Colombia	123	329	2.670	8,3%	-0,7%
México*	513	3.652	7.119	21,1%	-3,5%
Perú	14	35	2.434	29,4%	20,4%
República Dominicana**	5	18	3.911	26,7%	13,5%
España	500	1.110	2.220	5,1%	-2,7%
Portugal	132	167	1.264	5,5%	0,3%

Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.

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

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

Atendiendo al número de operaciones, el uso de los débitos directos ha crecido en los últimos cinco años en Colombia, República Dominicana y México - aunque en este último aún representa un porcentaje muy limitado (tan solo el 0,2%) - mientras que en la República Dominicana, que se encontraba estable durante los últimos cinco años en torno a las 200.000 operaciones anuales, ha duplicado este registro, hasta

las 420.000 operaciones ([Tabla 6](#)). En España, donde la cuarta parte de las operaciones de bajo valor se realizan mediante débito directo, las domiciliaciones bancarias, como también se denominan, vuelven a incrementarse en 2016 en términos de volumen (1,0%), pero no así en valor (-2,3%). De esta forma, el importe medio de las operaciones ha pasado de 385 dólares en 2011 a 282 dólares en 2016.

Tabla 6: Débitos directos, 2016, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2016			Tasa de crecimiento anual compuesto 2011-2016	
Brasil*	-	1,0	n.d.	n.d.	n.d.
Chile	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Colombia	106,8	17,0	158,9	10,6%	2,3%
México	29,0	5,8	201,2	16,0%	9,3%
Perú	-	-	n.d.	n.d.	n.d.
República Dominicana**	0,4	2,4	5.810,3	14,9%	0,1%
España	1.192,5	336,2	282,0	0,8%	-5,3%
Portugal	148,7	18,8	126,6	5,3%	2,1%

Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.

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

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

6. REDES DE ADQUISICIÓN: CAJEROS AUTOMÁTICOS, POS Y CORRESPONSALES BANCARIOS

Las redes de cajeros automáticos (ATM) y de terminales punto de venta (POS) en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual durante los últimos cinco años, tal y como se muestra en la [Figura 16](#), para los ATM, y en la [Figura 17](#), para los POS. En Brasil y Chile, la red de cajeros ha experimentado un adelgazamiento del 3,4% y 3,1% en 2016 respectivamente. En Portugal la caída ha sido del 3,2%, mientras que España recupera levemente el crecimiento (0,2%) tras una caída ininterrumpida desde 2008, dejando el parque de cajeros automáticos al 81% del tamaño registrado en esos años pre-crisis.

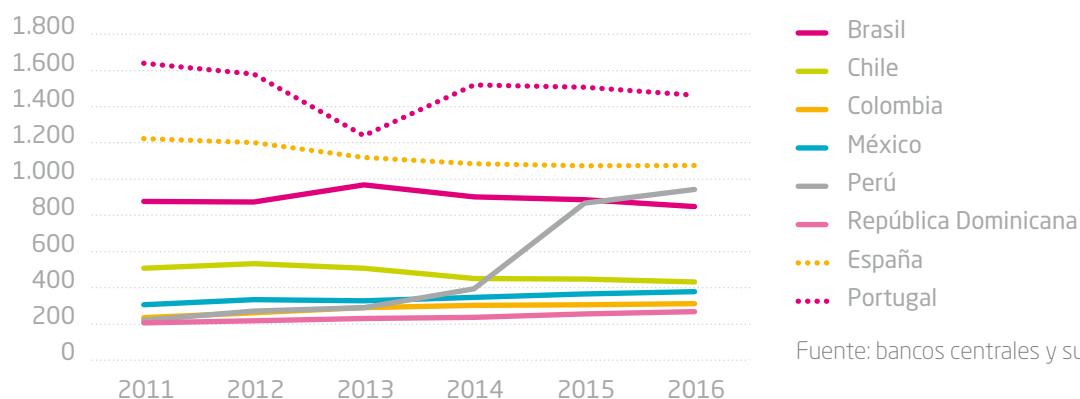
De los datos recogidos en la [Figura 16](#) destaca, sin lugar a dudas, el excepcional crecimiento de Perú, país que contabiliza un nada despreciable 10,1% de crecimiento en ATM en 2016, aunque mucho menor que el crecimiento experimentado en 2015 (122,5%) fruto del esfuerzo de terminalización de las entidades, y en el conjunto del periodo 2011-2016 (35,6%), pasando de 6.530 unidades en 2011 a 29.956 en 2016 (crecimiento acumulado del 460%). Así, el país andino ha llevado a cabo un salto de nivel hasta los 943 ATM por cada millón de habitantes, para superar a Brasil (847), con una importante dosis

de descentralización fuera de los departamentos de Lima y Callao. Los registros de crecimiento de Perú más que duplican los anotados por el resto de países analizados, que se sitúan en una horquilla entre el -3,5% de Brasil y el 6,5% de República Dominicana, país que sigue estando a la cola en cobertura ATM por millón de habitantes (268), por detrás de Colombia (313) y México (377).

Por su parte, la [Figura 17](#) pone de manifiesto una evolución creciente de la red de POS, aunque persisten dos grandes categorías dentro del grupo de países representados: España, Brasil y Portugal con más de 20.000 POS por cada millón de habitantes (35.000 en el caso de España); y República Dominicana, Colombia y México con menos de 10.000⁶. Colombia registra el mayor crecimiento interanual en número de POS instalados en 2016 (14,9%), muy por delante de República Dominicana (6,3%) y Portugal (6,2%). España registra un crecimiento positivo pero significativamente más moderado (4,1%) que el registrado en 2015 (13,0%), llegando a cerca de 1,7 millones de POS instalados. Brasil, por su parte, pierde un 3,1% del parque de POS registrado en 2015.

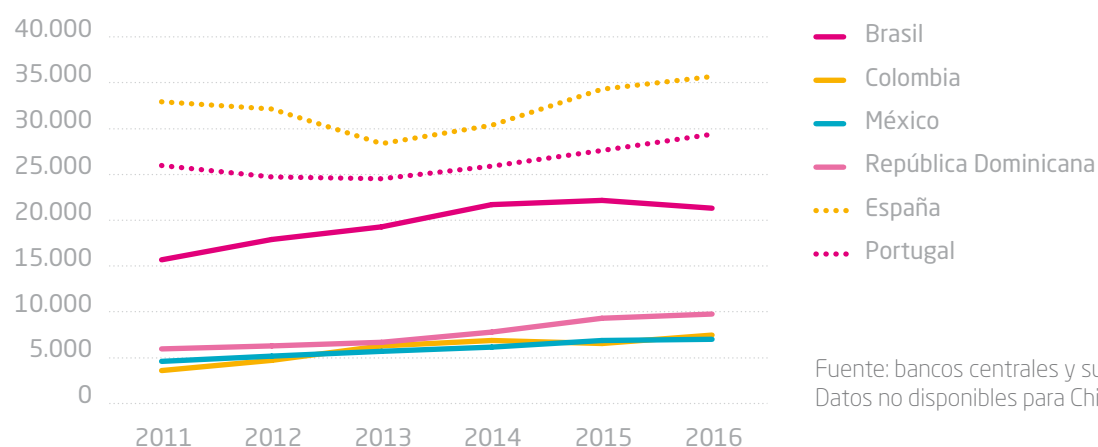
⁶ No existen datos oficiales de carácter público para la serie correspondiente a Chile y Perú.

Figura 16: Número de cajeros automáticos por cada millón de habitantes, 2011-2016



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Figura 17: Número de POS por cada millón de habitantes, 2011-2016



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.
Datos no disponibles para Chile y Perú

Tal y como se puede apreciar en la [Tabla 7](#) y en la [Tabla 8](#), el incremento del número de puntos de acceso ha contribuido a elevar el número y el valor de las transacciones en el periodo. Nuevamente, Perú es el país que acumula en el periodo 2011-16 un mayor crecimiento en número (25,1%) aunque no así en valor (9,9%) de las operaciones realizadas en cajeros automáticos. Comparte liderazgo con Colombia (23,7%) y en un segundo estadio en número de operaciones se encuentran Dominicana (16,8%) y México (13,8%), por delante de Chile (7,4%) y Brasil (4,8%).

España reproduce la tendencia expuesta en las últimas ediciones de este Informe, registrando una caída en el uso de cajeros automáticos durante el periodo 2011-2016 (2,4%), si bien en 2016 crecieron un 0,6%. Los clientes bancarios retiraron 118.275 millones de euros de los cajeros durante 2016 (de media, 2.546 euros por habitante; 2,4 millones de euros por ATM).

La tendencia de crecimiento se ha acentuado en el comportamiento tanto del volumen de compras con tarjeta que se realizan a través de POS en comercios como en el valor de las mismas. Aumenta en España tanto el número de operaciones en POS (13,5% en 2016) como el valor (10,8%), contribuyendo a que en el periodo 2011-2016 la evolución mantenga el signo positivo en número de operaciones (6,4% CAGR), y en valor (4,8% CAGR).

En lo que respecta a Portugal, a finales de 2016 la red de adquirencia constaba de 303.500 POS, lo que representa un crecimiento anual del 6,2%, registrando en 2016 un aumento en el número de operaciones de pago realizadas con tarjeta a través de POS (8,2%) muy por encima de las registradas en ATM (0,9%).

Tabla 7: Uso de cajeros automáticos, 2016, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2016			Tasa de crecimiento anual compuesto 2011-2016	
Brasil	10.168,0	735,5	72	1,9%	6,3%
Chile	526,0	41,8	80	2,9%	6,7%
Colombia	760,2	70,8	93	8,9%	11,3%
México	1.778,9	168,9	95	5,3%	8,9%
Perú	407,4	40,6	100	9,4%	9,9%
República Dominicana	96,9	7,5	78	6,4%	12,5%
España	924,1	130,2	141	-0,9%	0,8%
Portugal	477,6	41,4	87	-0,2%	-2,7%

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

Tabla 8: Uso de POS, 2016, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2016			Tasa de crecimiento anual compuesto 2011-2016	
Chile	1.001,8	39,7	40	24,3%	16,3%
Colombia	495,3	29,6	60	12,9%	0,5%
México	2.469,6	78,9	32	15,4%	5,5%
República Dominicana	144,6	6,8	47	15,6%	12,7%
España	3.045,6	136,9	45	6,4%	0,0%
Portugal	1.113,3	76,3	69	-2,3%	0,8%

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.
 Datos no disponibles para Brasil y Perú.

Uso de POS y ATM

Si Chile lidera en intensidad de uso de ATM (187 transacciones de retiro por ATM / día), Perú destaca por el bajo uso registrado en 2016 (37 retirios / ATM / día), explicado en parte por el espectacular crecimiento en el parque de terminales en los últimos dos años.

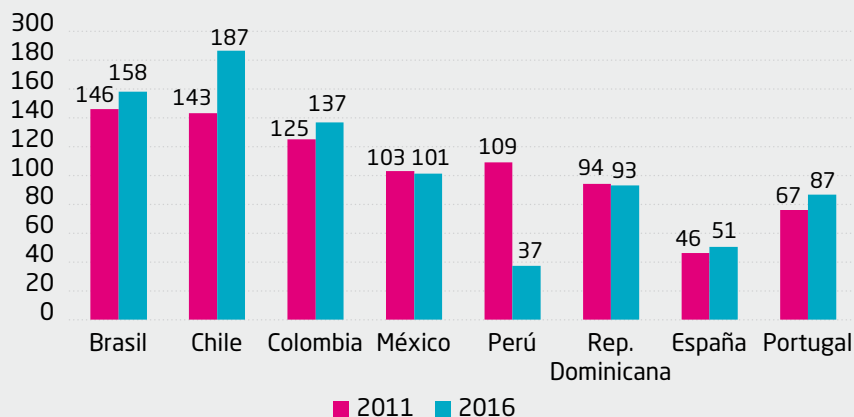
España, con 51 retirios / ATM / día, se sitúa entre los países en los que la intensidad de uso no cambia en más de un 10% con respecto a 2011 a pesar del retroceso en la cobertura ATM en estos últimos años, como también ocurre en Brasil (158) y Colombia (137). México (101) y Dominicana (93) se mantienen estables en este periodo. En contraste, Chile y Portugal (87) han aumentando sensiblemente la intensidad de uso desde 2011, y ahora los cajeros se utilizan un 30% más que entonces.

Salvo en Portugal y Colombia, el incremento en la intensidad de uso de los ATM es inferior al registrado por unidad de POS, si bien con ritmos distintos en función del país. Por ejemplo, en España, un ATM en 2016 "atiende" 10 veces más operaciones que un POS, siendo este ratio cercano a 12 en 2011. Por el contrario, Portugal ha crecido en un 61% la intensidad de uso de ATM relativa a la de POS.

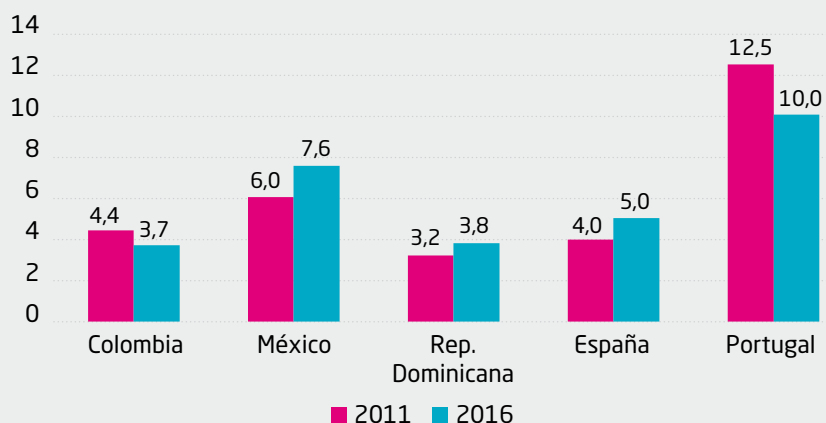
Dicho esto, el número de transacciones diarias por POS, así como el valor pagado con ellos, presenta diferencias muy notables, con Portugal a la cabeza en las dos variables: un POS en Portugal recibe pagos por 689 euros al día, mientras que uno en España apenas alcanza los 230 euros, valor inferior al registrado en 2011, habiendo no obstante aumentado el número de operaciones de pago con POS de 4 a 5 diarias.

Intensificar el uso de los POS, como el de las tarjetas, es una tarea pendiente para los emisores y adquirentes en buena parte de los países contemplados en este Informe, con Portugal como las más clara excepción a esta regla.

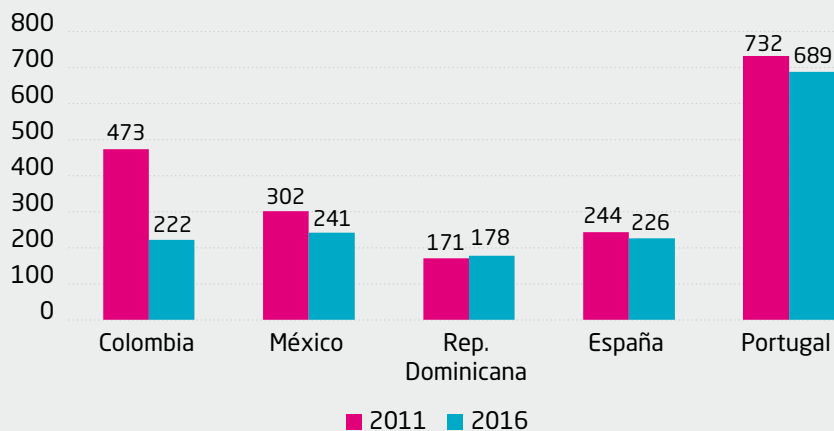
Número de transacciones diarias ATM, 2016



Número transacciones diarias POS, 2016



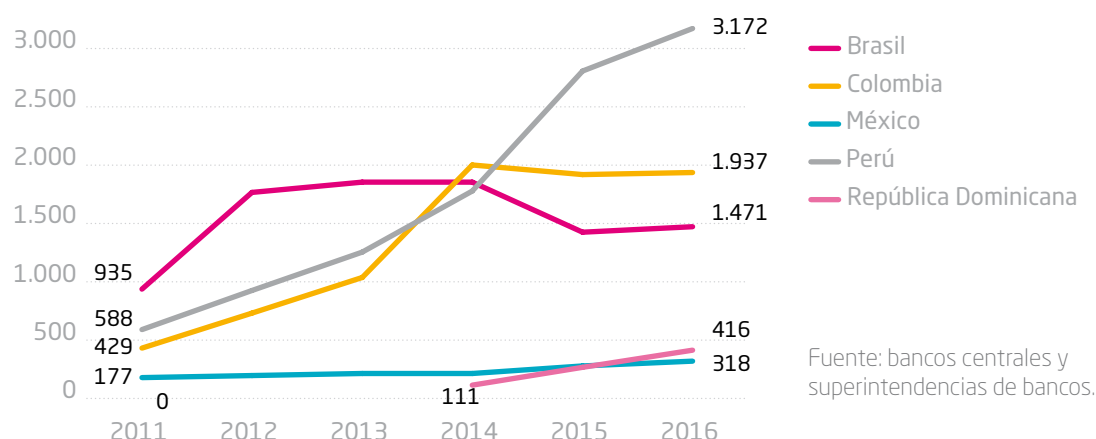
Valor transacciones diarias (USD) POS, 2016



Una herramienta clave para facilitar la bancarización de la población y la consiguiente extensión de los medios de pago en la región de Latinoamérica y Caribe es el protagonizado por los corresponsales no bancarios, a los que hacemos debido seguimiento en este Informe. Si en la edición anterior Perú fue el país que lideraba el ranking de número de corresponsales en relación a la población (ver Figura 18), en 2016

redobla su liderazgo con más de 3 corresponsales por cada 1.000 habitantes. Colombia mantiene el segundo puesto al que cayó en 2015 con cerca de 2 corresponsales por cada 1.000 habitantes, con Brasil el tercera posición un nuevo año, tras décadas de liderazgo indiscutible en esta variable de acceso. República Dominicana sigue aventajando a México, en la cola y con crecimiento tímido.

Figura 18: Número de corresponsales bancarios por millón de habitantes, 2016



7. BANCA ONLINE

La banca online sigue ganando peso como canal transaccional para operaciones de pago, provocado principalmente por el aumento del uso de dispositivos móviles como canal de acceso e inicio de las transacciones, así como por la mayor oferta de servicios puesta a disposición por entidades financieras y proveedores de servicios de pago, que buscan garantizar la omnicanalidad con apoyo en las aplicaciones móviles. Si bien las transferencias electrónicas, el pago de servicios, el pago con tarjetas y la consulta de saldos y movimientos en cuenta son los principales servicios disponibles a través de la banca por Internet y de la banca móvil, la continua innovación por parte de las entidades financieras ha ampliado este espectro de productos y servicios bancarios digitales, y ya no es anecdótico encontrar bancos puramente virtuales que solo operan en un entorno digital.

La Tabla 9 pone de manifiesto el crecimiento experimentado por la banca online durante los últimos años, donde destacan Perú con un crecimiento en operaciones en ese periodo del 79,0% y México, por presentar un crecimiento más moderado (5,5%) por detrás de Colombia (18,7%), Chile (10,8%) y Brasil (13,3%). En valor de operaciones es de nuevo Perú el país que mayor crecimiento registra (111,4%) en este canal, mientras que en México retroceden sensiblemente (-2,6%). No hay datos oficiales disponibles para esta variable para los casos de España y Portugal.

Tabla 9: Banca online, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Número de operaciones	Valor
	2016		Tasa de crecimiento anual compuesto 2011-2016	
Brasil	37.000,7	6.231,4	23,7%	-1,9%
Chile	293,1	1.150,4	11,7%	n.d.
Colombia	353,4	763,0	16,6%	0,8%
México*	932,7	4.428,6	0,5%	-11,8%
Perú	144,7	259,9	4,6%	15,6%
República Dominicana**	2,7	n.d.	n.d.	n.d.

Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

* Transferencias por Internet

** Número de usuarios de banca por Internet

En relación al pago móvil, son de nuevo pocos los países que recogen oficialmente esta información. En República Dominicana, donde operan mayoritariamente dos servicios (tPago y mPeso), el pago móvil cuenta a cierre de 2016 con 996.000 usuarios (+27,2% interanual) representando el 36% de los usuarios de banca online, de acuerdo con los datos publicados por el Banco Central. Predomina en el caso dominicano la compra de tiempo aire (77,2% de las operaciones y 8,7% del valor) aunque en retroceso, y es la operativa de transferencias de fondos, que representa el 15,2% de las operaciones, la que moviliza el 71,3% del valor, con una clara tendencia creciente (64,8% en 2015), si bien apenas representan el 1% de las transferencias interbancarias. El consumo en POS sigue siendo marginal y decreciendo (0,1% tanto en volumen como en valor de las operaciones) y el pago de facturas / servicios representa el 7,2% de las operaciones y el 18,7% del valor.

En materia de pago móvil, los desafíos de la plataforma peruana BIM de dinero electrónico para 2018 son (i) ampliar y diversificar su red de agentes y puntos de cash in/out; (ii) implementar campañas de comunicación para posicionar BIM como un canal transaccional, enfatizando su uso para transferencias P2P; (iii) potenciar y escalar los pilotos B2B y P2G, y (iv) diversificar los casos de uso para incluir pagos de servicios y micropréstamos, hoy muy concentrados en la compra de tiempo aire. También está previsto conectar al cuarto operador telefónico (Bitel) y la red de cajeros corresponsales del Banco de la Nación así como redoblar esfuerzos para que el sector público apueste por digitalizar los pagos que recibe y envía⁷.

La nota negativa en el caso de la banca móvil y pagos móviles es la escasez de estadísticas oficiales en algunos de los países contemplados en este Informe. Especialmente destacable, por la mayor disponibilidad de este recurso estadístico, es el caso de la República Dominicana.

8. PAGOS EN COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico minorista en Latinoamérica ha experimentado un crecimiento exponencial durante los cinco últimos años, más que duplicando el volumen de ventas realizadas por este canal (40.000 millones de dólares en 2016 vs. 18.000 millones de dólares en 2011).

México, afectado en menor medida en 2016 por la depreciación de su moneda, supera a Brasil con unas ventas totales en 2016 de 13.700 millones de dólares (12.900 millones de dólares en el caso de Brasil). Colombia ocupa la tercera posición (6.700 millones de dólares) seguido de Chile y Perú (2.800 millones de dólares). República Dominicana anota 840 millones de dólares y se mantiene en una posición más rezagada.

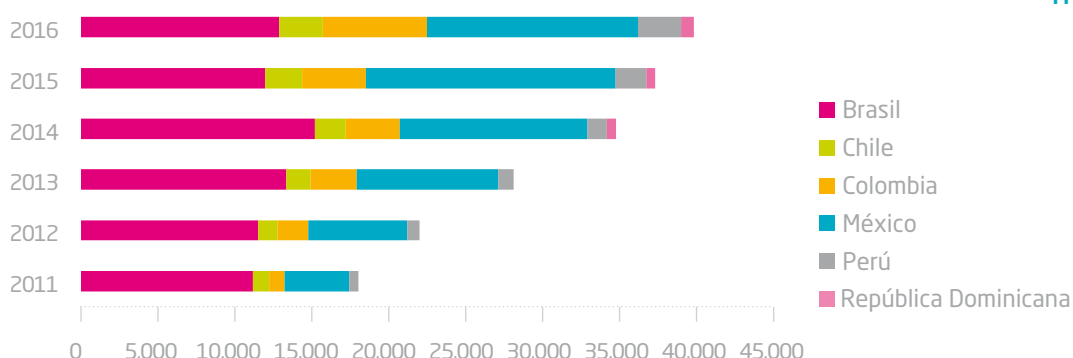
Conviene matizar que, a diferencia de lo que sucede en España, donde la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) publica una serie homogénea de datos con un elevado grado de tabulación, la identificación de datos oficiales de comercio electrónico para los países de Latinoamérica es un ejercicio más complejo por la heterogeneidad de fuentes disponibles para consulta, algunas de ellas no oficiales.

Los principales factores determinantes del crecimiento del e-commerce y m-commerce en Latinoamérica señalados por los expertos entrevistados son, más allá del equipamiento de medios de pago electrónico de particulares y negocios: los niveles de acceso y uso de Internet junto con la extensión y calidad de la banda ancha; la oferta comercial, servicios postventa y retos logísticos para la entrega offline de los productos y servicios adquiridos online; y la confianza del canal en materia de seguridad y control del fraude.

En España, el comercio electrónico ha casi triplicado el volumen de facturación desde 2011. Las cifras publicadas por la CNMC relativas al ejercicio 2016, que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 365 millones de operaciones de comercio electrónico que supusieron un volumen de negocio de más de 24.000 millones de euros, un 20,8% más que en 2015 y manteniendo un crecimiento interanual superior al 20% desde 2013.

México, afectado en menor medida en 2016 por la depreciación de su moneda, superó a Brasil.

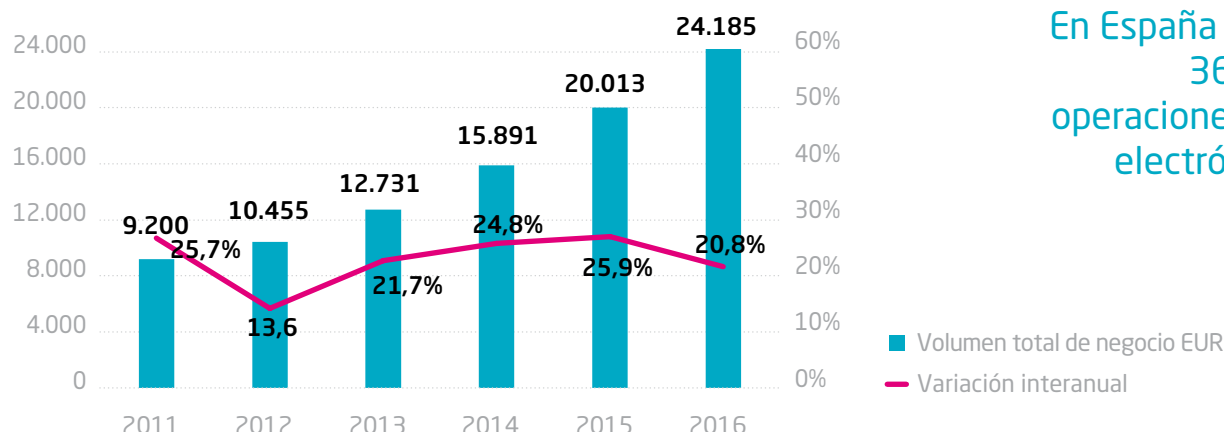
Figura 19: Comercio electrónico, selección de países en Latinoamérica, 2016, millones de USD



Fuente: cámaras y asociaciones nacionales de comercio electrónico e Informes especializados.

⁷ Extraído de la web institucional de Pagos Digitales Peruanos S.A.

Figura 20: Comercio electrónico, España, 2011-2016, millones euros



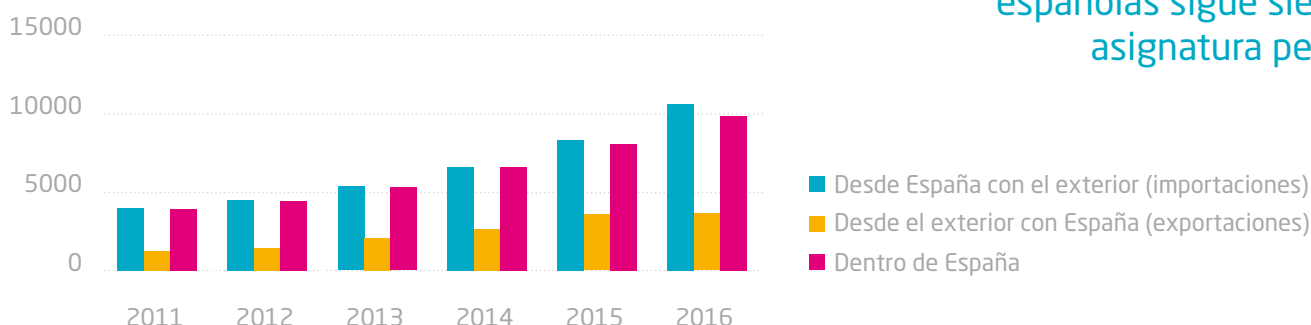
En España se registraron 365 millones de operaciones de comercio electrónico en 2016.

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Por sectores, las agencias de viaje (14,2%) y el transporte aéreo (11,7%) mantienen el liderazgo de facturación en 2016, aunque caen en 5 puntos su representatividad con respecto a 2015. Estos, junto con transporte terrestre de viajeros (4,2%) y hoteles y alojamientos (3,3%) sitúan al sector turístico como líder indiscutible del comercio online en España por ingresos (33,2%). Por su parte, prendas de vestir (6,0%) y marketing directo (4,6%) mantienen la cuarta y quinta posición de años anteriores. Atendiendo al volumen de operaciones, el primer puesto del ranking lo ocupa el marketing directo (9,9%) con más de 36 millones de compras - 12 millones más que en 2015 - seguido por los discos, libros, periódicos y papelería (6,7%) y las prendas de vestir (6,1%), que juntos pierden dos puntos en términos relativos. La publicidad sigue su senda descendente en facturación y sobre todo en número de transacciones, que caen a la mitad de las registradas en 2014.

En el detalle de las transacciones por origen y destino, se puede apreciar el predominio de las transacciones desde España con el exterior (44,1%), asociado a la importación de bienes y servicios adquiridos online. Muy cerca están las transacciones realizadas en el mercado doméstico (40,8%) y, a una distancia considerable se siguen situando las transacciones registradas desde el exterior con España, esto es, las exportaciones e-commerce (15,0%), que además en 2016 retroceden en casi tres puntos su representatividad en el total, dato nada positivo. Sigue siendo por tanto una asignatura pendiente para las empresas españolas, que muestran un rezago importante en su presencia online en el exterior.

Figura 21: Comercio electrónico en España, 2011-2016, millones de euros



La presencia online en el exterior de las empresas españolas sigue siendo una asignatura pendiente.

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

05. **DISRUPCIÓN EN PAGOS. ¿HACIA UN CAMBIO DE MODELO?**



1. INTRODUCCIÓN

La transformación digital y la innovación tecnológica han motivado el surgimiento de nuevos competidores nativos digitales en prácticamente todas las industrias, sin pertenecer originalmente a las mismas. En materia de pagos, la digitalización está dibujando un ecosistema, de perímetro borroso, por el que las entidades proveedoras de servicios de pago (en adelante PSP), tanto tradicionales como nuevas, se encuentran transitando a distintos ritmos, desde distintos puntos de partida y con diferentes grados de libertad en función de su naturaleza y del legacy que atesoran. Incluso los bancos centrales se han unido en el último año a esta tendencia global de transformación digital, y se encuentran valorando la posibilidad de convertirse en emisores de dinero digital (e-cash).

Son varios los tipos de nuevos competidores digitales tal como son reconocidos en este Informe: los grandes proveedores de servicios digitales, los operadores de telefonía y los fabricantes de dispositivos. Junto a ellos, las start-ups, con modelos de negocio flexibles y sin estructuras legacy, centradas en desarrollar, optimizar y expandir segmentos específicos de la cadena de valor de los pagos, desagregando los servicios que tradicionalmente han sido provistos de forma prácticamente exclusiva por el sector bancario.

Los ritmos están determinados tanto por tendencias externas – avances tecnológicos, impulso regulatorio e intensificación sin precedentes de la competencia – como por factores internos, tanto de industria como de estrategia institucional, en la que mucho pesan las decisiones en relación a las infraestructuras legacy. Y es que en el mundo de los pagos, el back-office, las infraestructuras, las cámaras de compensación y liquidación y las reglas – normativas o acuerdos de industria – que determinan las relaciones interbancarias son parte fundamental, habilitante, de los distintos sistemas y ecosistemas de pagos.

Las dos principales variables generadoras de disrupción en los pagos (regulación e innovación) – que pueden materializarse como amenazas u oportunidades para agentes tradicionales y nuevos– quedan recogidas en la [Figura 22](#) y serán abordadas a lo largo de las siguientes páginas.

De forma generalizada, gozan de mayor visibilidad aquellos avances, innovaciones y novedades ubicadas en el front-end, aquellas que se encuentran al alcance directo de usuarios finales de medios de pago, como las billeteras o wallets digitales y todos los servicios y mecanismos de autenticación, seguridad, etc. que contienen. Sin embargo, para comprender por qué los mercados domésticos se comportan de forma tan diferenciada a nivel local a pesar de que las tendencias globales en pagos son compartidas, es preciso entender,

más allá de aspectos meramente culturales o idiosincráticos, "lo que no se ve", esto es, cuáles son las infraestructuras y reglas de juego que a nivel local, regional y global, imperan. Aspectos como la interoperabilidad de las soluciones de pago determinan la facilidad o dificultad de crear ecosistemas de pagos de carácter universal, y a menudo es resultado de decisiones de industria más que de índole regulatoria.

Es hoy impredecible cómo las innovaciones en pagos, unidas al aumento de la presión competitiva animada por impulso regulatorio e incursión de nuevos agentes, conseguirán eclosionar en soluciones que modifiquen sustancialmente cómo pagamos cotidianamente. Y más aún prever cuál

será la solución de adopción masiva y, por tanto, qué agentes PSP o tipologías de agentes PSP verán consolidada su posición en el nuevo contexto.

China, paradigma de "leapfrogging" en materia de pagos minoristas (en concreto, pagos móviles), ha demostrado que esta eclosión y superación de etapas es posible, alcanzando ya cerca de mil millones de usuarios suscritos al ecosistema de servicios de la app de mensajería WeChat del operador Tencent, que ofrece una solución integrada P2P y P2B (código QR) uniendo los datos de tarjeta de crédito MasterCard o Visa a las cuentas de la app.

Figura 22: Variables generadoras de disrupción en medios de pago



Fuente: Afi.

Recuadro 1. Hablando de disrupción en pagos: los casos de China e India

El ejemplo chino, aunque geográficamente lejano a nuestros países objeto de estudio, muestra con claridad algunos de los aspectos abordados en este capítulo. Ya en marzo de 2017 Tim Cook, CEO de Apple señaló el lento progreso de los pagos móviles en Estados Unidos y Europa en comparación con China.

Los datos hablan por sí solos: en 2015 China superó a EEUU en valor de transacciones de pago móvil, con más de 235.000 millones de dólares. Para 2016, la alianza Better-than-Cash estimó que

los usuarios de los servicios de pago de Alibaba (450 millones) y Tencent (800 millones) enviaron cerca de 3 billones de dólares (28 veces su equivalente en EEUU) desde “apenas” 80.000 millones de dólares enviados / pagados en 2012. Ese año 2015, el gobierno chino emitió cinco nuevas licencias bancarias, tres de las cuales fueron obtenidas por compañías tecnológicas (Tencent, Alibaba y Baidu) para ampliar los servicios prestados a su amplísima base de clientes / usuarios

	Alipay	WeChat Pay
2012	70.000 millones de dólares transferidos	100.000 millones de dólares transferidos
2015	MYbank 3 tipos de préstamo: rural, start-ups, vendedores de marketplaces ecosistema Alibaba (Tmal y Taobao) Importes < RMB 5 millones	WeBank Intermedia productos financieros de otras entidades, ofrece préstamos personales y de auto.
2016	1,7 billones de dólares transferidos	1,2 billones de dólares transferidos

Fuente: Elaboración propia a partir de Better Than Cash alliance.

Algo similar puede ocurrir en India con la asociación de la app global de mensajería Whatsapp, propiedad de Facebook, y el Sistema de Pagos Unificado (UPI) implantado por la National Payment Corporation of India (NPCI) para la transferencia inmediata de dinero, apoyada por 29 bancos locales, que une la tarjeta SIM del teléfono con la cuenta bancaria. Otros grandes merchants como Amazon y Uber están próximos a recibir una autorización similar a la recibida por Whatsapp en el país.

El caso de la India es muy representativo de una economía con una meditada estrategia integral de economía digital y de tránsito hacia la universalización de pagos digitales, tras (i) la radical decisión gubernamental en noviembre de 2016 de eliminar de la circulación los billetes de mayor denominación; (ii) la puesta en marcha ese año de India Stack (sistema de almacenamiento digital de datos personales); y (iii) la ingente tarea de identificar digitalmente a todos los ciudadanos indios en la base de datos biométrica (huella y retina) Aadhaar, iniciada en 2009.

Fuente: Elaboración propia.

La PSD2 y la GDPR van a permitir a los consumidores y usuarios la portabilidad de la información y los datos entre diferentes PSP –proceso similar al experimentado en el pasado en el sector de telecomunicaciones – empoderando al cliente con una mayor capacidad de elección entre una muy amplia y creciente gama de PSP. Tan amplia, eso sí, que ya está siendo difícil para los clientes distinguir entre PSP y los servicios por ellos prestados, como se ha evidenciado en España con la profusión de soluciones de pago móvil que inundaron el mercado en 2016. A partir de 2018, con la PSD2 en plena vigencia, la afluencia de PSP y servicios relacionados con los pagos puede generar una nueva ola de confusión (¿y saturación?) entre los potenciales usuarios.

Si hay algo que sí se vislumbra con claridad es que los pagos inmediatos se convertirán en paradigma, apuesta europea que con seguridad avanzará a nivel global, como ya se observa en muchos mercados. La inmediatez requerida por el comercio electrónico y la banca móvil y animada por la regulación está obligando a entidades y cámaras de compensación a adaptar los tiempos de atención y avanzar hacia servicios 24/7, de modalidad batch a online, de diferido a inmediato, haciendo más demandantes si cabe las exigencias de continuidad operativa y confiabilidad para PSP y sistemas de pagos.

Latinoamérica, donde cada país mantiene plenamente vigentes sus singularidades, sigue sin avanzar en la integración de sistemas de pagos a nivel regional y, a nivel doméstico, no se observan avances significativos en la interoperabilidad de los pagos de bajo valor, salvo excepciones. Brasil destaca como el país en que el impacto de la disrupción fintech puede resultar más inminente por su elevada concentración bancaria y apertura regulatoria desde 2013, si bien México, con la inminente aprobación de la Ley de Tecnologías Financieras, estará en posición de avanzar significativamente e incluso de marcar tendencia a nivel regional. El avance de la concentración bancaria, no obstante, es un síntoma compartido con otros países contemplados en el Informe, incluido España.

En este contexto, las prioridades digitales que los ejecutivos bancarios declaran en el 2017 Digital Banking Report, se centran en la mejora de la experiencia digital, de las capacidades analíticas de datos y en la reducción de costes para transitar a un modelo de negocio basado en la gestión de relaciones desde uno meramente transaccional. Sin embargo, el deseo de aliarse o invertir en fintech para avanzar con mayor agilidad en esas prioridades es aún baja para todos excepto para las entidades de mayor tamaño.

2. LA REGULACIÓN Y LA INNOVACIÓN MARCAN EL PASO DE LA INDUSTRIA

2.1. Mapa regulatorio

PSD2

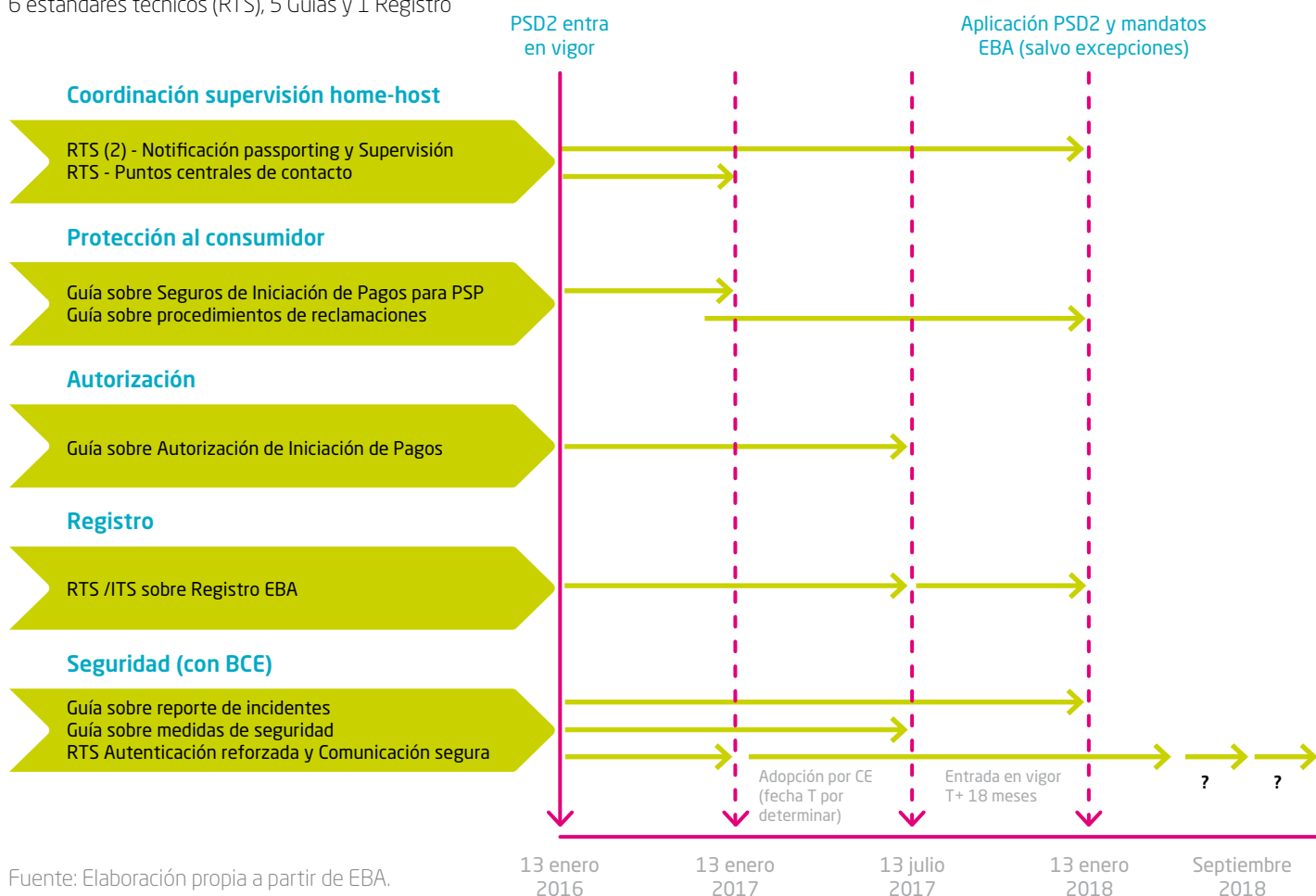
El próximo mes de enero arranca la implantación de la PSD2, conjunto de nuevas reglas de juego que busca garantizar el funcionamiento de la zona única de pagos en euros (SEPA) en el mundo físico y virtual, forzando la apertura de la industria a la competencia de nuevos agentes. Nuevos agentes que en muchos casos venían operando al margen de unas normas básicas de funcionamiento y reparto de responsabilidades, poniendo en riesgo la protección al cliente, su privacidad y datos personales e incluso la estabilidad financiera. La PSD2 es una firme respuesta regulatoria a los avances en innovación en materia de pagos, y juntos marcan el paso de la industria, cuyos integrantes tradicionales verán reducida significativamente su capacidad de extraer ventaja de la custodia de la información de sus clientes.

Su impacto esperado no puede ser analizado al margen de otras piezas regulatorias que han entrado o entrarán pronto en vigor como la GDPR sobre protección de datos (mayo de 2018), la AML4⁸ (junio de 2017) en materia de prevención del lavado de dinero y la financiación del terrorismo, así como la eventual decisión que algunos bancos centrales, incluido el Banco Central Europeo (BCE) tomen finalmente acerca de su eventual rol como emisor de dinero digital (e-cash) en respuesta al surgimiento de cientos de criptomonedas de carácter privado sustentadas en la tecnología de registro distribuido (DLT).

En fechas recientes, la Autoridad Bancaria Europea (EBA, por sus siglas en inglés⁹) ha publicado diversas piezas de reglamentación de la PSD2 (guías y estándares técnicos regulatorios - RTS, por sus siglas en inglés) que buscan asegurar que los pagos en la zona euro sean seguros, fáciles y eficientes. Algunas de ellas no cuentan con un texto definitivo a la fecha de cierre de este Informe (Figura 23). La EBA es también responsable de emitir reglamentación sobre la independencia de los esquemas y las procesadoras de tarjetas de pago impuesta por el reglamento de tasas de intercambio (IFR), de los pagos seguros en Internet y de las innovaciones financieras en el ámbito de los pagos, como es el caso de las monedas virtuales.

Figura 23. Mandatos EBA sobre reglamentación PSD2 y cronograma

6 estándares técnicos (RTS), 5 Guías y 1 Registro



Fuente: Elaboración propia a partir de EBA.

⁸ Incluye a proveedores de servicios de intercambio de criptomonedas y servicios de wallets de criptomonedas.

⁹ La EBA es una autoridad independiente de la UE que rinde cuentas ante el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo de la Unión Europea y la Comisión Europea. Trabaja para garantizar un nivel efectivo y coherente de regulación y supervisión prudencial en todo el sector bancario europeo. Forma parte del Sistema Europeo de Supervisión Financiera (SESF), compuesto por la Autoridad Europea de Valores y Mercados (ESMA), la Autoridad Bancaria Europea (ABE), la Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación (EIOPA), la Junta Europea de Riesgo Sistemático (JERS), el Comité Mixto de las Autoridades Europeas de Supervisión y las autoridades nacionales de supervisión.

Siendo la habilitación del "Access to the Account" (XS2A) de los ahora reconocidos Third Party Providers (TPP) autorizados el elemento más disruptivo de la nueva Directiva de pagos, la reglamentación específica de los mecanismos que materializarán dicho acceso a las cuentas de los clientes bancarios (estándares técnicos sobre la autenticación reforzada de clientes) concentra buena parte de las expectativas e inquietudes entre los Account Servicing Payment Service Providers (ASPSP), esto es, las entidades bancarias custodias de las cuentas de pago.

La PSD2 es a todos los efectos el marco regulatorio de la vertical de pagos del ecosistema fintech en Europa –sin considerar no obstante la figura de sandbox regulatorio, no contemplada- y está inspirando algunos de los desarrollos de las reglas de juego aplicables al ecosistema fintech (en su dimensión de pagos) en varios de los países de Latinoamérica recogidos en este Informe. Su trasposición al ordenamiento jurídico español no se ha producido a la fecha de cierre de este Informe.

Recuadro 2. Estándares técnicos sobre Autenticación reforzada de clientes

El alcance de los estándares técnicos queda definido en el artículo 97(1) de la PSD2, que requiere que los Estados Miembros aseguren que los PSP aplican mecanismos de autenticación reforzada de clientes siempre que (i) acceda a su cuenta de pago online, (ii) inicie una transacción de pago electrónico y/o (iii) desarrolle cualquier acción a través de un canal remoto que pueda implicar un riesgo de fraude en el pago u otros abusos.

Los principales aspectos de los estándares técnicos son:

1. Las entidades bancarias definen sus propias interfaces de programación de aplicaciones (API).
2. Prohibición del screen scraping (raspado de pantalla): los TPP deben firmar digitalmente para identificarse y, si los bancos ofrecen interfaces dedicadas (API), los TPP deben usarlas (ver nota).
3. Los PSP (proveedores de servicios de iniciación de pagos) trasladan a las entidades bancarias (ASPSP) el control de la autenticación de los clientes, no pudiendo aplicar sus propios mecanismos de autenticación.
4. Los códigos de autenticación han de ser únicos y ligados dinámicamente a los detalles de la transacción de pago.
5. Exenciones: (a) para pagos "contactless" con tarjeta: 50 euros por transacción y opción de encadenar hasta 5 transacciones exentas; (b) terminales de transporte y aparcamientos; (c) pagos por medios online a beneficiarios de confianza – el PSP no puede crear su lista de beneficiarios de confianza; (d) pagos de bajo valor hasta 30 euros (antes 10 euros) con un valor acumulado de 100 euros o un número acumulado de 5 transacciones, alineado a la exención "contactless".
6. Detección y prevención del fraude en tiempo real con matices en función del nivel de riesgo: transacciones de riesgo elevado deben bloquearse; las de riesgo bajo pueden obviar autenticación reforzada hasta unos límites, dependiendo del porcentaje de fraude declarado.
7. Todo ASPSP debe facilitar acceso a las cuentas de pago de sus clientes siempre y cuando no incluya la presentación de datos de sensibles de pago, dejando la definición de "sensibilidad" al propio ASPSP.
8. Uso de eIDAS (certificados digitales de identidad) según Regulación 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio de 2014, relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza en las transacciones electrónicas en el mercado interior.
9. Autenticación reforzada para todos los pagos con tarjeta no presente, salvo exenciones indicadas. Los comercios online deben implantar soluciones 3D Secure para satisfacer el requisito del doble factor de autenticación.
10. Entornos de ejecución segura (Secure Execution Environment - SEE) para dispositivos multi-propósito (p.e. smartphones). A diferencia de los Trusted Execution Environments (TEE), los SEE no tienen definición de industria ni están estandarizados.

Fuente: Elaboración propia basada en Draft Regulatory Technical Standards on Strong Customer Authentication and common and secure communication under Article 98 of Directive 2015/2366 (PSD2).

*Nota: Los detalles definitivos del tratamiento del screen scraping se encuentran en discusión entre Comisión Europea y EBA a la fecha de cierre de este Informe.

Regulación fintech

Representantes destacados del ecosistema fintech han existido mucho antes de que el término fuera acuñado y ampliamente reconocido como lo es hoy. Paypal, por nombrar uno de ellos, formaría parte de este conjunto de start-ups financieras (lo fue, en sus inicios), si bien su origen data de hace casi dos décadas y hoy es un gigante consolidado en continua expansión, tanto en alcance como en profundidad y diversidad de servicios prestados en torno a los pagos, originalmente en el mundo digital y hoy también en el físico. Lo que presenciamos hoy es que la cantidad, heterogeneidad y especialización de los nuevos agentes fintech han provocado una revolución sistémica en el sector financiero, siendo además la vertical de pagos y de servicios de valor añadido en torno a los pagos la pionera y aglutinadora hasta la fecha del mayor número de iniciativas.

No en vano, en mayo de 2017 se constituyó la Alianza Iberoamericana FinTech, resultado de la confluencia de la Asociación Española de FinTech e InsurTech (AEFI), Colombia FinTech, FinTech México, la Cámara Uruguaya de FinTech, FinTech CA y Caribe y FinTech Perú, que buscan configurar un hub de tecnología y finanzas de carácter Iberoamericano. Casi todas ellas han elaborado y emitido un documento de posicionamiento del sector, como el Libro Blanco que se publicó en febrero de 2017 en España, e integran, las latinoamericanas, los grupos de trabajo (GT) constituidos por las autoridades financieras (en Colombia, el GT Fintech de la Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda; en Perú el GT Fintech en la Superintendencia de Banca Seguros y AFP; en República Dominicana el GT constituido por el Banco Central). En Brasil, la curva de inversión fintech registró un rápido crecimiento a partir de la promulgación de la Ley 12.865 de 2013 que integra los arreglos y nuevas entidades de pago al sistema de pago de

Brasil, permitiendo la creación de nuevos tipos de cuentas y abriendo un mercado altamente concentrado bajo los principios de interoperabilidad e inclusión financiera. La Ley de 2013 conllevó que el Banco Central de Brasil (BCB) comenzara a relacionarse con más de un centenar de nuevos sujetos entre esquemas de pago, emisores, adquirentes, etc. con múltiples y diversos modelos de negocio a los que integró en junio de 2016 en el GT sobre Innovaciones tecnológicas digitales.

El Proyecto de Ley de Tecnología Financiera de México, en su versión borrador de junio de 2017, aborda el desarrollo, regulación y supervisión de cuatro grandes innovaciones: (i) las instituciones electrónicas para la inversión de capital y financiamiento de proyectos productivos (plataformas de crowdfunding, lending, etc.); (ii) las instituciones de fondos de pago electrónico (dinero electrónico¹⁰); (iii) las instituciones que facilitan el intercambio de activos virtuales¹¹; y (iv) las empresas innovadoras, que podrán contar con una autorización temporal para probar sus modelos de negocio basados en tecnología en actividades financieras actualmente reguladas por alguna ley del sistema financiero vigente (regulatory sandbox).

Los regulatory sandboxes son espacios de pruebas controlados (con "botón de pánico"), exentos de sanciones por incumplimiento de la normativa financiera, en los que start-ups del sector pueden experimentar sus capacidades sin generar riesgo sistémico para, posteriormente, definir con las autoridades las necesidades y obstáculos legales que sea preciso resolver. El pionero fue, una vez más, Reino Unido, país al que han seguido otros como Australia, Canadá, Hong Kong, Malasia, Singapur, Suiza, Emiratos Árabes y Japón, siendo muy probable que México sea el país de Latinoamérica y Caribe que inaugure esta figura en la región.

Por su parte, el Fondo Monetario Internacional (FMI) creó en marzo de 2017 el Grupo Asesor de Alto Nivel sobre Fintech, que prevé trabajar en colaboración con el GT Interdepartamental sobre Finanzas y Tecnología, constituido un año antes. Entre los catorce integrantes del Grupo Asesor se encuentra el español Santiago Fernández de Lis, Economista Jefe de Sistemas Financieros y Regulación de BBVA. En junio, el Fondo publicó el Staff Discussion Note "Fintech and Financial Services: Initial Considerations", dictaminando que, si bien los servicios financieros se encuentran en un momento crucial de cambio fruto de innovaciones tales como la inteligencia artificial, la criptografía, el big data y cloud computing, es difícil hoy dirimir si nos encontramos ante una revolución o una simple evolución. En cualquier caso, el FMI establece que el "nuevo" enfoque regulatorio en el nuevo escenario digital debe (i) ser colaborativo a nivel internacional; (ii) evolucionar de un foco centrado en entidades a uno más centrado en actividades; (iii) fortalecer la gobernanza con reglas y estándares que aseguren la integridad de los datos, algoritmos y plataformas; (iv) considerar la apertura de las redes a terceros, incluido acceso a sistemas de liquidación así como la eventual emisión de monedas nacionales digitales; y (v) modernizar los principios legales que permitan clarificar derechos y obligaciones como la identidad digital y digitalización de activos (tokenización).

El Financial Stability Board (FSB) también aboga por la cooperación internacional y enfatiza las temáticas que deben recibir especial atención por parte de reguladores y supervisores para anticipar debidamente las implicaciones de las fintech y en entorno digital en la estabilidad financiera global, como se verá en la sección de Retos.

Tabla 10: Efectos de la innovación: infraestructuras interbancarias y estabilidad financiera

	Innovaciones	Efectos infraestructuras	Efectos estabilidad financiera
Servicios de pago	• Billeteras digitales • Dinero electrónico • Criptomonedas • Pagos transfronterizos	• Acceso a ACH y LBTR • Interoperabilidad	• Concentración • Perímetro difuso • Riesgos de puntos únicos de fallo • Firmeza ACH
Relación con el cliente	• PISP, AISP • Comparadores • Robo advisors • Identidad (digital) • Portabilidad	• Volatilidad • Riesgo de liquidez • Gestión de credenciales de identidad.	• Volatilidad depósitos • Riesgos de liquidez
Servicios bancarios retail	• Préstamos P2P • Big data analytics	• API y Open banking • Nuevo ecosistema	• Riesgos de futuros modelos de negocio • Banca "en la sombra" • Gestión global del riesgo • Proclividad
Servicios bancarios mayoristas	• Negociación de alta frecuencia (HFT) • Algoritmos	• Cloud computing • Ciberseguridad	• Volatilidad en precios de activos • Funcionamiento de los mercados • Riesgos macrofinancieros
Pagos mayoristas, liquidación y compensación, infraestructuras	• Blockchain / DLT	• Gestión del legacy • Coordinación y consenso	• Dependencia de proveedores de infraestructuras / servicios críticos • Riesgos cibernéticos y operativos • Cooperación

Fuente: Afi, a partir de bankingtech.com
LBTR: Liquidación Bruta en Tiempo Real

¹⁰ Otras jurisdicciones lo definen como el valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor, almacenado en un soporte electrónico o digital, cuyo valor es constante, denominado en la misma moneda (de curso legal) y equivalente a los fondos recibidos por el emisor contra su entrega.

¹¹ Si bien el concepto de activo virtual será definido por el Banco de México, se entenderán que son "representaciones de un valor digital verificable, que no se encuentran emitidos ni respaldados por ningún banco central o entidad financiera, es decir, que no tienen curso legal, y a pesar de eso, generan unidades para su intercambio debido a su aceptación por el público".

2.2. Innovaciones disruptivas

Desintermediación y APIficación: Access to the Account

La “apificación” es la nueva tendencia en BaaS (Banking as a Service), consistente en desarrollar plataformas tecnológicas abiertas que se integran en servicios y productos de otra(s) compañía(s) a través de interfaces de programación de aplicaciones (en adelante, API). Bancos y start-ups fintech se encuentra hoy inmersos en esta tarea, que supone un cambio radical de filosofía para los primeros, caracterizados por contar con infraestructuras cerradas.

El impulso definitivo para que esta tendencia se convierta en mainstream lo ha dado la PSD2 con la normativa Access to the Account, que obliga a las entidades bancarias a “apificarse” para garantizar el XS2A, esto es, asegurar que los ASPSP facilitan un acceso seguro a las cuentas de sus clientes a los TPP autorizados a través de API. El reto de

los bancos es por tanto aprovechar el despliegue e integración de API y sus vínculos actuales con sus clientes para desarrollar un ecosistema de valor centrado en sus propios portales bancarios.

Si bien las API no son nuevas, su generalización entre empresas – no solo grandes corporaciones, también pymes – se está acelerando desde 2015. La economía de las API permite habilitar y simplificar las nuevas propuestas de valor mediante la apertura de las plataformas propias para que terceros puedan innovar. Pioneros como Google, Amazon, Facebook y PayPal son ejemplos de empresas que han creado plataformas para mejorar sus capacidades propias y promover las de terceros, acelerando el crecimiento de clientes y su fidelidad. Ahora es el turno del sector financiero (Open Banking), cuyas infraestructuras críticas y sistemas legacy han llegado a un punto de rendimientos decrecientes, dificultando la generación de ingresos adicionales, la retención o la adquisición de nuevos clientes en el nuevo contexto digital y de apertura de la competencia.

Recuadro 3. Apificación

Una API facilita la relación entre dos aplicaciones para el intercambio de mensajes o datos, al igual que una interfaz de usuario permite la interacción y comunicación entre un software y una persona. Es un espacio de acceso y un conjunto de funciones y procedimientos que ofrece una librería para que otro software la utilice como capa de abstracción. De este modo, una aplicación se sirve de la información de otra sin dejar de ser independientes.

Las API ofrecen a las empresas oportunidades para aprovechar las tendencias de movilidad, analytics, IoT, wearables, redes sociales, economía colaborativa, etc. en la creación de nuevas oportunidades

de negocio Open Banking basadas en la transformación de los activos, la innovación abierta y la colaboración con desarrolladores, declarando el fin de los silos de datos y de aplicaciones.

La comunidad de desarrolladores es un nuevo canal de distribución y grupo de interés de las empresas, por lo que es clave fortalecer las capacidades de generación de engagement con desarrolladores. Algunas entidades ya lo están haciendo con la habilitación de plataformas API Market para uso de clientes, proveedores y otras audiencias incorporadas al proceso de apificación, que requiere situar las áreas de negocio y de tecnología en el mismo plano.

Fuente: Elaboración propia.

Descentralización y la Internet del Valor: Blockchain y Smart Contracts

La primera ola de Internet de la que venimos disfrutando desde los años 90 del siglo XX es la correspondiente a la era de la Internet de la información. En el siglo XXI el protagonismo será de la Internet del valor, basada en estándares abiertos que permiten descentralizar la confianza y el consenso sin depender de un ente central, habilitado por la tecnología de registro distribuido (DLT) o cadena de bloques (blockchain), que puede ilustrarse de forma simplificada como un conjunto de ordenadores (comunidad) que comparten y gestionan de forma consensuada una base de datos encriptada (red), esto es, un registro incorruptible de eventos pasados y presentes en el mundo digital.

El sector pionero en el inicio de la conquista del blockchain ha sido el financiero, tanto por su estimada capacidad de contribuir a la mejora de la eficiencia por la vía de la reducción de costes como por el potencial disruptivo de las soluciones innovadoras y casos de uso que se adivinan, como los smart contracts, la digitalización de activos y sus infinitas aplicaciones en multitud de situaciones y acciones con efectos jurídicos. En el marco de la PSD2, el potencial más inmediato que se estima tenga blockchain y su aplicación vía smart contracts está relacionado con la creación de una identidad digital para el cumplimiento del Access to the Account y las disposiciones KYC, por mencionar algunos.

Dado que los primeros usos de blockchain han estado protagonizados por bitcoin y la transferencia sin intermediarios de activos digitales P2P, la aplicación más inmediata parecía estar enfocada a mejorar e incluso sustituir los actuales mecanismos de compensación y liquidación. Dicho esto, como las transacciones financieras siguen transitando hoy mayoritariamente por redes e infraestructuras que se construyeron hace medio siglo y los sistemas operativos de los bancos fueron diseñados sobre los protocolos de dichas redes e infraestructuras, no resulta plausible que el reemplazo de infraestructuras bancarias e interbancarias de off-blockchain a on-blockchain sea inminente, pero sí que se intensifique a partir de 2020. Es en otras industrias (seguros, energía, salud, educación, cultura, etc.) donde blockchain puede generar aplicaciones prácticas más cercanas en el tiempo, por estar exentas de un legacy tan “pesado” como el de la industria bancaria.

Si bien existen casos de éxito y diversas implementaciones en producción, la fase en la que blockchain se encuentra hoy en día es fundamentalmente de pruebas de concepto y proyectos piloto para descubrir todas las potencialidades de esta tecnología e identificar obstáculos para su desarrollo aplicado, cuyo tránsito del plano teórico al práctico requiere, entre otros avances, la adaptación de la regulación para “reconocer” y legitimar muchas de sus aplicaciones, como las relacionadas con la propiedad intelectual y la digitalización de activos. Además, las leyes de sociedades de capital no están preparadas para acoger nuevos modelos de negocio habilitados por blockchain, que

requieren atraer inversiones a través de la venta de representaciones digitales de activos (token) con ICO (Initial Coin Offerings, equivalente a las OPV tradicionales en las que en lugar de acciones se venden tokens). Sobre este particular, señalar que la Securities and Exchange

Commission (SEC) de EEUU dio un paso decidido al reconocer el pasado mes de julio que algunas ICO y fondos de inversión en bitcoin y ether son, de hecho, valores y, por tanto, sujetos a regulación.

Recuadro 4. Principales consorcios blockchain en el sector financiero

Ripple Consensus Network. Desarrolló su protocolo blockchain en código abierto (Ripple Transaction Protocol, RTXP y su moneda nativa XRP) en 2012. Ripple es hoy en día la única red blockchain bancaria (estándares, reglas y gobierno) para pagos internacionales, esto es, un sistema de liquidación bruta en tiempo real (LBTR).

Ethereum Enterprise Alliance busca desarrollar estándares de industria de forma colaborativa sobre la red Ethereum, comenzando por la mejora de la latencia en la liquidación interbancaria, de la transferencia en cadenas de suministro y la creación de mercados P2P. Entre los socios fundadores destacan Accenture, Banco Santander, BNY Mellon, CME Group, ConsenSys, Intel, JP Morgan y Microsoft. A estos se sumaron posteriormente BBVA, Credit Suisse, ING, Thomson Reuters, UBS y Wipro.

R3CEV, liderado por la fintech R3 al que ya se han sumado más de cuarenta entidades financieras.

Hyperledger, plataforma de código abierto por Linux Foundation, enfocada a transacciones globales. Participan London Stock Exchange, IBM, Wells Fargo, SWIFT, JP Morgan, CISCO y los consorcios R3CEV y Digital Assets Holdings.

B3i, consorcio formado por las cinco principales aseguradoras europeas (Aegon, Allianz, Munich Re, Swiss Re, Zurich).

Fuente: Afi.

Son varios los Bancos Centrales que se encuentran investigando sobre DLT para mejorar la eficiencia de los mecanismos de pagos al por mayor. En 2016, Banco de Canadá, Banco de Inglaterra, Banco de Japón, Banco Central Europeo y la Autoridad Monetaria de Singapur iniciaron pruebas de concepto para estudiar la viabilidad de adoptar DLT como la tecnología subyacente de los sistemas de liquidación bruta en tiempo real (LBTR). El Banco de Canadá, embarcado en pleno proceso de modernización de sus sistemas de pago anunció en junio de 2017 que, tras un año de investigación aplicada en el proyecto Jasper junto con

Payments Canada, los principales bancos canadienses y el consorcio R3, es demasiado pronto para contar con blockchain como tecnología para pagos interbancarios por los problemas de escalabilidad y privacidad, posponiendo la adopción de DLT hasta que los sistemas interbancarios sustentados en blockchain cumplan con los requisitos de seguridad, eficiencia y resiliencia que determinan los estándares internacionales. Por su parte, el Banco de Inglaterra anunció en mayo de 2017 el borrador del nuevo sistema LBTR que, si bien no estará basado en DLT, se diseñará para poder interactuar con DLT en el futuro.

Recuadro 5. Criptomonedas y E-cash

Las monedas virtuales o criptomonedas son unidades de cuenta digitales utilizadas fundamentalmente para pagos en Internet, emitidas por su desarrollador, que no se encuentra sujeto a regulación o supervisión financiera. Son varios los esquemas de criptomonedas que pueden distinguirse:

- Cerrados: uso limitado a un determinado entorno o contexto virtual (p.e. juegos, tiendas virtuales).

- Unidireccionales: la moneda virtual puede ser adquirida con dinero fiat pero no puede ser reconvertida a dinero fiduciario.

- Bidireccionales: la moneda virtual puede ser adquirida con dinero analógico y convertida de nuevo a dinero real en sitios web de cambio / Exchange de moneda virtual (p.e. bitcoin)

Las monedas virtuales difieren del dinero electrónico en que las primeras no tienen contraparte física de curso legal.

Matriz del dinero

	Formato físico	Formato digital
No regulado	Algunas monedas de ámbito local	Moneda virtual
Regulado	Monedas y billetes	Dinero electrónico Dinero bancario (depósitos)

Recuadro 5. Criptomonedas y E-cash Continuación

Los sistemas basados en cuentas conllevan la transferencia de una reclamación de pago registrado en una cuenta mantenida con un intermediario (p.e. cheques, tarjetas), y requiere que la identidad de los titulares de cuentas sea verificada, en un proceso que requiere regulación, estándares, infraestructura e intermediarios. Los sistemas basados en token conllevan la transferencia de una moneda fiduciaria o fiat siempre que se pueda verificar el valor o la autenticidad del objeto de pago (p.e. papel moneda). La transacción basada en token no requiere de la confianza o el conocimiento de las contrapartes, y no hay distinción entre mensajería, compensación y liquidación. Las transacciones basadas en DLT favorecen los sistemas de token, en oposición a los sistemas basados en cuentas.

El impacto macroeconómico de las eventuales monedas digitales emitidas por bancos centrales (Central Bank Digital Currencies - CBDC) dependerá del diseño preciso y del grado en que estas

compitan con los depósitos bancarios, siendo precisamente el impacto que tal decisión pueda generar en la capacidad de financiación del sector bancario y la oferta de crédito en la economía el mayor determinante.

El Banco Central de Suecia (Riksbank) no solo fue pionero en la emisión del primer billete físico en la historia, sino que puede volver a serlo como primer emisor de dinero digital o e-cash. Se encuentra actualmente investigando la posibilidad de emitir e-krona, complemento digital al dinero en efectivo, para lo que este año presentará una propuesta teórica; en 2018 desarrollará regulación, propuestas y tecnologías operativas; y en 2019 tomará la decisión sobre la emisión o no de esta moneda digital.

Fuente: Elaboración propia.

Identidad digital: Biometría y tokenización

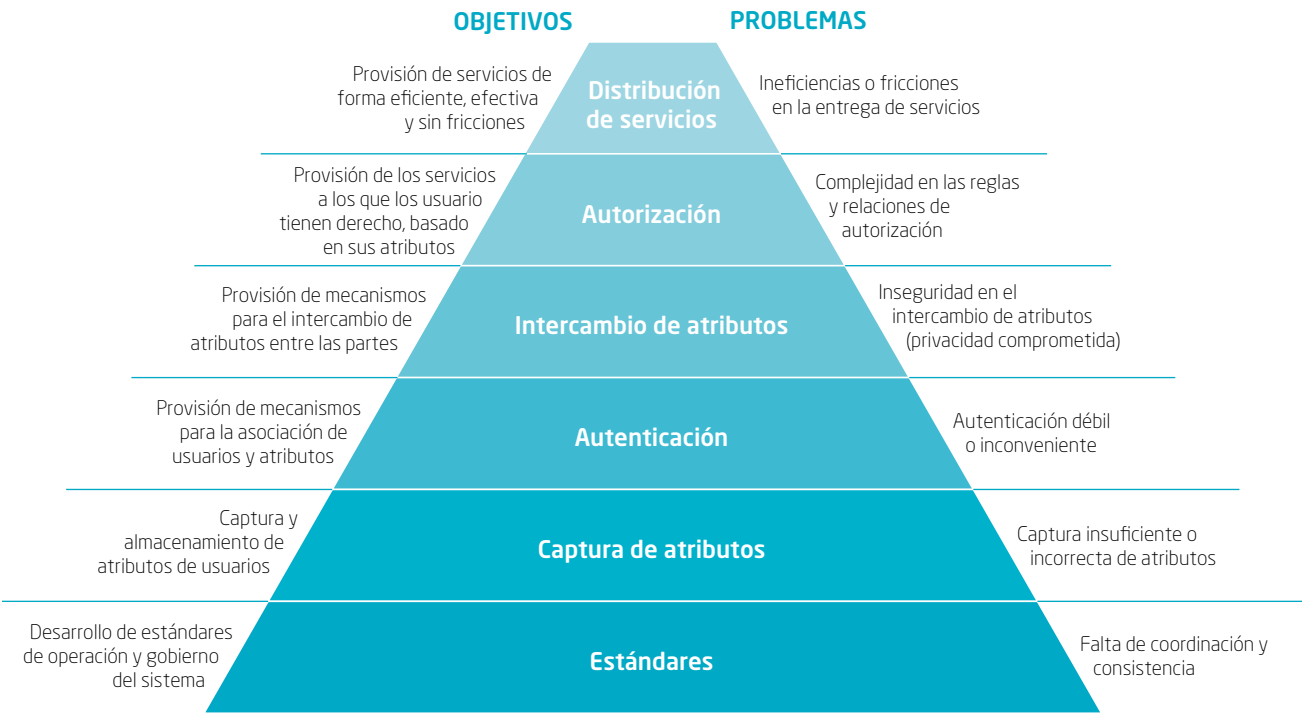
La economía digital está modificando la manera en que realizamos las transacciones que requieren comprobación de la identidad que, al ser resultado de decisiones y acciones pasadas y poder variar en función de quién se encargue de la identificación, no es necesariamente un aspecto estático.

La falta de identidad digital limita el desarrollo y distribución de la oferta de soluciones digitales, obligando a proveedores y usuarios a recurrir al uso de canales físicos durante el proceso de identificación.

Por ello, contar con una nueva generación de sistemas de identidad digital es un aspecto determinante, incluso una condición necesaria, para el desarrollo de la oferta digital de todo tipo de bienes y servicios, entre ellos financieros.

La identidad es un conjunto de atributos individuales que describen una entidad - individuos (personas físicas), empresas (personas jurídicas) y activos - y determina las transacciones en las que dicha entidad puede participar. Los atributos son infinitos, pero de acuerdo con el World Economic Forum (WEF 2017) estos pueden ser categorizados en tres grupos: inherentes, heredados y asignados.

Figura 24: Ámbitos de complejidad en la construcción de la identidad digital



Fuente: WEF (2017)

Tabla 11: Atributos de la identidad digital

	Personas físicas	Personas jurídicas	Activos
Inherentes	• Edad • Altura • Fecha de nacimiento • Huellas dactilares	• Industria • Situación empresarial	• Naturaleza del activo • Emisor del activo
Acumulados / heredados	• Historial médico • Preferencias y comportamientos	• Registro mercantil • Registro legal	• Historial de propiedad • Historial de transacciones
Asignados	• DNI • Número de teléfono • Dirección de e-mail	• Números identificativos • Jurisdicción legal • Directores	• Números identificativos • Custodia

Fuente: Afi a partir de WEF (2017)

El WEF anima a las entidades financieras a desarrollar capacidades para convertirse en referentes en el desarrollo de soluciones de identidad digital que cierre las brechas que existen en los sistemas actuales. Las ventajas identificadas en la provisión de servicios de Identity-as-a-service (IaaS) por parte de las entidades financieras pasan por (i) la eficiencia en costes; (ii) las nuevas oportunidades de generación de ingresos y fortalecimiento de la marca; y (iii) las futuras oportunidades transformacionales.

La construcción de la identidad digital y los mecanismos de verificación y autenticación son unos de los ámbitos en los que entidades públicas y privadas se encuentran hoy desarrollando soluciones.

La española Red Lyra, anunciada en mayo de 2017 como asociación sin ánimo de lucro, y reconvertida en el consorcio Alastria en octubre, es la primera plataforma tecnológica multisectorial del mundo basada en blockchain, semipública (pública en entorno privado) con todos sus nodos validadores (no tiene mineros) en territorio español para garantizar la legalidad. Tiene como objetivo desarrollar de forma colaborativa un sistema de identidad digital, basado en smart contracts sobre la red blockchain pública Ethereum, en el que cada participante podrá desarrollar aplicaciones de forma competitiva.

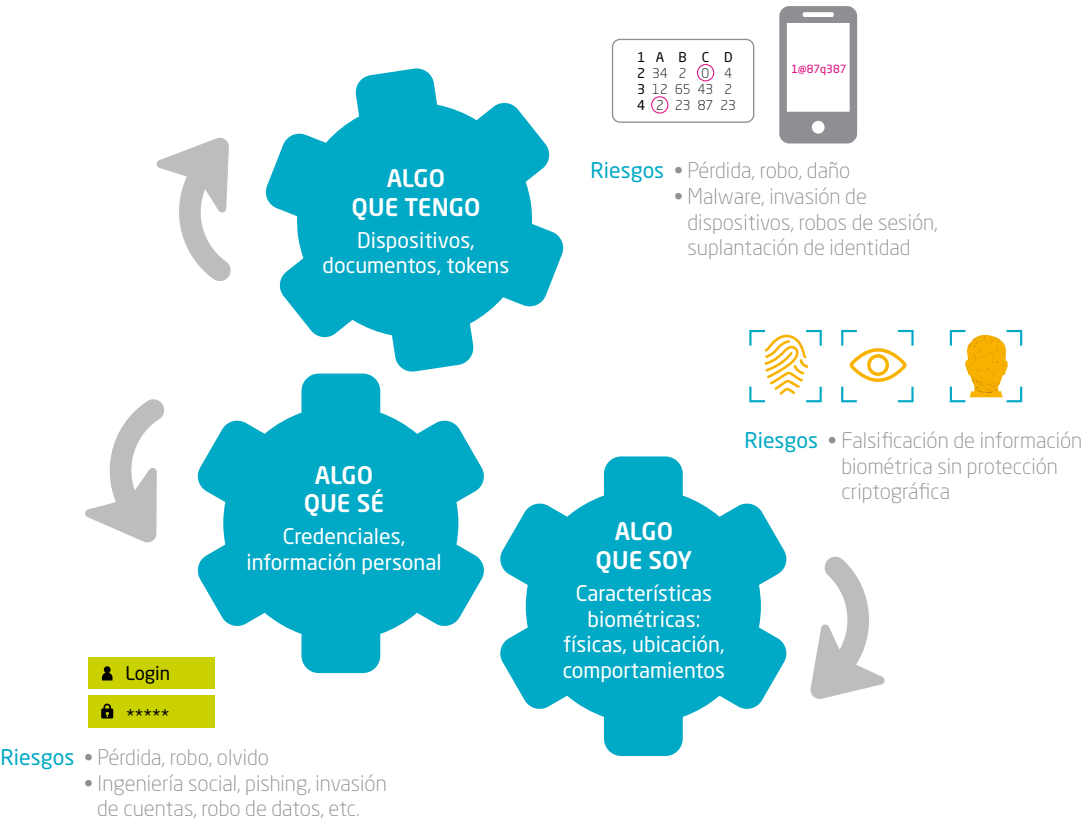
Un ejemplo singular hoy en día es Estonia, país que cuenta con el más desarrollado sistema de identificación nacional en todo el mundo, y que facilita acceso a todos los servicios digitales como prueba de identidad en cualquier entorno digital. Otro ejemplo es India, que desde 2016 cuenta con India Stack, conjunto de API abiertas que permite a gobiernos, empresas, start-ups y desarrolladores usar una única infraestructura digital que consta de cuatro capas: Identidad biométrica universal (Presenceless layer); Registros digitales (Paperless layer); única interfaz para todas las cuentas bancarias y wallets (Cashless layer); y Movimiento de los datos (Consent layer). Se encuentra conformada a partir de Aadhaar, sistema de identificación biométrica iniciado en 2009 sobre el que se han desarrollado numerosos sistemas tales como Aadhaar Payments Bridge y Aadhaar Enabled Payments System, lanzados en 2011 por el National Payment Corporation of India (NPCI) y que utilizan el número Aadhaar como clave central para la distribución electrónica de subsidios y pagos gubernamentales. En 2012, la autoridad de identificación de la India (UIDAI) lanzó e-KYC que permite a las empresas hacer verificación KYC de forma digital

utilizando biometría u One Time Passwords (token) móviles. En 2015 el Controller of Certifying Authorities (CCA) lanzó eSign como API abierta para facilitar que un titular Aadhaar pueda firmar digitalmente documentos. El Ministerio TIC (MeitY) lanzó DigiLocker, plataforma de emisión y verificación de documentos y certificados digitales, eliminando el uso de documentos físicos. Y en 2016 NPCI inauguró Unified Payments Interface (Sistema de Pagos Unificado -UPI), sistema público de pagos para la transferencia inmediata de dinero (ver [Recuadro 1](#)).

La iniciativa Identification for Development (ID4D) de Naciones Unidas y el Banco Mundial buscan proveer a todos los habitantes del planeta con un ID legal en 2030. Entre tanto, existen numerosos programas nacionales de identificación electrónica (eID), que incluyen identificación biométrica, aunque también hay otros gobiernos que han intentado emitir DNI digitales pero los costos y la resistencia de los ciudadanos ha sido en algunos casos elevada por temor a la calidad y cuidado en la custodia de los datos personales.

En Reino Unido, el esquema Gov.UK Verify fue inaugurado en 2016 y Australia anunció el inicio de su programa de identificación digital para agosto de 2017. En México, la CNBV ha comunicado a sus supervisados que deberán iniciar la recogida de datos biométricos de sus clientes en preparación a la inminente entrada en vigor de disposiciones para evitar el robo de identidad mediante la verificación de la identidad de los usuarios en la base de datos biométrica del Instituto Nacional Electoral (INE). Las medidas de seguridad incluirán el reconocimiento facial y de voz para corroborar la identidad en las transacciones financieras, incluida en la retirada de efectivo de los ATM.

Figura 25: Doble factor de autenticación.
Autenticación reforzada



Fuente: Afi

El valor de los datos: Analítica descriptiva, predictiva y prescriptiva

La sociedad está experimentando un incremento exponencial en el volumen y variedad de datos que producimos, emitimos, almacenamos, gestionamos, etc., y que hoy, gracias a las innovaciones Big Data y Analytics, entre otras, pueden ser utilizados para extraer conocimiento útil que derive en una mejor toma de decisiones. De este modo, los datos se han convertido en una variable de negocio, una capa de valor inexistente hace apenas unos años.

Hoy en día es posible convertir los datos en insights a partir de la analítica de datos (Data Analytics), disciplina que explora los datos con la intención de encontrar patrones o conocimiento útil para optimizar o rentabilizar un proceso de negocio. La conversión de datos brutos en conocimiento se realiza aplicando:

- Analítica descriptiva, centrada en el análisis de información histórica para entender el estado actual del negocio (Business Intelligence) y comportamientos de pago.
- Analítica predictiva, que proporciona herramientas para estimar datos de negocio y comportamiento utilizando técnicas de clasificación automática de la información, predicción o regresión de valores futuros basada en valores históricos, segmentación de datos para descubrir grupos de interés ocultos, etc. La analítica predictiva está ligada a la minería de datos y a la aplicación de técnicas de aprendizaje automático.
- Analítica prescriptiva, que emite recomendaciones sobre el conocimiento derivado de los análisis descriptivos y predictivos, además de la investigación operativa y la optimización numérica.

Las herramientas y, sobre todo, las destrezas (aptitudes y actitudes) a lo interno de las entidades para adaptar modelos de negocio y maximizar el potencial de los datos susceptibles de generar valor, son parte consustancial al proceso innovador que describimos en este monográfico. Y los reguladores y supervisores de los sistemas de pagos deben asimismo contar con las herramientas y destrezas técnicas adecuadas.

La Internet de las Cosas: Ubicuidad y autonomía

El mundo de la Internet de las Cosas (IoT) es una red de sensores conectados por Internet, embebidos o incrustados en todo tipo de dispositivos físicos que capturan datos y los comparten con otras personas, aplicaciones o dispositivos. Las oportunidades que emanan de la revolución de la IoT en materia de pagos pasan por ofrecer la capacidad de medir y aplicar insight de contexto así como de automatizar y hacer autónomos los procesos de pago.

Los expertos estiman que en 2020 habrá 25.000 millones de dispositivos IoT operativos. Un reciente estudio realizado por Visa y PYMNTS.com en EEUU desvela que las experiencias de pagos conectados serían ampliamente aceptadas (66%) si garantizaran la eliminación de fricciones que genera el gesto pago, considerado una acción improductiva, ineficiente, tediosa y time consuming inherente a todo proceso de compra. Los encuestados no están preparados, sin embargo, para que electrodomésticos, dispositivos o vehículos ordenen y paguen de forma autónoma por su mantenimiento, reparaciones, repostaje, etc.

Las inquietudes de los consumidores radican en el control de los datos, cómo estos son utilizados y asegurados cuando son dispositivos los que ordenan los pagos de forma autónoma. En particular, es mayoritaria la preocupación por la privacidad de sus datos (76%), seguida de la seguridad (71%) y la transparencia o capacidad de validar cargos (70%), como también es mayoritaria (77%) la preferencia por los bancos o esquemas de tarjetas como habilitadores de estas experiencias de pagos autónomos a través de dispositivos conectados. En contraste, menos de un 30% declara confiar en las grandes tecnológicas (Google 26%, Apple 23%, Microsoft 10%, Facebook 8%) y solo el 15% confiaría en su establecimiento comercial favorito, a menos que este sea Amazon (48%), que presentó a finales de 2016 su prototipo de supermercado futurista "Amazon Go", operativo en fase piloto en Seattle (EEUU), y replicado por Alibaba en algunos de sus asociados retail. Desde finales de 2016 se encuentran disponibles en España los Amazon Dash Button para uso doméstico, precursor del pago autónomo.

Los consumidores conectados declaran tener ganas de cambiar la forma en la que compran y pagan y de poder abandonar el comercio realizando un pago autónomo, sin esperas y sin pérdida del control ni de información.

Desmaterialización y realidad virtual

Las fronteras entre el mundo online y el mundo offline son difusas y la tendencia es que estas se difuminen aún más, desmaterializando el gesto del pago y abandonando el papel como soporte, incluido el efectivo. El proceso de desmaterialización del medio de pago abandona gradualmente el uso de medios físicos (p.e. billetes y monedas, cheques, tarjeta) hacia otros soportes, el más inmediato el Smartphone, pero en un futuro cualquier dispositivo conectado podrá iniciar pagos de forma remota e incluso autónoma.

Aun siendo un mercado incipiente, las compras basadas en realidad virtual serán un canal habitual de atención y venta del retail, momento para el que los retailers ya se están preparando a través del aprendizaje a partir de los datos recopilados de experiencias de compra.

3. IMPACTO EN LA INDUSTRIA DE LOS MEDIOS DE PAGO

Ecosistema: diversidad difusa

Las fronteras entre intermediarios, mercados y nuevos PSP son cada vez más difusas: todos son competidores y ni siquiera tienen bien identificados quiénes son todos los competidores. Las cadenas de valor pueden quebrarse con la incorporación de nuevos agentes que aportan nuevas capas de valor al procedimiento de pago y crean nuevos modelos de negocio, que precisan de regulación adecuada.

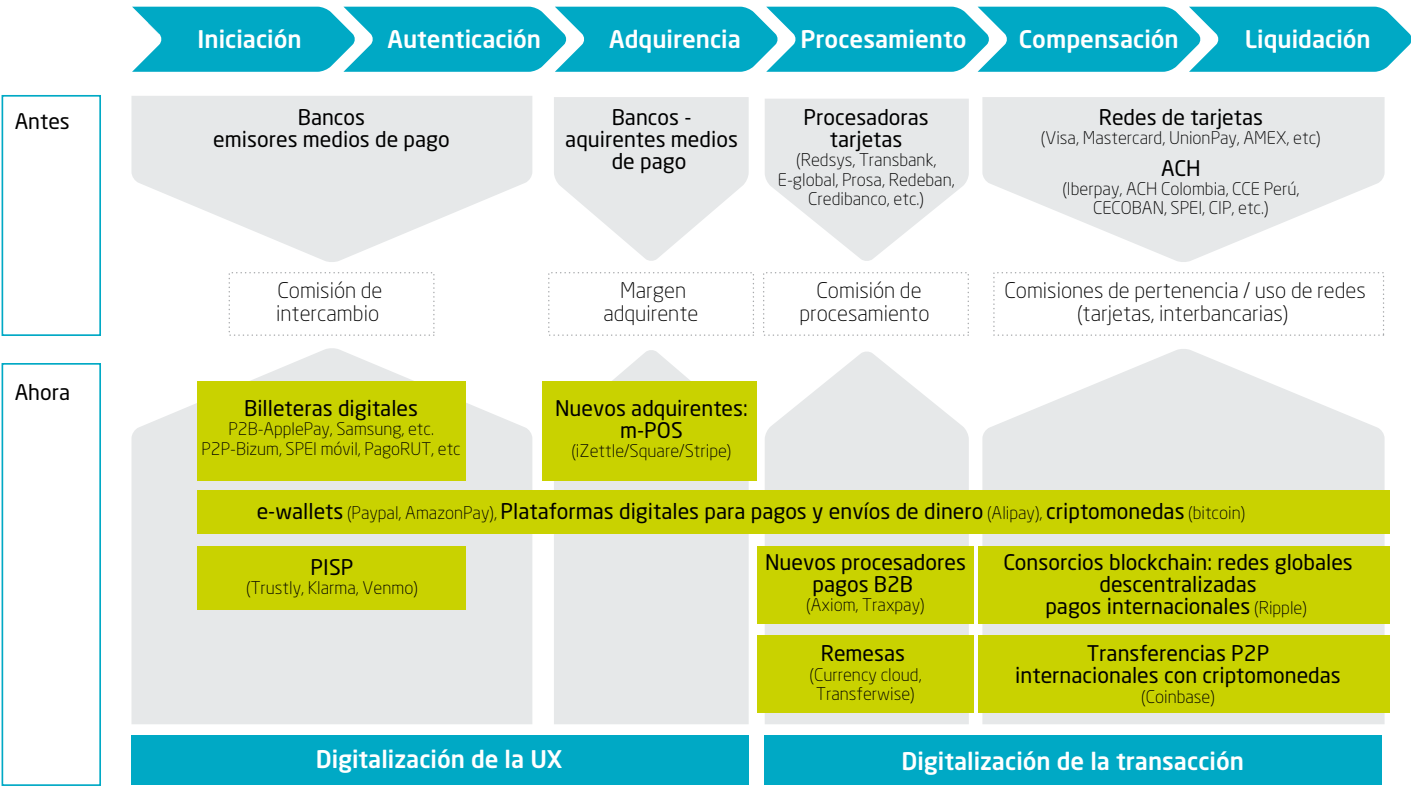
Hoy nos encontramos en pleno momento de tránsito hacia una sociedad digital, en plena transición intergeneracional y en el centro de un cambio en las relaciones geopolíticas a nivel global que indudablemente afectan al mundo de los pagos. En este contexto, podemos afirmar que 2017 es un año de transición en que uno de los retos presentes es garantizar la convivencia de dos modelos (analógico y digital, offline y online, viejo y nuevo) que habrán de coexistir aún durante algún tiempo. Garantizar la convivencia de dos modelos implica transformar digitalmente todo lo transformable – modelo de negocio, estrategia, cultura empresarial, relaciones intra-sistema, infraestructuras – al tiempo que la operativa bancaria se mantiene a pleno rendimiento. La velocidad a la que se suceden los cambios, promovidos por los avances tecnológicos y las preferencias y usos de los clientes, imprime mayores niveles de estrés al sector.

En este contexto de amplia diversidad y novedad, la reputación, concepto análogo a una "licencia social de operación" escala posiciones en entornos de creciente competencia y es condición necesaria para la diferenciación y el éxito del negocio. Hoy, la reputación es un atributo frágil por la sobreexposición y acceso infinito e inmediato a la información en entornos digitales, y se puede encontrar amenazada por vectores de riesgo tales como la ética e integridad, los problemas de seguridad, y el impacto social, laboral, medioambiental, en la salud, etc. que pueda asociarse o atribuirse a la actividad o entidad en cuestión. Pero sin duda es un elemento que ofrece mayor nitidez.

Estrategia: cooperación o competencia

En el actual proceso de apertura de la competencia existen varias opciones de colaboración con el ecosistema fintech para impulsar la innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios, en un contexto de mayor seguridad jurídica. La des-configuración del modelo tradicional bancario, el Open Banking, la "comoditización" de los servicios de pago y la competencia de nuevos agentes hacen fundamental analizar detalladamente qué eslabón de la cadena de valor de los pagos es susceptible de ser "cedido", compartido o delegado a un tercero. Las condiciones establecidas sobre el gobierno de los datos son de suma importancia y determinantes a la hora de elegir una estrategia de colaboración o de competencia con TPP.

Figura 26: Negocios compartidos hoy en la cadena de valor de los pagos



Fuente: Afi, basado en Accenture Research.

Los ASPSP habrán de generar valor y nuevos modelos de negocio a partir de los datos de clientes y, con la aplicación de métodos de análisis científico de datos, diseñar propuestas ajustadas a las necesidades y preferencias de los clientes, entre las que se podrán encontrar la gestión de credenciales de acceso al ecosistema fintech.

La competencia entre proveedores de infraestructuras en Europa también se verá impulsada por la reglamentación sobre la separación entre el desarrollo de los esquemas de pago y los proveedores de infraestructuras (ACH y procesadores de tarjetas), la eliminación de fronteras nacionales que les permitirá ofrecer sus servicios en toda la zona del euro, y la adopción de estándares técnicos comunes para garantizar la interoperabilidad e interconexión entre los diferentes proveedores de infraestructuras incrementando el número de códigos BIC a los que tienen acceso los participantes de una ACH. Los procesadores de tarjetas podrán prestar servicios en toda la zona del euro a diferentes redes de tarjetas y a entidades adquirentes.

Para implementar Access to the Account, las ACH están asimismo preparando un marco para garantizar el acceso controlado a los servicios de pago –transferencias interbancarias, débitos directos, pagos inmediatos– en respuesta a las exigencias de la PSD2. También están trabajando en soluciones para explotar la información de seguimiento del intercambio, compensación y liquidación de los pagos de sus clientes miembros a través de la provisión de API y de servicios de Big data junto con desarrollos DLT para facilitar futuros servicios de pagos a sus entidades participantes. Todo ello, y las expectativas generadas en torno a estas iniciativas de futuro está generando movimientos corporativos muy relevantes en el ámbito de las cámaras europeas¹².

El enfoque colaborativo en este nuevo contexto es reclamado por autoridades globales tales como el Fondo Monetario Internacional y el Financial Stability Board, además de instancias como el Comité Económico y Social Europeo. Este último, en su reciente Dictamen sobre «Digitalización y modelos económicos innovadores en el sector financiero europeo, consecuencias para el empleo y para la clientela» (2017/C 246/02) reclama un enfoque de “comperación” (competencia, colaboración y asociación) para maximizar el desarrollo de un ecosistema innovador que brinde oportunidades para la creación de valor.

¹² Algunos ejemplos: absorción por parte de la cámara francesa STET de la compañía ERSB, perteneciente al esquema de tarjetas francés (Cartes Bancaire) para controlar el procesamiento, intercambio, compensación y liquidación de operaciones SEPA y de tarjetas de pago francesas. Su equivalente en Reino Unido, Vocalink, lidera el desarrollo de proyectos de pagos inmediatos en EEUU, Singapur y Tailandia, y fue adquirida en junio de 2016 por MasterCard. El Banco Central de Hungría ha nacionalizado la cámara húngara (Giro Zrt) y su homólogo polaco ha pasado a ser el principal accionista de la cámara KIR. El Banco Central de Rumanía ha anunciado su decisión de dejar de ser accionista de la Cámara nacional Transfond en el 1T2017. La Cámara suiza (SIX), que procesa tanto instrumentos SEPA como operaciones de tarjetas y que facilita el intercambio de todo tipo de valores, bonos y acciones, va a migrar toda su operativa a ISO 20022, incluyendo su sistema de pagos en tiempo real.

Las iniciativas blockchain existentes, como las recogidas en el Recuadro 4 y el consorcio español Alastria, son en gran medida fruto de ese enfoque de colaboración competitiva necesaria en el nuevo contexto de una Internet del Valor. También forman parte de este enfoque el Memorandum de Entendimiento suscrito el pasado mes de junio entre la Autoridad Monetaria de Singapur (MAS, por sus siglas en inglés) y la Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (ASBA) para fortalecer los vínculos fintech entre dicho país y la región de Latinoamérica; y la constitución de la Alianza Iberoamérica Fintech.

Modelo de negocio: en busca de la rentabilidad

Las iniciativas propugnadas desde la PSD2, que abrirán un gran espacio de competencia en la industria de los pagos, supondrán un reto para todos los actores, tanto en el ámbito estratégico como operativo.

La transformación digital y el entorno competitivo están obligando a las entidades financieras a reescribir su modelo de negocio, pasando a considerar la transaccionalidad como una mera commodity – abaratada y amplificada su velocidad y conveniencia– sobre la que construir modelos basados en la generación de valor personalizado a partir de la captura, almacenamiento y análisis de datos transaccionales, de forma adicional al cobro del fee correspondiente por el servicio prestado.

Este nuevo enfoque, aunque también viene a intentar consolidar un modo de relación banco-cliente en el ámbito de los pagos, estará afectado por nuevos entrantes que la PSD2 ya ha legitimado y legalizado. La armonización europea hará los mercados más permeables para cualquier operador y la implantación del reglamento IFR hará surgir agentes ajenos o alejados de los actores hoy líderes de la emisión y adquisición de medios de pago electrónico.

Los TPP repercuten en la cadena de valor convencional – desde una gran libertad de entrada en la actividad de pagos – y habrán de respetar las garantías, la robustez y sobre todo la seguridad de los procesos, asegurando entre todos el buen fin de esta múltiple participación de actores, para lo que se han desarrollado los “RTS on strong customer authentication and secure communication under PSD2” que conformarán un modelo nuevo de relación y responsabilidad entre los actores en el negocio de pagos.

El hecho de que la cuenta de pago bancaria sea el instrumento básico sobre el cual se construyen los instrumentos de pago SEPA, otorga al sector bancario el rol de depositario del elemento hoy nuclear de la relación con el cliente en el mundo de los pagos (la cuenta bancaria-IBAN). Para apalancar este atributo fundamental, los ASPSP habrán de intensificar la búsqueda de servicios de valor añadido a la mera funcionalidad del pago que atraigan a la demanda y se conviertan en objeto de preferencia de los usuarios, facilitando de este modo su recorrido hacia la amplia gama de servicios financieros ofertados.

PSD2 supondrá una disrupción de las líneas de negocio legacy para los PSP tradicionales, pero los pagos inmediatos y XS2A así como los modelos de relación con los PISP –tanto colaborando como prestando servicios por sí mismos– traen oportunidades para reemplazar y mejorar las actuales fuentes de generación de ingresos de pagos. Es por tanto de esperar que bancos, adquirentes y proveedores de infraestructuras desarrollen nuevos servicios mientras PSD2 abre las puertas a soluciones de terceros.

Recuadro 6. Pagos inmediatos: un enfoque europeo

El Euro Retail Payments Board (ERPB) propuso en 2015 habilitar al menos una solución de pagos inmediatos en euros, de ámbito pan-europeo y disponible a todos los PSP en Europa. Si esta solución se desarrollara a nivel doméstico, debe ser interoperable a nivel europeo con soluciones basadas en el mismo instrumento de pago subyacente. Con el objeto de evitar la fragmentación de soluciones domésticas, la(s) solución(es) de pagos inmediatos deberán constar de las siguientes capas:

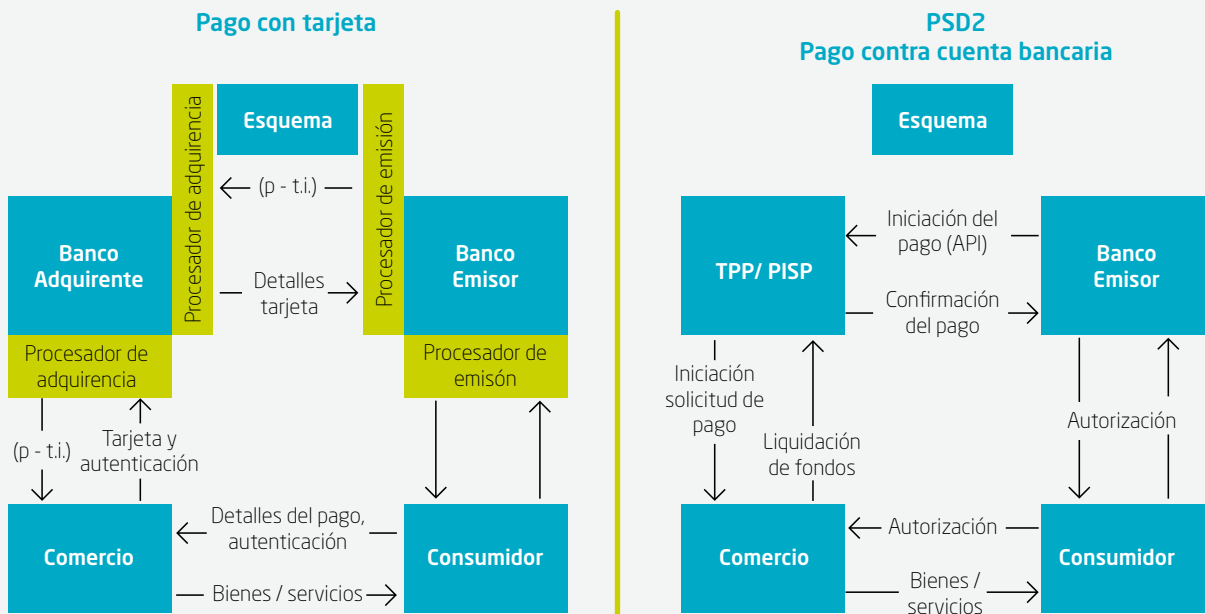
- Capa de esquema o soluciones de consumo final, desarrolladas de forma cooperativa o competitiva
- Capa de compensación
- Capa de liquidación

En noviembre de 2015 el ERPB aprobó la propuesta de diseño general presentado por el EPC basado en SCTinst (transferencias inmediatas) y en noviembre de 2016 fueron emitidos los estándares técnicos junto con el anuncio de su implementación en noviembre de 2017.

Se prevé que el modelo elegido por el ERPB generará un impacto en la manera en que consumidores y comerciantes transan en el futuro: a diferencia del modelo tradicional de tarjetas, los consumidores tendrán la posibilidad de emitir órdenes “push” en lugar de “pull” para abonar los fondos a los comerciantes en el momento de la compra. De este modo, las transacciones ACH sustituirán gradualmente a las actuales que transitan por los esquemas de tarjetas –comenzando por ámbitos cerrados o locales, retails concretos– con menor número de agentes intervinientes en las operaciones, si bien está por ver cómo evolucionará la necesaria estandarización que garantice la seguridad y universalidad alcanzada por la tarjeta.

Recuadro 6. Pagos inmediatos: un enfoque europeo Continuación

Pago con tarjeta vs. Pago con cuenta bancaria (iniciador de pago tercero)



Fuente: Elaboración propia a partir de Ovum (2017).

El impacto de los pagos instantáneos en los pagos tradicionales con tarjeta ha sido estimado por Ovum (2017) para el caso de Europa, previendo que en los próximos 10 años los pagos instantáneos minoristas en el marco de la PSD2 tienen la capacidad de erosionar los volúmenes de pago con tarjeta en más de un tercio para convertirse en el principal medio de pago en compras online en Europa, cayendo el uso exclusivo de la tarjeta de pago del 40% al 11% en la siguiente década.

Es probable que los consumidores adopten pagos inmediatos P2B de forma lenta, sobre todo en comercio físico y pequeños online, siendo la UX clave para agilizar este proceso. Por parte de los comercios, especialmente e-commerce, podrán reducir los costes de chargeback -una vez los modelos resultantes cuenten con mecanismos de resolución disputas análogos a los existentes en los esquemas de tarjeta-, de gestión de liquidez por la inmediatez

del cobro y los transaccionales, especialmente para aquellos que decidan convertirse en PISP. Por contra, otros beneficios asociados a la aceptación de pagos con tarjeta (mecanismos de fidelización, incentivos, términos de pago a crédito) no se encontrarían aún desplegados, por lo que las tarjetas de crédito y los wallets digitales que las alojan seguirán siendo relevantes por un tiempo. Las marcas de tarjetas han desarrollado muchas innovaciones centradas en el comercio para contrarrestar esta amenaza. Por su parte, los bancos emisores, adquirentes y custodios de las cuentas, si pierden ingresos por intercambio y adquirencia habrán de ampliar otros servicios, como la financiación a comercios y la emisión de garantías de pago.

iDeal de Holanda, precursor en pagos de cuenta a cuenta, ha basado su éxito en tres factores: (i) el alcance universal de la solución en el sector bancario; (ii) la rapidez y economía con la que los comerciantes reciben sus pagos; y (iii) su facilidad de uso.

Fuente: Elaboración propia.

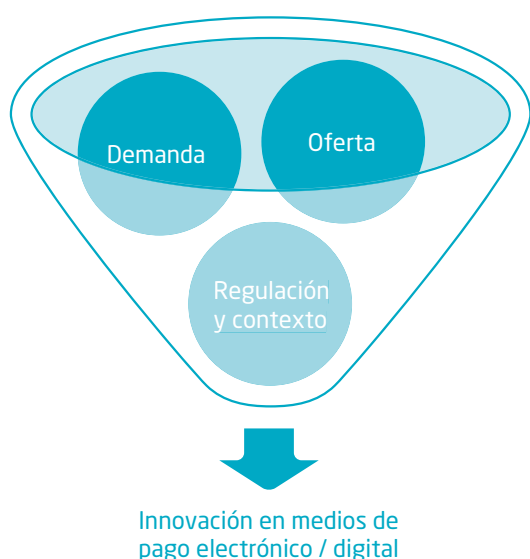
En este contexto, los ASPSP están sujetos a vigilancia por parte de la autoridad correspondiente para garantizar que los TPP tengan la posibilidad de abrir y mantener cuentas para prestar servicios de pago en condiciones no discriminatorias y de un modo que resulte acorde con el objetivo legítimo al que responde, y los particulares tengan acceso - sin cargo alguno o aplicando una comisión razonable - a una cuenta de pago

básica, tal como la define la Directiva 2014/92/UE, aún no traspuesta en España. Son asimismo gestores del directorio de alias (número de teléfono, fundamentalmente) de IBAN de clientes y propietarios de los servicios e infraestructuras de pago (ACH, esquemas domésticos de tarjetas, etc.), actualmente.

4. LA PERSPECTIVA DEL USUARIO

La dinamización del mercado de los pagos electrónicos o digitales requiere que todos los agentes del ecosistema se encuentren alineados. De hecho, en los últimos años se observa un cierto desequilibrio motivado por la mayor debilidad identificada en el lado de la demanda: en los usuarios. Siendo el de los pagos un mercado de dos lados, por usuarios identificamos a dos: quien paga y quien cobra.

Figura 27: Tendencias de innovación en pagos: The three-legged stool



Fuente: Elaboración propia.

4.1. Acceso

El desarrollo de los servicios de pago minoristas en el entorno SEPA gira en torno al IBAN – número de identificación de una cuenta de pago en una ASPSP (PSP gestor de la cuenta) – de modo que es fundamental garantizar la accesibilidad a todos los particulares de la UE a una cuenta de pago.

La Directiva 2014/92/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio de 2014, “sobre la comparabilidad de las comisiones conexas a las cuentas de pago, el traslado de cuentas de pago y el acceso a cuentas de pago básicas”, establece en su artículo 16 el derecho de acceso a una cuenta de pago básica. Dicta que los Estados miembros velarán por que todas las entidades de crédito - o un número suficiente de las mismas - ofrezcan a los consumidores cuentas de pago básicas a fin de garantizar el derecho de acceso de todos los consumidores en su territorio y evitar toda distorsión de la competencia, así como que la oferta no proceda solo de entidades que faciliten las cuentas de pago únicamente a través de servicios en línea.

La Directiva, que no ha sido traspuesta a nuestro ordenamiento jurídico a la fecha de elaboración de este Informe, y que tenía como fecha límite de transposición el 18 de septiembre de 2016, reconoce que es fundamental garantizar no obstaculizar la innovación en el ámbito de los servicios financieros minoristas, en un contexto en que cada año se dispone de nuevas tecnologías que pueden dejar anticuado el actual modelo de cuentas de pago.

En relación con las comisiones aplicadas a los servicios contemplados en una cuenta de pago básica, la Directiva establece que los Estados miembros velarán por que las entidades de crédito los ofrezcan sin cargo alguno o aplicando una comisión razonable, y podrán requerir a las entidades que apliquen varios regímenes de comisiones dependiendo del nivel de inclusión bancaria del consumidor, disponiendo en particular de condiciones más ventajosas para los consumidores vulnerables que no dispongan de cuenta bancaria. Y la Directiva va aún más lejos, tal como lee su artículo 25: “los Estados miembros podrán establecer un mecanismo específico para velar por que los consumidores que no dispongan de cuentas de pago en su territorio y a quienes se haya denegado el acceso a una cuenta de pago a la que las entidades aplican comisiones, tenga un acceso efectivo y gratuito a una cuenta de pago básica.”

En Latinoamérica los problemas de acceso a los servicios financieros, y entre ellos a los de pago, se sitúan en otra dimensión. No en vano, los objetivos de inclusión financiera son transversales a muchos ámbitos diversos de las políticas públicas, como vimos en los capítulos anteriores. Por destacar algunos, los siguientes son ejemplos de nuevos productos y servicios que buscan universalizar el acceso a los medios de pago electrónico en Latinoamérica a todos los segmentos de población:

Modelo Perú es un ejemplo singular de cooperación para implementar una plataforma interoperable que procesa y compensa pagos móviles con dinero electrónico. El BCRP regula los Acuerdos de Pago de Dinero Electrónico y lidera el Grupo Técnico Temático (GTT) de pagos en el marco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera coordinando acciones con entidades públicas y privadas en el ámbito regulatorio, de mercado y de infraestructura que promuevan la digitalización de flujos de pagos con efectivo relacionados al gobierno, comercios y proveedores.

En Chile, el Superintendente SBIF anunció que el nuevo mercado de las tarjetas prepago no bancario podría comenzar a operar a finales de 2017, una vez la normativa en consulta del Banco Central así como la que debe emitir la propia SBIF en materia de supervisión estén cerradas. Hay ya cajas, cooperativas, multitiendas y otras empresas que operan con prepago en otras jurisdicciones preparadas para operar. El objetivo último es que el prepago se constituya en un monedero electrónico que permita operar en comercio físico y online. Antes de la existencia de la CuentaRUT de Banco Estado en Chile, las opciones que un chileno de segmento socio-económico medio o bajo tenía para poder pagar con medios de pago electrónico tanto en comercio físico como virtual eran prácticamente nulas.

La integración del débito — conocido comercialmente como RedCompra – a WebPay, la pasarela de pagos online de Transbank a inicios de 2010, abrió la puerta a casi cuatro millones de cuentas de BancoEstado para comprar online, siempre y cuando el comercio fuera nacional, y tuviese habilitada la opción. Esto, porque los bancos chilenos no emiten tarjetas de débito Visa o MasterCard -con fecha de expiración y un código CVV que permiten su uso en Internet. Con Uber, Spotify, Netflix, Amazon y tantos otros servicios digitales disponibles a un clic es necesario disponer de una tarjeta de crédito para activar y pagar sus servicios (porque el débito no está habilitado) y estas no se encuentran al alcance de toda la población. Es ahí donde las tarjetas de prepago entran en juego.

Algo similar ha ocurrido en México y Colombia, donde la tarjeta de débito, la más extendida entre la población, ha estado históricamente cerrada al mundo online por no encontrarse habilitado el ingreso del PIN en comercios digitales.

4.2. Uso

Superados los problemas de acceso, y a pesar de que la oferta de los distintos proveedores de medios de pago electrónico y digital está “desbocada”, la demanda carece del dinamismo necesario que universalice la adopción y uso de los medios de pago electrónico en detrimento gradual del efectivo.

Una estrategia de universalización del uso pasa necesariamente por contar con la complicidad de las administraciones públicas, principal pagador y cobrador en cualquier economía; por fortalecer la educación financiera de la población para mejorar el conocimiento de las nuevas soluciones; así como por estimular al comercio (especialmente al pequeño) a la modernización en materia de aceptación de pagos, como ya está haciendo en otras facetas igualmente consustanciales al negocio minorista. La integración de los medios de pago electrónico en servicios de uso masivo como el transporte público debe avanzar con mayor decisión. Por ejemplo, en Chile, el artículo 7 de la ley habilitadora del prepago establece que podrán ser utilizados como medio de acceso al sistema de transporte público de pasajeros, siendo esta autorización el motivo principal de que la aprobación de la ley se haya dilatado durante años.

Por parte de los oferentes, la clave del impulso a la adopción se encuentra en la mejora de la UX, incluida la seguridad, garantizando que cualquier nuevo método de pago sea significativamente mejor que el que se desea sustituir (p.e. efectivo).

Adicionalmente, para que la población use los servicios financieros a los que se tiene acceso, es necesario¹³ que: (i) disponga de información y aprenda a utilizar los servicios financieros de manera responsable; (ii) tenga una percepción positiva; (iii) confíe en el buen funcionamiento de estos servicios y conozca la normativa de protección al consumidor; (iv) encuentre correspondencia entre sus necesidades y las características de los servicios disponibles; (v) pueda validar la conveniencia y asequibilidad de cada servicio; (vi) tenga acceso de forma transparente a los costes de los servicios; y (vii) cuente con varias alternativas de servicios y proveedores.

Recuadro 7. Cantabria Pago Digital

En pleno siglo XXI, tenemos a nuestra disposición una multitud de métodos de pagos electrónicos y digitales seguros, eficientes, cómodos y globales. El efectivo ha sido el medio de pago tradicional y sigue siendo de uso mayoritario en España a pesar de que carece de los atributos y ventajas que ofrece el pago electrónico o digital.

La universalización del pago electrónico o digital es un objetivo que busca apoyar de forma transversal a la digitalización de la economía y sociedad, tendencia ineludible hoy. Son varios los condicionantes que deben ser abordados para avanzar en dicha universalización:

- garantizar el acceso de la población a medios de pago electrónico asequibles
- animar a la adopción, para lo cual es necesario garantizar que la aceptación es asimismo universal;
- garantizar que la población está adecuadamente informada y conoce las alternativas a su alcance;
- identificar y superar situaciones en la que los agentes se ven obligados a utilizar efectivo.

El cumplimiento de estos condicionantes requiere de un impulso público-privado en el que las Administraciones públicas sean catalizadoras y ejemplo de transformación digital en materia de pagos.

Estos son los antecedentes de la iniciativa “Cantabria Pago Digital”, protagonizada por el municipio cántabro de Suances, de algo más de 8.500 habitantes, primer municipio de España que acoge una experiencia cashless durante un periodo de un mes. Enmarcada en el Foro por la Modernización de Cantabria, la iniciativa del Gobierno ha demostrado que “transitar al pago electrónico redunda en beneficio de todos y requiere la modificación de muchos usos y costumbres arraigados”, tal como señala la presidenta regional.

El proyecto, con un fuerte componente de educación financiera, ha contado con la participación activa de ciudadanos, negocios minoristas, organizaciones del tercer sector y Administraciones públicas (Gobierno regional y Ayuntamiento de Suances) y de colaboradores como Banco Santander, “pieza clave” como proveedor de infraestructuras de pago, y Mastercard.

El leitmotiv de la iniciativa es visibilizar que los pagos digitales son “seguros, eficientes, cómodos y globales” y que presentan ventajas sustanciales frente al efectivo, aún medio de pago mayoritario para pagos cotidianos.

La hoja de ruta de este proyecto parte de la elaboración de un diagnóstico para conocer las condiciones de partida en prácticas de pagos cotidianos, las necesidades de equipamiento en particulares y comercios así como de sensibilización y educación financiera; la celebración del periodo cashless durante el mes de octubre en torno a las actividades de Maratón de pagos digitales y Embajadores sin efectivo; y la evaluación de la iniciativa.

Fuente: www.cantabriapagodigital.es

¹³ CEMLA (2016).

4.3. Bienestar

Las situaciones de sobreendeudamiento y falta de control del gasto que recogíamos en el capítulo 6 de la pasada edición del Informe han sido reconocidas como problemáticas por la autoridad correspondiente en los casos de Brasil y Perú, países que han emitido nuevas reglas de revolving en fechas recientes (enero de 2017 y febrero de 2016, respectivamente) en particular relacionado con la recurrencia de uso por particulares, el pago mínimo y las tasas de interés aplicables.

En este contexto, el Director de Política Monetaria del Banco Central de Brasil¹⁴, señaló recientemente que “esperamos que tanto como en su función de medio de pago como en su función de instrumentos de financiación al consumo, la industria de las tarjetas de crédito continúe evolucionando con el avance de la regulación y la tecnología, con ganancias de escala, reducción de costes y mayor inclusión financiera”.

Así, las condiciones necesarias para que la universalización de los pagos digitales genere bienestar en la población pasan por contar con un marco legal e institucional de protección de los usuarios con medidas que promuevan la transparencia de información de los PSP sobre los precios y las comisiones relacionadas con cada servicio de pago; estrategias para aumentar la educación financiera de la población; y mecanismos y reglas para asegurar la protección de datos personales de los usuarios.

La comprensión de la información precontractual y el control de la información, de las finanzas personales y de los datos son condiciones necesarias para garantizar el bienestar asociado a los nuevos métodos de pago.

5. RETOS

Las innumerables innovaciones tecnológicas (inteligencia artificial, análisis cognitivo, drones, IoT, blockchain, criptografía, etc.) aplicadas a los métodos y soluciones de pago imponen nuevos retos a los agentes del ecosistema, incluida la autoridad reguladora y supervisora. La política monetaria imprime una dimensión adicional a los retos, por el rol ampliado de bancos, aseguradoras, etc. en la creación de dinero a partir de la función de intermediación. Y la propiedad y gobierno de los datos se constituyen en elementos críticos de la nueva realidad digital.

La sociedad, en pleno relevo generacional, vive en entornos analógicos y digitales, cuyo tránsito genera asimismo situaciones nuevas que requieren de comprensión y de nuevos mecanismos de protección.

Tabla 12: Retos de la disrupción en pagos

Regulación y supervisión
Estabilidad financiera
Gestión del legacy
Acceso e interoperabilidad
Reparto de responsabilidades y arbitraje regulatorio
Jurisdicción territorial
Privacidad y protección de datos
Transparencia
Riesgos TIC
Retos DLT

Regulación y supervisión

La regulación y la supervisión enfrentan hoy el reto de proporcionar un marco regulatorio adecuado que fortalezca la seguridad y eficiencia a la vez que garantice la protección del consumidor y no limite la innovación y la aparición de nuevos servicios en el entorno digital.

El nuevo paradigma digital presenta riesgos nuevos de carácter tecnológico y digital que exceden a los estrictamente operacionales en ámbitos como la ciberseguridad, la protección al consumidor, la protección de la privacidad y los datos, la continuidad operativa y el fraude que, por ser nuevos, no se encuentran perfectamente identificados, dimensionados y, por tanto, definidas las reglas que minimicen su incidencia e impacto y garanticen la resiliencia del sistema financiero en su conjunto¹⁵.

El aprendizaje sobre el tratamiento de los nuevos riesgos requiere de ambientes seguros para la experimentación (regulatory sandboxes), de nuevas destrezas y habilidades digitales, de ciberseguridad y análisis científico de datos, no solo en los agentes de la industria incluidos órganos de gobierno sino en el supervisor y regulador. Y también requiere transitar hacia modelos y enfoques colaborativos a través de hubs de innovación¹⁶ para que industria y reguladores compartan visiones, experiencias e insight para su traslado al marco regulatorio.

Estabilidad financiera

Si bien el Consejo de Estabilidad Financiera (FSB, por sus siglas en inglés), creado tras la Cumbre del G-20 en Londres como sucesor del Foro de Estabilidad Financiera, concluye que “no existen riesgos apremiantes motivados por la emergencia de las innovaciones fintech”, sí señala varios aspectos¹⁷ que merecen la atención de las autoridades, tres de los cuales requieren ser priorizados y sujetos a colaboración internacional.

¹⁴ Discurso del Director de Política Monetaria, Reinaldo Le Grazie, del 14 de marzo de 2017, en la apertura del 11º Congresso de Meios de Pagamentos organizado por la Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços - ABECS.

¹⁵ González-Páramo (2017)

¹⁶ Algunos ejemplos: Fintech Lab de la Autoridad Monetaria de Singapur (Monetary Authority of Singapore, MAS), Fintech Hub de la Australian Securities & Investments Commission (ASIC) o la Oficina de Innovación de la Office of the Comptroller of the Currency (OCC) de EEUU. La MAS ha firmado convenios de cooperación con varios países (Reino Unido, Corea del Sur, Suiza, India). En junio de 2017 MAS y la Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (ASBA) suscribieron un memorándum de entendimiento para fortalecer vínculos en materia de supervisión de Fintech.

¹⁷ Financial Stability Implications from FinTech Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities' Attention

Reconoce el FSB¹⁸ que la innovación fintech va a suponer un cambio radical en la forma en que operan los mercados financieros, derivada de tres efectos inminentes: (i) mayor acceso y conveniencia de los servicios financieros; (ii) mayor eficiencia, y (iii) mayor descentralización. Estos elementos tienen implicaciones de estabilidad financiera, por lo

que el FSB apremia a las autoridades a estar vigilantes y monitorear activamente los efectos sobre productos y servicios, sobre incumbentes, sobre mercados financieros y sobre la economía en su conjunto, para lo cual es preciso mejorar las capacidades y habilidades técnicas de los supervisores.

Tabla 13: Acciones prioritarias y otras acciones sugeridas por el FSB ante emergencia fintech

Prioritarias	Otras
1. Gestión de riesgos operativos de proveedores externos de servicios (cloud computing, servicios de datos, etc.) → Mayor coordinación global entre autoridades financieras y no financieras (seguridad, TI). 2. Mitigación de riesgos cibernéticos → Planes de contingencia ex ante → Compartición de información sobre ciberataques → Ciberseguridad por defecto en diseño de soluciones → Educación y concienciación TI 3. Seguimiento de riesgos macrofinancieros → Disponibilidad limitada de datos públicos y privados → Las autoridades habrán de desarrollar capacidades para acceder/recabar datos de fuentes de información existentes o nuevas.	4. Aspectos y acuerdos regulatorios transfronterizos → Incertidumbre sobre la compatibilidad jurisdiccional de los marcos legales nacionales, la validez legal y aplicación de smart contracts y otras aplicaciones DLT. 5. Marcos para la gobernanza y la difusión de big data analytics → La complejidad y opacidad de los modelos y algoritmos dificulta que las autoridades puedan (i) evaluar su robustez, (ii) anticipar riesgos en el comportamiento de mercado o (iii) confirmar que los participantes del mercado tienen pleno control de sus sistemas. 6. Confirmación y actualización periódica del perímetro regulatorio → Preferiblemente con enfoque tecnológicamente agnóstico y basado en actividades y/o servicios financieros. 7. Canales de comunicación entre autoridades y con el sector privado → sandboxes, aceleradoras, hubs de innovación y otras formas de interacción, para compartir aprendizajes y mejorar el marco regulatorio. 8. Construcción de capacidades en supervisores y reguladores en nuevas áreas fintech. 9. Estudio sobre configuraciones alternativas de monedas digitales y sus implicaciones en política monetaria, estabilidad financiera y el sistema monetario global, así como el uso de algunas de ellas para la financiación de actividades ilegales, incluidos ciberataques.

Gestión del legacy

A diferencia de los PSP tradicionales que deben superar este momentum transicional, una nueva modalidad de agentes competidores nativos digitales (challenger banks o neobancos), sin legacy, buscan centrarse en la optimización de la UX por canales exclusivamente digitales. Así, operadores de telefonía y start-ups del sector fintech están obteniendo licencias bancarias en algunos mercados con el objetivo de ocupar espacio en aquellos componentes de la cadena de valor en los que los bancos tradicionales no han conseguido explotar todo su potencial: la UX, elemento que junto con la seguridad se constituye en clave para el éxito comercial de cualquier nuevo producto y servicio de pagos lanzado al mercado.

En esta tipología se distinguen tres categorías:

- “Neobancos”, que ofrecen una UX diferenciada sobre la estructura de un banco convencional encargado de los procesos más pesados y del cumplimiento normativo, y operan exclusivamente en el ámbito móvil-digital (Moven Bank y Simple en EEUU (adquirido este último en 2014 por BBVA) BNext y Orange Bank, que iniciará operaciones en España en 2018 para unirse a ImaginBank y Openbank).

- “Challenger banks”, bancos data-driven creados ex novo (Atom Bank, Tandem Bank, Monzo Bank y Starling Bank en Reino Unido; WeBank y MYBank en China; N26 y Fidor Bank en Alemania), que sí requieren construir todas sus infraestructuras tecnológicas y tramitar su licencia bancaria, que en muchos mercados es un proceso complejo en términos de tiempo y recursos. En otros, como en Reino Unido, las autoridades han simplificado los procesos de autorización y relajado los requisitos de capital de estos nuevos agentes con el objetivo de facilitar la competencia.
- Los “BaaS” ofrecen servicios de plataforma financiera con marca blanca bien con la licencia del propio BaaS o con la de un tercero, a través de API.

El legacy de infraestructuras supone que los bancos tradicionales enfrentan el reto de mantener y avanzar en los desarrollos digitales al mismo tiempo que buscan minimizar los costes de actualización de sus sistemas TI. Algunos están migrando desde un enfoque de propiedad a uno de servicio (SaaS) a través de las facilidades de cloud computing y de infraestructuras smart (conectadas) que mejoran la flexibilidad, agilidad, eficiencia, facilidad de uso así como el coste y el esfuerzo de mantenimiento, actualización y upgrading y permiten avanzar en el reto de convertir los datos obtenidos y almacenados durante años de operación en conocimiento accionable aplicado a un negocio en plena disrupción.

¹⁸ Chatham House Banking Revolution Conference Global Regulatory Developments and their Industry Impact Remarks by Svein Andresen, Secretary General, Financial Stability Board 3 November 2016.

Acceso e interoperabilidad

Las economías de escala y de alcance, junto con las externalidades de red, pueden generar condiciones sub óptimas de competencia, pudiendo propiciar que proveedores, plataformas y sistemas de pago adquieran poder de mercado. Así, las condiciones de competencia para los PSP, los sistemas y las plataformas en la provisión de servicios de pago influyen de manera directa en el acceso de los usuarios finales, por lo que es fundamental favorecer la igualdad de condiciones y la competencia.

En Europa, PSD2 ha supuesto un avance destacado de apertura de la competencia, pero existen espacios “cerrados” sobre los que recientemente se ha abierto un debate, como el acceso de los TPP a las infraestructuras interbancarias (ACH), generalmente accesibles únicamente a las ASPSP. La presión por la interoperabilidad no se debe exclusivamente a un mandato regulatorio; también la hacen obligatoria tanto la nueva competencia, con gigantes tecnológicos (con enormes efectos de red) o las fintech más innovadoras y con mayor libertad de experimentación; y los clientes, que demandan mayor calidad, funcionalidad y comodidad de servicio, certeza en la usabilidad y libertad de elección.

Tabla 14: Acceso de PSP no bancarios a ACH miembros de la European Automated Clearing House Association (EACHA)

ACH	¿Acceso a PSP no bancarios?
Bacs Payment Schemes Limited Reino Unido http://www.bacs.co.uk/	Análisis en proceso de consulta: https://goo.gl/6cQTJy
Bankart Eslovenia http://www.bankart.si/	Procesador de tarjetas – emisores, adquirentes
Bankgirocentralen BGC AB Sue http://www.bgc.se/	Solo entidades de crédito (EC)
BORICA - BANKSERVICE Bulgaria http://www.bobs.bg/	Solo EC. Compañía propiedad del Bulgarian National Bank y los bancos comerciales del país.
CEC Bélgica http://www.cecbelgium.be/	Solo EC. Sistema de pago interbancario para pagos minoristas. Proveedor de la plataforma: National Bank of Belgium
Deutsche Bundesbank Alemania http://www.bundesbank.de/	Solo EC. La conexión a SEPA-Clearer puede llevarse a cabo de forma directa o indirecta (EC correspondientes al Artículo 4 (1) de la Directiva 2013/575/EC así como otros PSP). Se permite la participación a todas las EC firmantes del SEPA Adherence Agreements del European Payments Council (SEPA credit transfer and/or SEPA direct debit) o del Girocard agreement del German Banking Industry Committee (SCC collections).
DIAS Grecia http://www.dias.com.gr/	EC, Banco de Grecia y Hellenic Post
equensWorldline Holanda / Alemania / Italia http://www.equensworldline.com/	EC bajo supervisión, tener una cuenta TARGET2, adherirse al SEPA Payment Scheme del European Payments Council
Eurogiro Dinamarca http://www.eurogiro.com/	Creado por un grupo de servicios postales en 1990, opera un sistema propietario para transacciones financieras así como un enlace a SWIFTNet así como una interconexión con el Universal Postal Union (UPU) Miembros españoles: BBVA y Correos
FINA Croacia http://www.fina.hr/	El National Clearing System es el Sistema central para la compensación multilateral. Los participantes son bancos, cajas de ahorro, cooperativas de ahorro y crédito y el Croatian National Bank (HNB).
GIRO Zrt. Hungría http://www.giro.hu/	100% propiedad de Magyar Nemzeti Bank
GSA Austria http://www.geldservice.at/	Cash management
Iberpay España http://www.iberpay.es/	Solo EC, administraciones públicas y Correos
ICBPI Italia http://www.icbpi.it/	Plataforma al servicio de la Rete Nazionale Interbancaria (solo EC) (RNI) como ACH
KIBS Macedonia http://www.kibs.com.mk/	14 bancos, el National Bank of the Republic of Macedonia, el Tesoro y el Ministerio de Finanzas son participantes.
KIR Polonia http://www.kir.com.pl/	Solo EC
Latvijas Banka Letonia http://www.bank.lv/	Solo EC

Tabla 14: Acceso de PSP no bancarios a ACH miembros de la European Automated Clearing House Association (EACHA) *Continuación*

ACH	¿Acceso a PSP no bancarios?
National Bank of Moldova Moldavia http://www.bnm.org/	n.d.
NETS Dinamarca http://www.nets.eu/	Servicios de procesamiento a más de 200 emisores de tarjetas de pago y bancos en la región Nórdica y Báltica.
Oesterreichische Nationalbank Austria http://www.oenb.at/	Solo EC
SIBS Portugal http://www.sibs.pt/	Sistema interbancario (solo EC)
SIX Interbank Clearing Suiza http://www.six-interbank-clearing.com/	Ofrece servicios de procesamiento de pagos entre entidades financieras bajo la supervisión del Swiss National Bank.
SIA Italia http://www.sia.eu/	Solo EC
STET Francia http://www.stet.eu/	Propiedad de seis bancos (solo EC)
TransFonD Rumania http://www.transfond.ro/	Solo EC
VocaLink Reino Unido http://www.vocalink.com	Propiedad de MasterCard desde julio de 2016. Ofrece PayPort, gestión de acceso guiado a pagos inmediatos para challenger banks y nuevos PSP: Participantes directos necesitan contar con una cuenta de reserva de colateral en el Banco Central para la liquidación. Los participantes indirectos, que no necesitan contar con dicha cuenta, han de estar esponsorizados por un tercero para la liquidación y la autorización de transacciones.

Fuente: Afi, EACHA.

Dentro del Grupo de Trabajo sobre Asuntos de Sistemas de Pago de Latinoamérica y el Caribe del CEMLA se conformó en 2014 el Subgrupo de Pagos e Inclusión Financiera (SPIF) integrado por los bancos centrales de Ecuador, El Salvador, Paraguay, Perú y Uruguay. Las conclusiones del análisis realizado en la región determinan que las normas de rango jurídico inferior a las leyes son las más utilizadas para definir el marco regulatorio de los sistemas de pago, y que a pesar de que las cuentas de transacción, el acceso de nuevos PSP en los sistemas de pago y los pagos del gobierno son elementos relevantes de los sistemas de pago para promover la inclusión financiera, en la mayoría de países no se ha promulgado todavía el marco normativo que los regule.

La interoperabilidad sigue siendo una asignatura pendiente, ya sea interbancaria, de POS, monederos digitales (cámaras de compensación de dinero electrónico), más aún cuando las fintech comiencen a operar en entornos regulados. Ello debido a la heterogeneidad, composición y desarrollo de los sistemas de pago, la falta de escala de LBTR y ACH, la estructura de mercado y definiciones de industria (comisiones, exclusividad, entre otros) y otros aspectos institucionales y regulatorios de cada país. La estandarización requiere que el marco legal y las autoridades encargadas de su regulación y vigilancia estén coordinados con autoridades y participantes de la industria de pagos de muy distinta índole (p.e. autoridades de servicios de telecomunicaciones).

Reparto de responsabilidades / arbitraje regulatorio

Un gran reto para los bancos es facilitar la superación de su cultura organizacional para adoptar un enfoque más colaborativo.

El acceso a cuentas por parte de los TPP impone importantes retos para los ASPSP, ya que implica: (i) compartir la información de las cuentas de sus clientes, información que los TPP pueden explotar con mayor capacidad analítica y sobre la cual diseñar y desarrollar servicios de valor añadido, con el riesgo implícito para los ASPSP de perder intensidad en la relación con el cliente; y (ii) seguridad y prevención del fraude, reparto de responsabilidad entre el ASPSP y el TPP en casos de pagos fraudulentos.

Estas implicaciones se producirán tan pronto sea traspuesta la PSD2, si bien el passporting puede acelerar la generación de efectos en tanto en cuanto otros países de la eurozona la traspongan con antelación a la fecha límite. El passporting presenta un riesgo de arbitraje regulatorio en aquellos casos en que los grados de libertad en la trasposición de la PSD2 en los distintos Estados miembros pueda generar brechas y diferencias normativas aprovechables por los distintos agentes reconocidos en la regulación. El acceso directo a las infraestructuras interbancarias de los TPP, habilitado en algunas jurisdicciones y no en otras (Tabla 14) puede asimismo motivar situaciones de arbitraje regulatorio.

Jurisdicción territorial

Dos de los temas que más preocupan al regulador a la hora de decidir regular sobre materias digitales son la velocidad del cambio y la inexistencia de fronteras en el mundo digital. La gestión política que conocemos es estrictamente territorial.

El gobierno de los datos y su adscripción a las jurisdicciones donde estos se generan – o donde radican las personas físicas, jurídicas o activos que los producen – es un aspecto crítico que impacta de pleno en el desarrollo de la economía digital. No en vano, las decisiones que en fechas recientes han sido adoptadas por distintos países tienen como motivación principal – si no única – la residencia y gobierno de los datos. Las creaciones de los esquemas nacionales de tarjetas que describíamos en la pasada edición del Informe (Rusia, India), y la decisión de Apple de establecer un centro de datos en territorio chino para cumplir la normativa local en materia de ciberseguridad (en definitiva, la protección de los datos) son ejemplos de las inquietudes relacionadas con la seguridad nacional y la geopolítica, que trasciende a los medios y sistemas de pago electrónico, pero que quedan plenamente afectados por sustentarse en “datos” de carácter sensible.

Como veremos más adelante, los avances en blockchain también están sujetos a la resolución previa de aspectos relacionados con la jurisdicción aplicable en las soluciones diseñadas a partir de smart contracts.

Privacidad y protección de datos

El Digital Banking Report 2016 dedicado a “The Power of Personalization in Banking” destaca que los consumidores son cada vez más propensos a compartir información personal cuando existen los incentivos adecuados y las garantías de que los datos serán utilizados de forma responsable, siempre y cuando la información solicitada no sea excesiva. Sobre la protección y privacidad de los datos personales, Europa inaugura en mayo de 2018 una nueva etapa guiada por el Reglamento de Protección de Datos (GDPR), que extiende los derechos de los interesados actualmente vigentes en España (derechos ARCO - Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición), a cuatro nuevos derechos (Portabilidad, Oposición a decisiones Automatizadas, Limitación y Supresión).

El conjunto de industrias, y en particular el sector financiero, se encuentra en proceso de adaptación al nuevo marco normativo GDPR. Queda pendiente en muchos casos desarrollar metodologías estandarizadas para dar respuesta a las solicitudes de ejercicio de derechos, especialmente cuando se ofrecen bienes y/o servicios por medios electrónicos. También se encuentran en proceso de definición de la nueva figura de Delegado de Protección de Datos (DPO) requerida por el nuevo reglamento para el adecuado ejercicio de las funciones detalladas en la norma y como punto de contacto con interesados, responsables y autoridades de control. Si bien algunas entidades ya contaban con esta figura, en muchos casos sus funciones y/o configuración organizativa no se corresponden con lo exigido por el nuevo reglamento, estando originalmente ubicados en las áreas legales o de seguridad de la información, cuando parte de las funciones que absorberá el DPO se desempeñan aún en otras áreas de las entidades. La Agencia Española de Protección de Datos está trabajando con la Entidad Nacional de Acreditaciones en la certificación de DPO como garantía de cualificación y capacidad.

Figura 28: Derechos GDPR

Derecho de Acceso • Obtener confirmación de si se están tratando datos personales. De ser así, se deberán proporcionar los datos junto a (i) finalidades, (ii) plazo, (iii) categorías y (iv) destinatarios.	Derecho de Portabilidad • Posibilita a los interesados a solicitar sus datos personales para que les sean entregados a ellos mismos o bien directamente a otro proveedor de servicios / productos: datos entregados por el interesado (p.e. contacto) y generados por su actividad (p.e. transferencias), excluyéndose los datos inferidos (p.e. perfil de consumo).
Derecho de Rectificación • Obtención de la rectificación de datos inexactos o agregación de datos incompletos.	Derecho de Limitación • Estado intermedio mientras se toma una decisión respecto a una solicitud del interesado. Durante la vigencia de la estimación no se pueden borrar ni tratar los datos.
Derecho de Cancelación • Junto con los principios de minimización de datos y de limitación del plazo de conservación, derivan en la obligación de borrado de datos.	Derecho de Supresión • Eliminación de los datos en alguno de los siguientes supuestos: (i) los datos ya no son necesario; (ii) los datos han sido tratados ilícitamente; (iii) el interesado se opone al tratamiento / retira el consentimiento.
Derecho de Oposición • Oponerse a los tratamientos de los datos personales que le conciernen.	Derecho de Oposición a decisiones automatizadas • Posibilidad de oponerse a ser sometido a decisiones 100% automatizadas sin ninguna intervención humana siempre que el tratamiento tenga efectos jurídicos o afecte significativamente al interesado.

Fuente: Elaboración propia.

NUEVOS

En relación a la portabilidad de datos, el único punto de intercambio de información entre entidades financieras radica actualmente en los Principios comunes para el traslado de cuentas bancarias desarrollados por el European Banking Industry Committee (EBIC) y supervisados por las Asociaciones nacionales (en España la Asociación Española de Banca (AEB), la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA) y Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC)). Estos principios, en vigor desde 2009, son aplicables únicamente a las cuentas a la vista y a los adeudos domiciliados periódicos, órdenes permanentes de transferencias y transferencias periódicas recibidas asociados a dichas cuentas. Los principios consisten en que la “antigua” y la “nueva” entidad de crédito ofrecerán su colaboración al cliente en la realización de los trámites necesarios para llevar a cabo un traslado ágil y rápido.

Transparencia

Mejorar el acceso a estadísticas sobre uso de wallets, de dinero electrónico, de TPV virtuales, etc. es una tarea pendiente por ser hoy en día prácticamente inexistentes en muchos países. Como también es exigua la publicación transparente de precios en el mercado de adquisición. Una mayor transparencia contribuiría, junto con los necesarios esfuerzos de educación financiera para aprovechar al máximo las nuevas soluciones entre la población, a animar la adopción, rezagada aún en muchos entornos. Entre la población quedan incluidos los comerciantes y receptores de pagos, quienes necesitan garantizar que dichas soluciones son mejores, a todos los efectos, que el efectivo u otros medios basados en papel. La transparencia permitirá asimismo que las autoridades den el debido seguimiento y nutran con información real los modelos en los que sustentan sus recomendaciones de política pública.

Riesgos TIC

En 2017, la EBA emitió por primera vez un nuevo informe anual sobre riesgos TIC en el sector bancario europeo en el que destacaba seis riesgos principales: gobernanza TIC, rigidez y obsolescencia de ambientes tecnológicos; ciberseguridad y seguridad de la información; continuidad y resiliencia TIC; dependencias intragrupo y externas, y riesgos relacionados con la innovación tecnológica en el sector financiero (FinTech).

Los riesgos TIC derivados de la creciente tendencia de outsourcing a proveedores de servicios en la nube así como los asociados a la ciberseguridad son reconocidos por la EBA como “nuevos” riesgos prudenciales.

Retos DLT

Los principales retos a los que los diversos desarrollos de la tecnología blockchain se enfrentan a mediados del 2017 son fundamentalmente de tres tipos: tecnológicos, políticos y legales.

Entre los retos tecnológicos destacan (i) la latencia (tiempo de procesamiento / validación de transacciones), reto que ha enfrentado bitcoin de forma muy visible hasta su bifurcación el pasado mes de agosto motivado porque la cola de cadenas de bloques en espera de confirmación no hacía más que crecer; (ii) la aspiración de alcanzar escala global, y (iii) el elevado consumo energético fruto del proceso de minado – proceso del que Alastria, por ejemplo, se ha independizado al decidir contar con tokens que representan euros y no necesitar mineros. Otros de carácter técnico (capacidad de la red, amenaza del hackeo por consenso del 51%, etc.) y el coste de sustitución de la infraestructura legacy, especialmente en el sector financiero, forman parte de esta categoría de retos.

Entre los retos políticos se encuentra la dificultad de alcanzar reglas de consenso robustas entre la comunidad participante de la correspondiente red blockchain, tanto en la fase de diseño de red como en el momento en que sea necesario modificar las reglas por motivos técnicos, como ha sucedido este año con la comunidad bitcoin.

En relación a los retos legales, las autoridades consideran que es aún pronto para poder elaborar una opinión definitiva sobre esta tecnología y sus aplicaciones, con especial incidencia en algunas jurisdicciones. Por señalar aquellos retos más relevantes, destacan: (i) la falta de un marco jurídico que reconozca al blockchain como fuente de veracidad inmutable y a prueba de manipulación para su uso como prueba de existencia o propiedad de la información incorporada en la plataforma (identidad digital); (ii) la multiplicidad de jurisdicciones territoriales potencialmente afectas en los smart contracts; (iii) la dotación de identidad digital a los objetos (activos) para la aplicación de blockchain a la Internet de las cosas; (iv) la tokenización de activos reales, dado que implica su desmaterialización, y (v) el derecho al olvido. Sobre este último, señalar que la inmutabilidad de los datos podría entrar en conflicto directo con este derecho recogido en el artículo 17 del GDPR, aunque algunos expertos indican que podría resolverse sustituyendo el derecho a la “eliminación” de información de carácter personal por el de “imposibilidad de uso” por parte de terceros.

La realidad es que, una vez identificados los retos, solo es cuestión de tiempo y trabajo resolverlos, y son muchos los agentes dedicados a encontrar soluciones factibles, de forma colaborativa. Es por tanto difícil apostar por un escenario en el que en diez años no estemos conectados de una forma u otra a blockchain, como hoy lo estamos a Internet, y que contemos con una identidad digital a la que asociemos nuestras transacciones de pago y nuestros activos tangibles e intangibles, entre ellos, nuestra reputación digital.

BIBLIOGRAFÍA

AEFI (2017) Libro Blanco Fintech

Banco de la República (2017) "¿Cómo pagan los colombianos y por qué?"
<http://www.banrep.gov.co/es/borrador-991>

Banco de la República (2017) "Determinantes del Acceso, Uso y Aceptación de Pagos Electrónicos en Colombia"
<http://www.banrep.gov.co/es/borrador-999>

CEMLA (2016) "El papel de los sistemas y servicios de pago en la inclusión financiera: Una perspectiva de América Latina y el Caribe"
<https://goo.gl/T7CHSE>

EBA (2017) "Guidelines on ICT Risk Assessment under the Supervisory Review and Evaluation process (SREP)"
<https://goo.gl/CrWVP5>

ESMA (2016) Discussion Paper: The Distributed Ledger Technology Applied to Securities Markets

FSB (2017) "Financial Stability Implications from FinTech"
<https://goo.gl/jB5kKE>

González-Páramo (2017): "Financial Innovation in the Digital Age: Challenges for Regulation and Supervision"
<https://goo.gl/5zB3ri>

IBM (2017) "The Power of the API Economy Stimulate Innovation, Increase Productivity, Develop New Channels, and Reach New Markets":
<https://goo.gl/K2N2nY>

IMF (2017) "Fintech and Financial Services: Initial Considerations". Staff Discussion Notes
<https://goo.gl/xPMKE5>

Kony (2017) Digital Banking Report: 2017 Retail Banking Trends and Predictions

Marus (2016) Digital Banking Report 2016: The Power of Personalization in Banking

Ovum (2017) Instant Payments and the Post-PSD2 Landscape. Reshaping the retail payments market
<https://goo.gl/HqZ8Yg>

Preukschat, A. Coordinador (2017): Blockchain: La revolución industrial de Internet

Visa & Payments (2017) "How we will pay: Consumers, connected devices and the future of payments"
<https://goo.gl/BxmC8W>

WEF (2016): The future of financial infrastructure: An ambitious look at how blockchain can reshape financial services

WEF (2017): A blueprint for digital identity. The role of financial institutions in building digital identity:
<https://goo.gl/ZxQnHa>

06. DEMANDA EN MEDIOS DE PAGO



1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo ofrece una panorámica de la situación de los medios de pago electrónicos desde la perspectiva de la población bancarizada¹⁹ en seis países de Latinoamérica (Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y República Dominicana) y España. Se han renovado, como cada año, buena parte de las temáticas abordadas para dar luz y aportar contexto a los actuales retos del sector de los medios de pago, entre los que destacan el tránsito de los pagos físicos a los virtuales; las barreras al uso de tarjetas en función del canal de venta; la autenticación de doble factor en los pagos remotos; el papel de los nuevos players tecnológicos en el ámbito financiero y la disposición de los clientes bancarios a ceder información de carácter personal a cambio de ventajas.

Conviene destacar como primeros aprendizajes que se están produciendo cambios en algunos países – es notoria la gran evolución en la penetración de tarjetas en República Dominicana en el último año –, mientras que otros muestran gran estabilidad. En el análisis comparativo global entre los pagos realizados con medios de pago basados en papel (efectivo y cheques) frente a los electrónicos (tarjetas, transferencias, domiciliaciones), destaca un mayor equilibrio entre ambas modalidades en términos de uso mensual, y en algunos países el pago electrónico ya es la forma principal de pago. Es el caso de España, donde se evidencia

que las domiciliaciones bancarias contribuyen notablemente a que el pago electrónico supere ampliamente el pago en papel. También será de interés analizar las variaciones de la compra online por país, que muestra cambios no lineales ni homogéneos debido a diversos factores.

Queda evidenciado que existe amplio margen de mejora en Latinoamérica (y también en España) en el uso de la tarjeta de pago, para lo que será conveniente considerar estrategias de estímulo a los establecimientos físicos que reciben pagos, y en menor medida, en la compra online, donde persiste el pago en efectivo (contra-reembolso). Los sistemas de autenticación de doble factor en las compras online cuentan hoy con gran aceptación por encima de la incomodidad o lentitud que puedan implicar en el proceso de compra.

La aceptación de nuevos players tecnológicos en el mundo de los pagos es claramente mayor en Latinoamérica que en España posiblemente debido al significativo menor grado de bancarización en la región y a la mayor confianza en los bancos como garantes de los depósitos. Y la disposición a compartir datos personales (financieros o de otra índole) con terceros es reducida si no se encuentra acompañada de una contraprestación evidente de propuestas relevantes de beneficios.

¹⁹ La definición de bancarización considera a aquellas personas que cumplen con al menos una de las siguientes condiciones: a) tiene una cuenta – individual o conjunta – en algún banco u otro tipo de entidad financiera que puede ser usada para depositar dinero, hacer o recibir pagos, salarios, pensiones, subsidios o ayuda financiera; b) dispone de una tarjeta de débito, crédito, cajero o prepago, vinculadas a bancos, otro tipo de entidades financieras u otro tipo de establecimientos.

2. METODOLOGÍA

Ficha Técnica

Se ha realizado un estudio cuantitativo mediante encuesta telefónica (CATI).

Universo: Población bancarizada – disponen de cuenta en banco u otro tipo de entidad financiera y/o algún tipo de tarjeta - mayor de 18 años.

Ámbito: Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, República Dominicana y España. Muestra representativa de la población bancarizada por país.

Duración cuestionario: 10/12 min.

Tamaño muestral: 400 entrevistas por país (2.800 entrevistas en total).

El error muestral utilizando un $p=q=0,5$ y nivel de confianza del 95,5%, es 4,9% para 400 entrevistas (por país).

Fuentes empleadas para el diseño de la muestra: TheWorldFactBook, CIA. (2015. est.).

El trabajo de campo se realizó entre el mes de junio y julio de 2017.

Responsable de la investigación: TheCocktail Analysis.

Para construir la muestra se ha utilizado como referencia los datos del informe "The GlobalFindex Database 2014"²⁰ del Banco Mundial, y que muestran las siguientes estimaciones de nivel de bancarización en la población mayor de 18 años (ver Tabla 15).

Tabla 15. Población bancarizada mayor de 18 años (2014)

	Brasil
Brasil	74,6%
Chile	70,2%
Colombia	44,6%
México	48,3%
Perú	34,7%
República Dominicana	52,7%
España	94,8%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de A Demirgüç-Kunt, LF Klapper, D Singer, P Van Oudheusden (2014) 'The Global FindexDatabase 2014: Measuring Financial Inclusion around the world'. Tenencia de cuentas bancarias, tarjetas de débito y/o crédito

(2014 n= total por país 1.000 para 2014).

3. PENETRACIÓN DE TARJETAS EN LA POBLACIÓN BANCARIZADA

2017 muestra dos tendencias diferenciadas: mientras que Colombia, México y República Dominicana muestran una clara mejora de la tenencia de tarjetas (sobre todo de débito), Brasil, Chile, Perú y España presentan escasos cambios y, en ocasiones, ligeros descensos en tenencia de tarjeta de crédito.

La tarjeta de débito se mantiene como el plástico dominante y masivo entre la población bancarizada de la mayoría de los países. Ha aumentado su penetración en República Dominicana y Colombia, únicos países que mantenían registros de tenencia por debajo del 80% en 2016.

La tarjeta de débito²¹ sigue siendo la más difundida entre la población bancarizada de todos los países explorados (Ver Figura 29). En tres de ellos ha experimentado una expansión significativa, especialmente marcada en República Dominicana (66,8% de los bancarizados declaran disponer de una)²² que acorta el intervalo que la separaba del resto de países en 2016. Colombia y México han tenido también un crecimiento significativo de tenedores de esta tarjeta y se sitúan en línea con los restantes. Ya no es posible hablar de liderazgo: su tenencia fluctúa entre el 85,0% y el 89,0% en todos los países a excepción de la mencionada República Dominicana.

²⁰ Estos son los últimos datos publicados en el momento de realización de este informe. La actualización de este estudio del Banco Mundial es trianual y la siguiente está prevista para 2018. Ver https://data.worldbank.org/data-catalog/financial_inclusion

²¹ Tarjeta de débito: tarjeta conectada a una cuenta en un banco, que permite pagar en comercios o retirar dinero en los cajeros. La cantidad dispuesta es descontada de esta cuenta inmediatamente.

²² Las estadísticas oficiales del Banco Central de la República Dominicana muestran un crecimiento muy importante en el número de plásticos disponibles en 2017. Ver: <https://www.bancentral.gov.do/sipard/estadisticas/instrumentos/>

06. Demanda en medios de pago

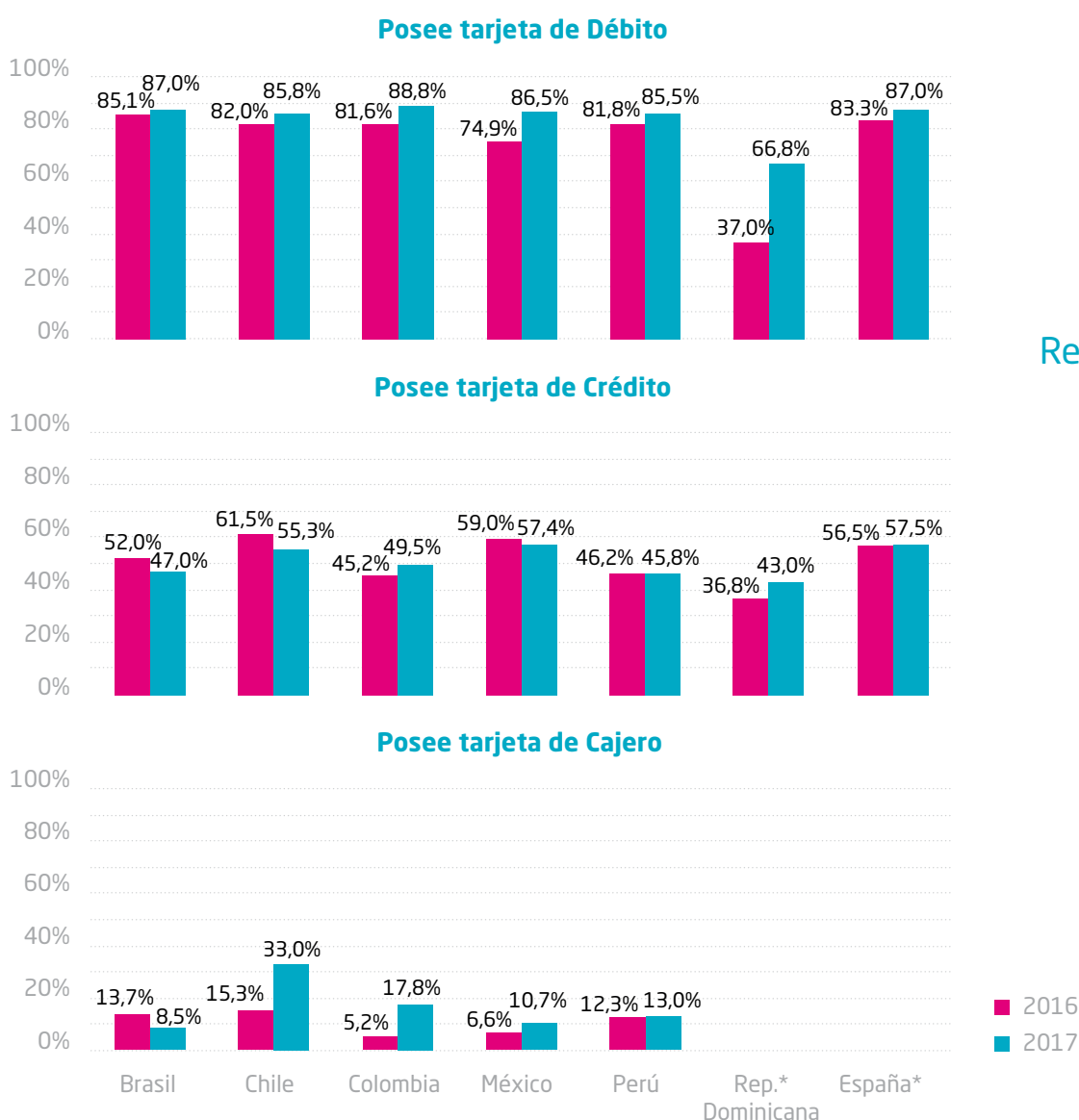
La tarjeta de crédito²³ se mantiene en segunda posición en cuanto a tenencia entre bancarizados. Su penetración por países no experimenta cambios significativos respecto de 2016. Actualmente, los registros se disponen en dos escalones: el superior lo ocupan España, México y Chile (57,5%, 57,4% y 55,3% respectivamente) y en el inferior se sitúan los restantes, con penetraciones que fluctúan entre el 43,0% de República Dominicana y el 49,5% de Colombia.

Tarjetas de cajero y prepago se mantienen a distancia con registros que tampoco este año 2017 superan el 20,0% de penetración. La única excepción la encontramos en Chile donde una de cada tres personas bancarizadas se declara poseedora de tarjeta de cajero.

México (16,2%) se mantiene con el nivel más alto de penetración de la tarjeta prepago²⁴, que en España (3,3%) sigue teniendo menor presencia. Perú (12,5%) ha experimentado un crecimiento que lo sitúa en el sector medio en penetración.

Si consideramos el incremento anual de tenencia de tarjeta en la población bancarizada (Ver Figura 30), los mayores crecimientos se han producido en República Dominicana (34,5% de incremento), seguido por México y Colombia (20,9% y 10,5% respectivamente). En los cuatro países restantes las variaciones no son significativas.

Figura 29 Tenencia de tarjetas entre población bancarizada (2016 - 2017)



La tarjeta de débito sigue siendo la más difundida, aumentando significativamente su penetración en República Dominicana, Colombia y México.

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

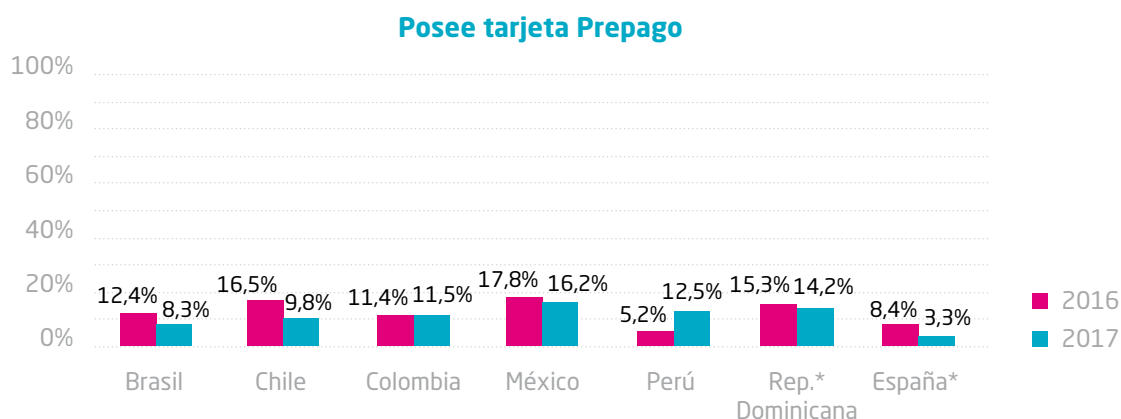
*n: Total población bancarizada por país (400)

*: No corresponde tarjeta de cajero para República Dominicana ni para España

²³ **Tarjeta de crédito:** permite tomar dinero prestado para hacer pagos o comprar cosas. Ud. puede aplazar el pago, a final del mismo mes o posteriormente. La emiten tanto los bancos como otras empresas / establecimientos.

²⁴ **Tarjeta prepago:** se carga con dinero y luego permite realizar compras y gastos en tiendas y establecimientos hasta agotar el total de dinero cargado. En México, el prepago solo está autorizado en redes cerradas (el proyecto de Ley de Tecnologías Financieras sí contempla la autorización del prepago "abierto"). El término prepago también está asociado en este ejercicio con las cuentas de expediente simplificado de niveles 1 (anónimas) y 2 (p.e. Tarjeta Saldazo).

Figura 29. Tenencia de tarjetas entre población bancarizada (2016 - 2017) *Continuación*

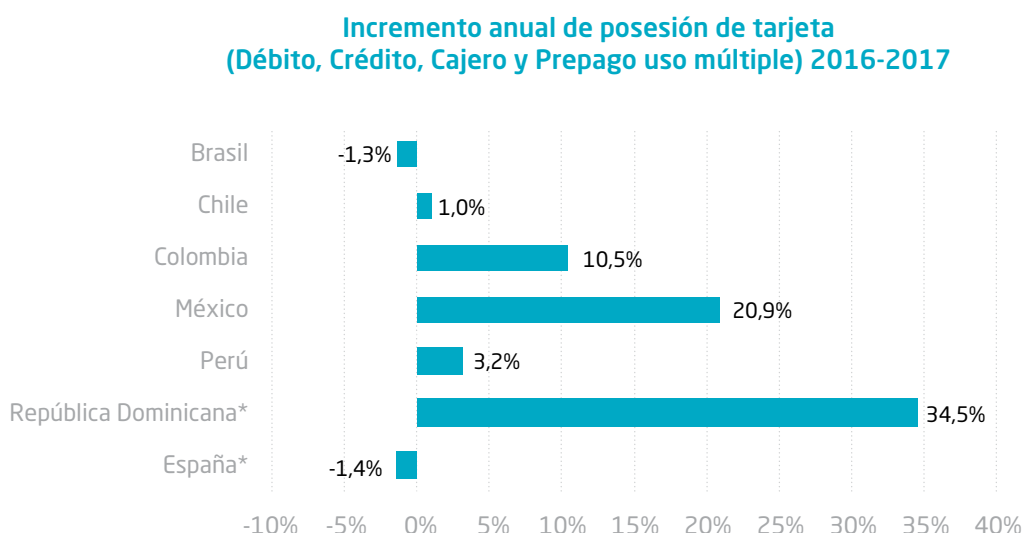


Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

*: No corresponde tarjeta de cajero para República Dominicana ni para España

Figura 30. Incremento anual de tenencia de alguna tarjeta en población bancarizada 2016-2017



La penetración de la tarjeta de crédito no experimenta cambios significativos respecto a 2016.

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Población bancarizada

*: No corresponde Tarjeta de cajero en República Dominicana y España

Los registros de 2016 mostraban que todavía un número relevante de dominicanos (41,5%), mexicanos (19,5%) y colombianos (12,2%) bancarizados no tenía tarjeta. Este año 2017 vemos que la tarjeta ha ganado espacio importante en la población bancarizada de dichos países. Aunque su crecimiento es muy positivo, República Dominicana es el único país donde todavía hay un importante margen de mejora para la tenencia de tarjetas.

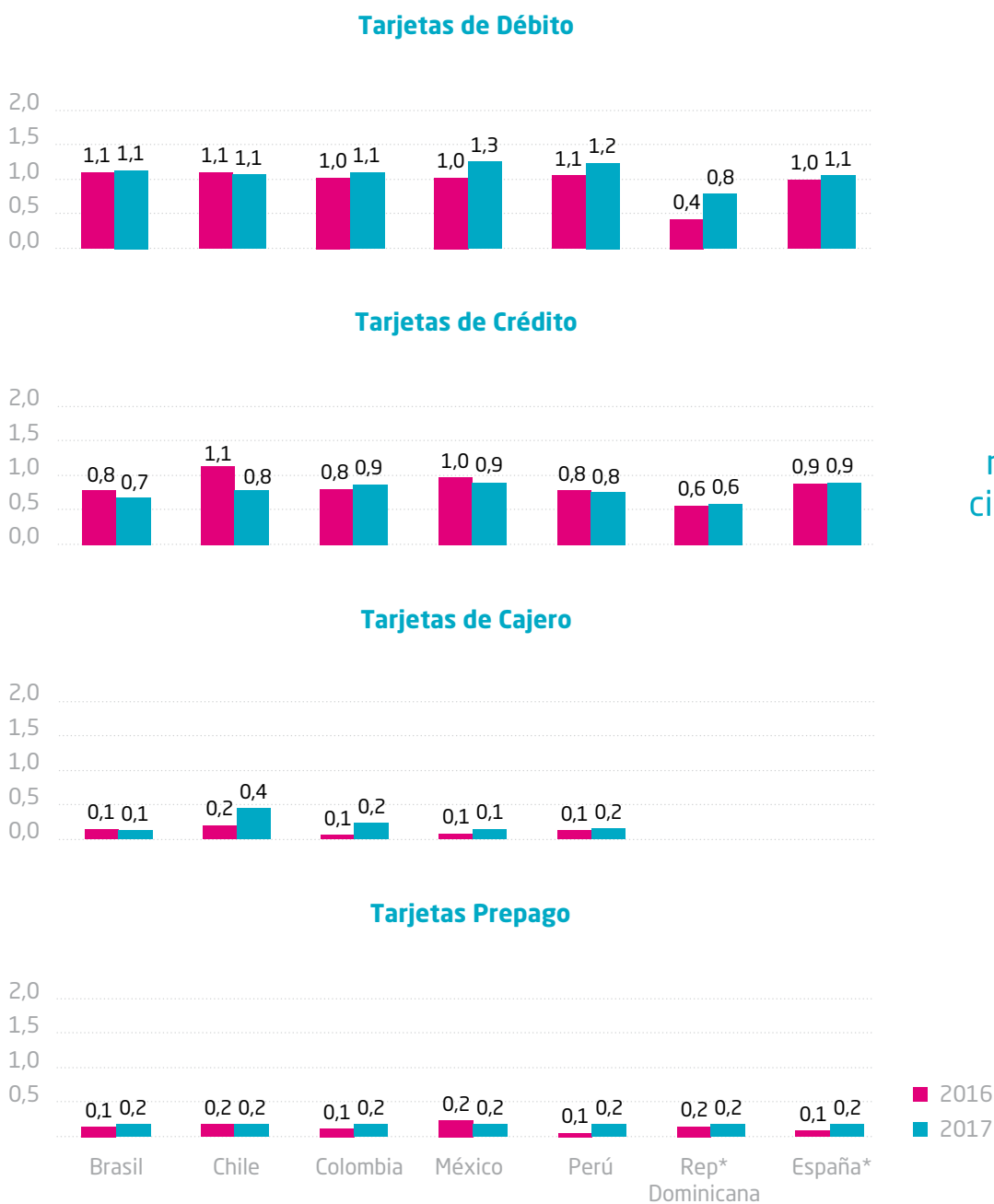
Contrastando estos resultados con los presentados en el capítulo 4 de este Informe, se deduce que posiblemente el crecimiento experimentado en el número de plásticos en circulación en algunos países (como sería el caso de España) es acaparado por bancarizados que ya disponían de tarjeta, sin aumentar el porcentaje de tenedores. En

Brasil, se deduce un efecto de desprendimiento de tarjetas en el caso de las de crédito.

La [Figura 31](#) refleja también el significativo crecimiento en la penetración de la tarjeta de débito en República Dominicana y México. En cuanto al número medio de tarjetas de crédito, encontramos cierto descenso en Chile respecto de 2016. El resto de indicadores se mantienen estables.

Globalmente el número de tarjetas por persona bancarizada ha aumentado (Ver [Figura 32](#)) en República Dominicana, Colombia, Perú y México. En España, esta cifra se mantiene estable y en Brasil y Chile ha disminuido respecto a 2016.

Figura 31. Número medio de tarjetas en población bancarizada - Evolución 2016 - 2017



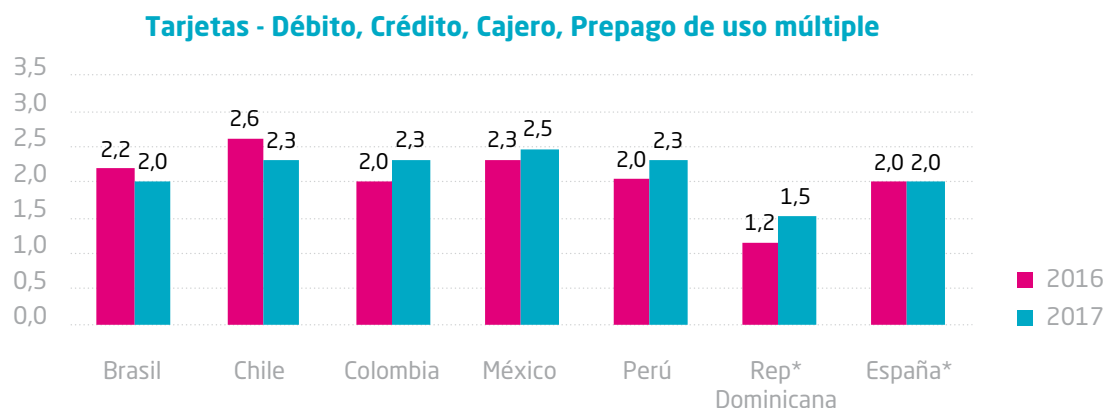
El crecimiento en el número de plásticos en circulación es acaparado en algunos países por titulares que ya disponían de tarjeta.

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Población bancarizada

*: No corresponde Tarjeta de cajero en República Dominicana y España

Figura 32. Número medio de tarjetas en población bancarizada
- Evolución 2016 - 2017



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Población bancarizada

*: No corresponde Tarjeta de cajero en República Dominicana y España

El vínculo con el banco principal es de larga duración, en torno a 9 años.

4. VÍNCULO CON LAS ENTIDADES FINANCIERAS

Los españoles declaran los vínculos más largos con entidades financieras; los mexicanos trabajan con más bancos.

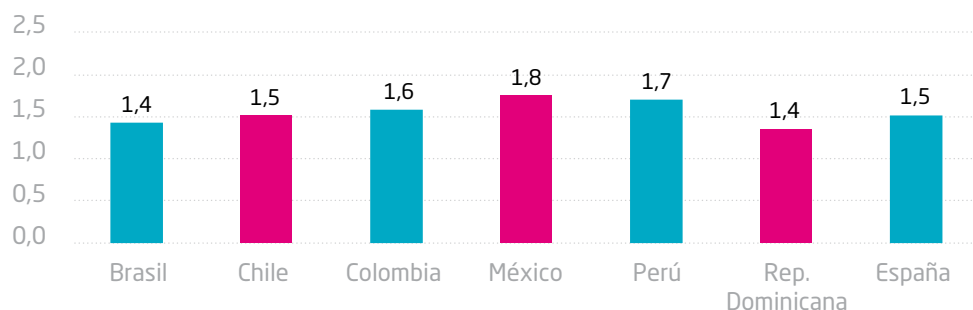
Este año se han realizado exploraciones que nos aportan una más amplia caracterización de la población bancarizada en su vínculo con las entidades financieras y que ayuda a entender mejor su comportamiento financiero.

Para empezar, y como era de esperar, la existencia de relación con los bancos es prácticamente universal entre la población bancarizada: en todos los países más del 97% mantiene un vínculo con al menos un banco.

La bancarización se construye habitualmente con más de un banco. El número medio de bancos con los que opera una persona bancarizada asciende a 1,8 en México y a 1,7 en Perú (Ver [Figura 33](#)). El resultado es significativamente menor en República Dominicana (1,4).

El vínculo con el banco principal es, lógicamente, de larga duración, con periodos que suelen ser de al menos 9 años. Pero se evidencia que esta situación varía en función de la trayectoria del mercado bancario en cada país: mientras que la media de tiempo de permanencia de los usuarios bancarios españoles es de 15,5 años, significativamente más prolongada en comparación al resto, esta es más reducida entre mexicanos, peruanos y dominicanos (9,4 en los tres países) (Ver [Figura 34](#)).

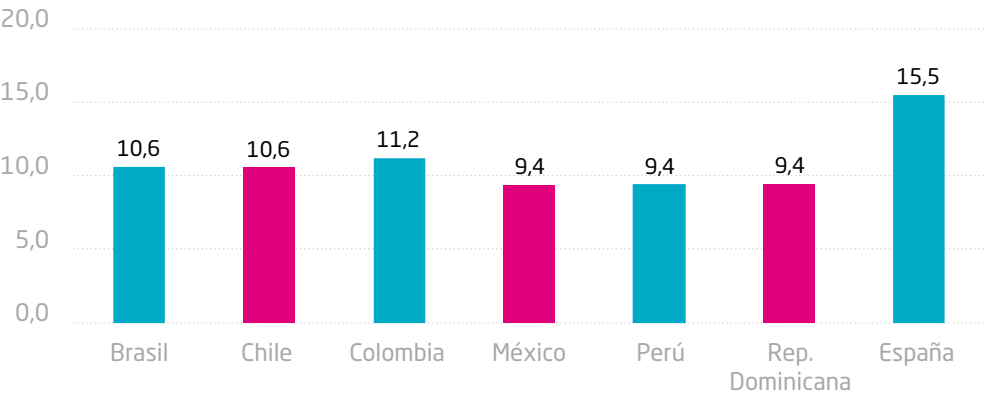
Figura 33. Número medio de bancos con los que opera la población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

Figura 34. Tiempo de permanencia en banco principal (media en años). (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n: Población bancarizada que mantiene vínculo con al menos un banco

5. USO MENSUAL DE MEDIOS DE PAGO EN LA POBLACIÓN BANCARIZADA

Se analizan los medios de pago usados en gastos mensuales, diferenciando entre efectivo, tarjetas de pago, cargo en cuenta/ transferencia/ débito directo/ domiciliación, boleto bancario, cheque, pagaré y otros (Ver Figura 35).

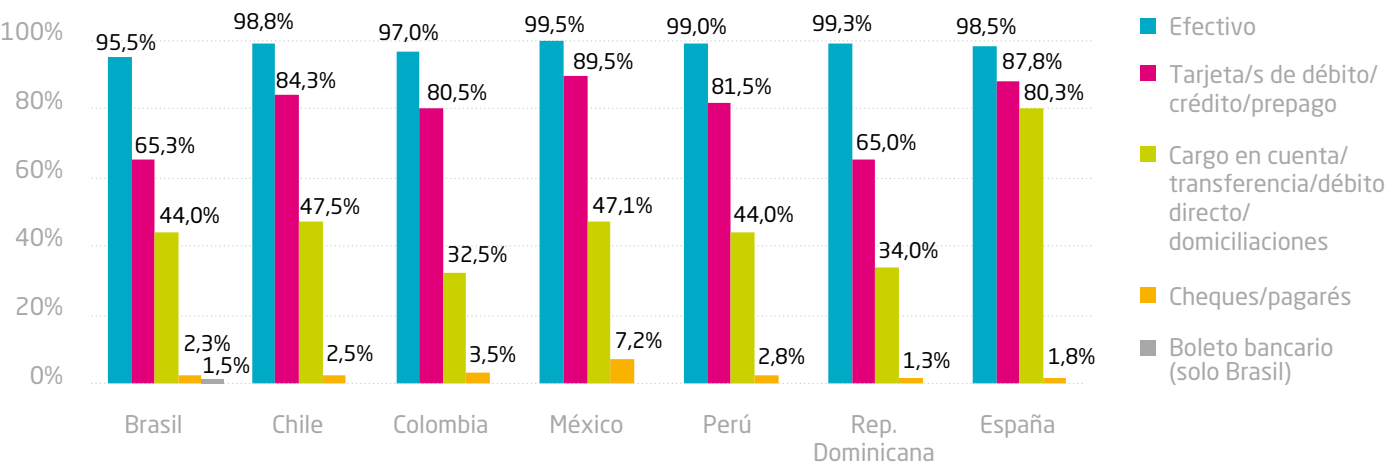
La tarjeta es el segundo medio más usado en los pagos mensuales, por detrás del efectivo. España destaca por la relevancia de los débitos directos en los pagos.

Más de seis de cada diez personas bancarizadas usa la tarjeta como medio de pago de gastos mensuales. Pero la penetración de este hábito es muy diferente por país: relativamente mayor en México (89,5% de los bancarizados lo utiliza) y en España (87,8%), y menor en República Dominicana (65,0%) y Brasil (65,3%).

Cargo en cuenta/ transferencia/ débito directo/ domiciliaciones es el tercer medio de pago de uso mensual, y con niveles de presencia muy diversos: Si en España es usado por el 80,3% de los bancarizados, en Colombia y República Dominicana solo uno de cada tres lo hace (32,5% y 34,0% respectivamente), mientras que en los restantes países fluctúan entre el 44,0% y el 47,5% de la población bancarizada.

Cheques y pagarés son usados por el 7,2% de los mexicanos. En los restantes países su presencia es inferior al 4,0%. El boleto bancario solo es usado en pagos mensuales por el 1,5% de los bancarizados brasileños.

Figura 35. Medios de pago: Uso en el último mes -* Población bancarizada - (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n: Total población bancarizada por país (400)
*Último mes hace referencia al mes inmediatamente anterior al del estudio de campo (ver ficha técnica).

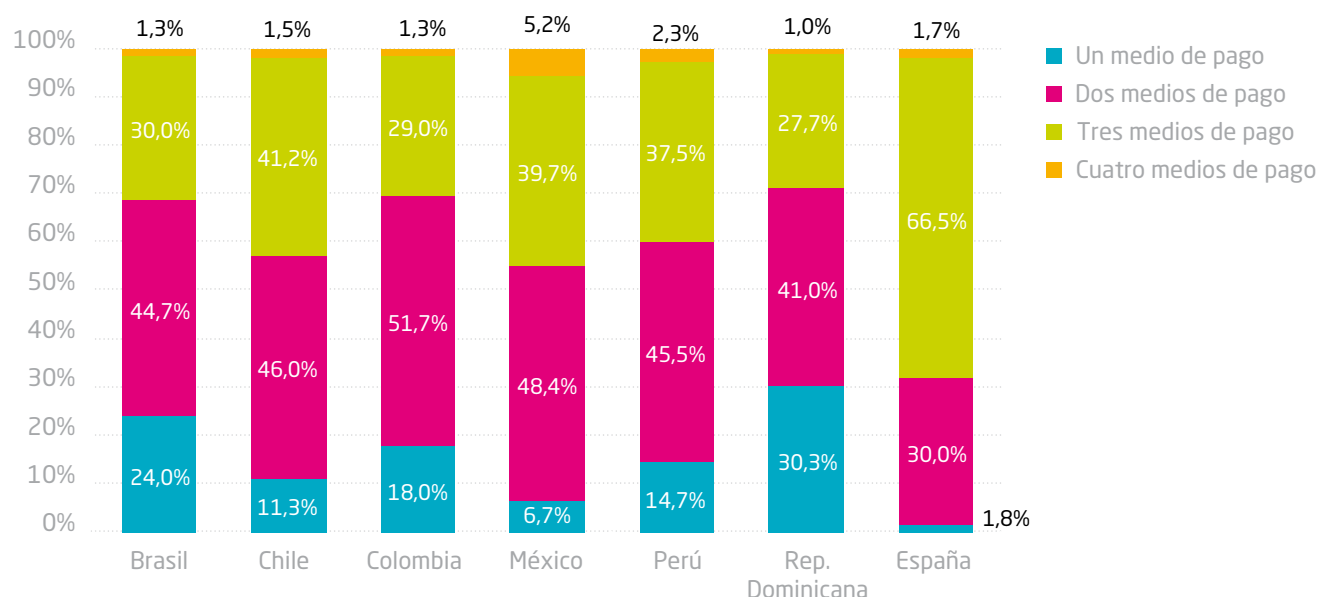
La pauta dominante es utilizar dos medios de pago para atender los gastos mensuales. Solo España rompe dicho patrón: la mayor proporción de españoles usa tres medios, debido a la amplia penetración de las domiciliaciones bancarias.

Como muestra la [Figura 36](#), usar un solo medio para atender los gastos mensuales es comportamiento de una minoría en todos los países. Dominicanos y brasileños son los que en mayor medida utilizan un único medio de pago durante el último mes (30,3% y 24,0% respectivamente). Por el contrario, son los españoles (1,8%) y los mexicanos (6,7%) los que menos mantienen el uso de un solo medio de pago.

La amplia mayoría de la población bancarizada de todos los países utiliza al menos dos medios de pago para atender los gastos mensuales: sobresale España, con el 98,2%.

Entre dominicanos, colombianos y brasileños al menos tres de cada diez personas utilizan tres o más medios de pago (28,7%, 30,3% y 31,3% respectivamente). El 68,2% de los españoles son los que más usan tres o más medios.

Figura 36. Número de medios de pago usados para atender gastos mensuales - Población bancarizada (2017)



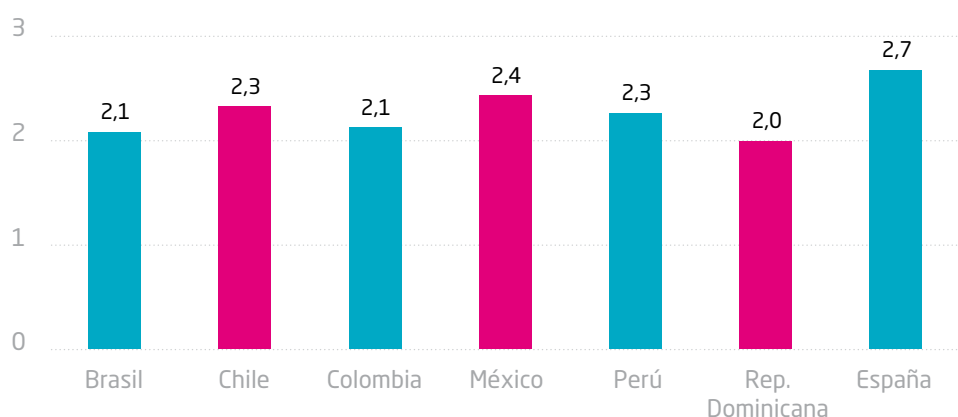
Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

En línea con lo observado, el número medio de medios de pago para atender gastos mensuales más alto es el de España (2,7) y los menores en República Dominicana, Brasil y Colombia, con 2,0, 2,1 y 2,1 medios respectivamente (Ver [Figura 37](#)).

La amplia mayoría utiliza al menos dos medios de pago para atender gastos mensuales.

Figura 37. Número medio de medios de pago usados para atender gastos mensuales - Población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Total población bancarizada por país (400)

Cuando consideramos los gastos mensuales, el efectivo es el medio de pago con el que se atiende el mayor volumen de gasto en cinco países. Rompen esta pauta México, donde la tarjeta es el medio principal, y España, donde predominan las transferencias y débitos.

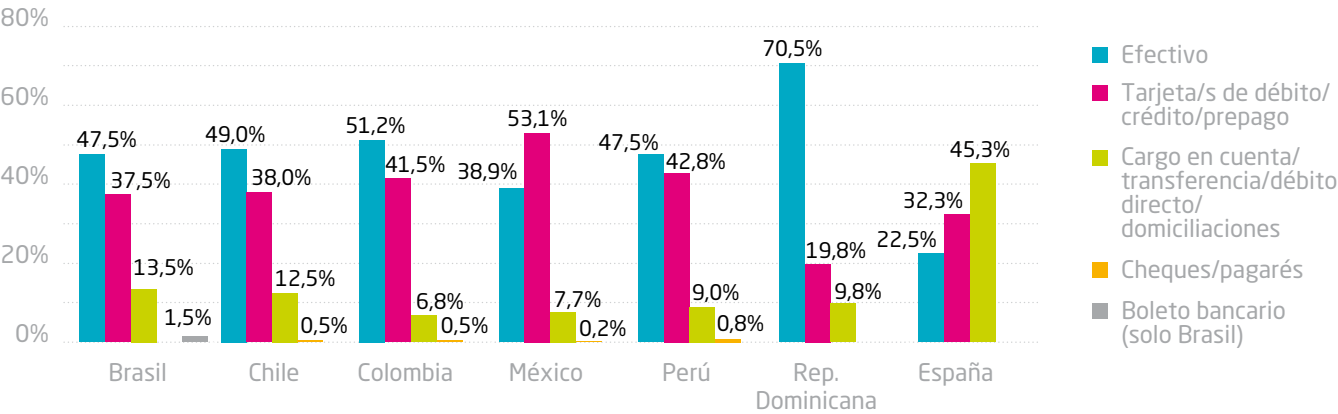
El efectivo se mantiene muy afianzado en cinco países (Ver [Figura 38](#)): en República Dominicana (70,5%) mientras que en Colombia, Chile, Brasil y Perú entre el 51,2% y el 47,5% de la población bancarizada lo usa como medio principal. En México (38,9%) y España (22,5%) el efectivo cae a un segundo y tercer lugar en importancia, respectivamente.

La tarjeta es principal medio de pago de gastos mensuales en México (53,1%), y ocupa un segundo lugar en los restantes países. El menor uso de la tarjeta como medio de pago principal lo encontramos en República Dominicana (19,8%) y luego, en España (32,3%).

Cargo en cuenta/ transferencia/ débito directo/ domiciliaciones es el conjunto de medios de pago mensual principal entre españoles (45,3%). En los restantes países solo es utilizado como medio de pago principal por menos del 13,5% de la población bancarizada. Colombianos (6,8%) y mexicanos (7,7%) son los que menos usan estos medios de pago para atender la mayor parte de los gastos mensuales.

Los cheques y pagarés apenas son usados como medio de pago principal, con frecuencias menores al 1%. El 1,5% de los brasileños usa el boleto bancario como medio de pago principal mensual.

Figura 38. Medio con el cual ha pagado la mayor parte de los gastos del último mes - Población bancarizada - (2017)



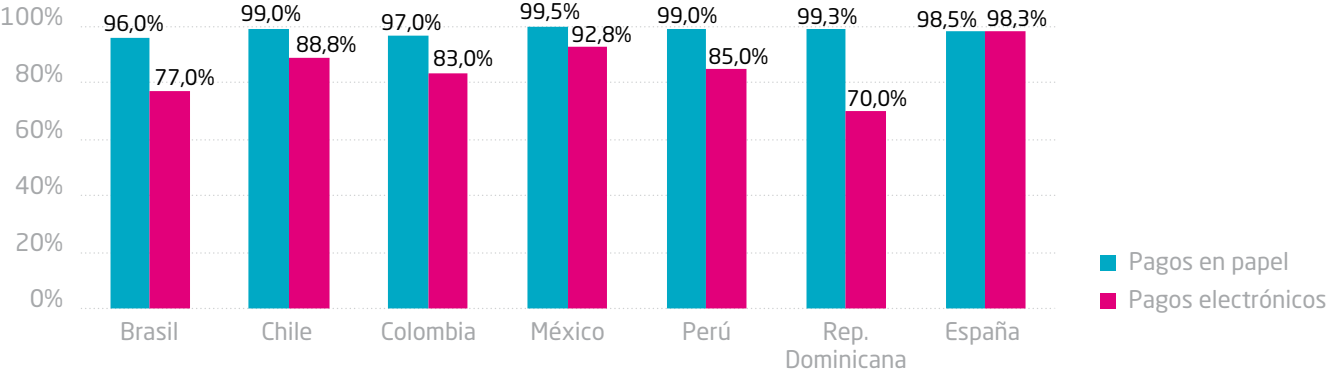
Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n: Total población bancarizada por país (400)

El pago en papel y el electrónico se equilibran.

Al analizar de manera agregada el uso de medios de pago basados en papel (esto es, efectivo y/o cheque / pagaré) para gastos mensuales frente a los electrónicos (tarjetas, transferencias y/o débitos en cuenta), encontramos un acercamiento de los segundos hacia los

primeros en su registro mensual, aun con predominio de estos últimos. Destaca especialmente el caso de España, donde el porcentaje de la población bancarizada que usa estas dos grandes categorías para pagos mensuales es idéntico. Solo República Dominicana tiene todavía un marcado dominio de medios de pago basados en papel (Ver [Figura 39](#)).

Figura 39. Medios de pago basados en papel vs medios de pago electrónico: Uso en el último mes - Población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n: Total población bancarizada por país (400)

Los otros medios de pago cobran mayor protagonismo en la atención de gastos mensuales que en gastos semanales (frecuentes o cotidianos).

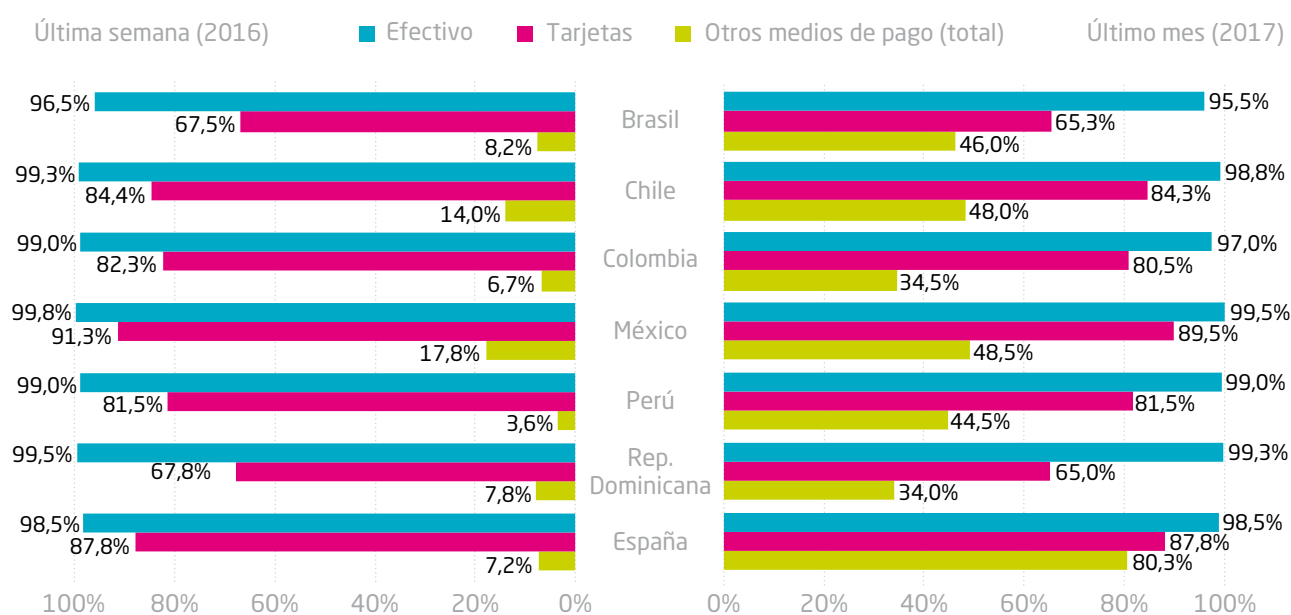
En una lectura comparada con los medios de pago usados para atender los gastos de la última semana²⁵ (Ver Figura 40), se observan pautas similares: efectivo como medio de pago de presencia prácticamente universal y tarjeta como segundo medio utilizado, con porcentajes equivalentes por países.

La diferencia se sitúa en la categoría global de Otros medios²⁶, donde se refleja la importancia que juegan en el pago de gastos mensuales regulares: en todos los países crece de modo importante su uso

declarado. El caso extremo se sitúa en España, donde el 80,3% de bancarizados recurren a otros medios de pago en sus gastos mensuales, frente a un escueto 7,2% que lo hace para atender sus gastos semanales, más frecuentes y generalmente de menor importe que los de carácter mensual.

Casi uno de cada dos bancarizados recurre a otros medios de pago de gastos mensuales en Brasil, Chile y México (46,0%, 48,0% y 48,9% respectivamente), mientras que en Colombia y República Dominicana dicha proporción se reduce a uno de cada tres (34,5% y 34,0% respectivamente). En todos los casos supera al uso para gastos semanales, que en ningún caso excede el 17,8% (caso de México).

Figura 40. Medios de pago: Uso de en la última semana (2016) vs uso en el último mes - Población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

En el pago de gastos semanales, más cotidianos, fragmentados y menos previsibles en cuanto a importe, el efectivo y las tarjetas se adecuan como medios de pago, especialmente por su disponibilidad, inmediatez y aceptación generalizada. Cuando se atiende los gastos mensuales, es posible anticipar y regularizar los pagos y, por tanto, otros medios de pago pueden jugar un papel más importante.

Según muestra la Figura 41, el uso exclusivo de la tarjeta de pago para atender los gastos mensuales prácticamente ha desaparecido, en comparación con lo observado respecto a los gastos semanales en 2016²⁷. Solo en Colombia, el 1,5% de las personas bancarizadas paga exclusivamente con tarjetas sus gastos mensuales.

Los mexicanos muestran un uso más intenso de la tarjeta: es el medio de pago principal de gastos mensuales para el 53,1% de los bancarizados y segundo para el 32,7%. En el polo opuesto, los dominicanos bancarizados son los que hacen un uso menos intenso de la tarjeta en sus gastos mensuales: el 19,8% lo usa como medio principal y el 35,8% como segundo medio de pago.

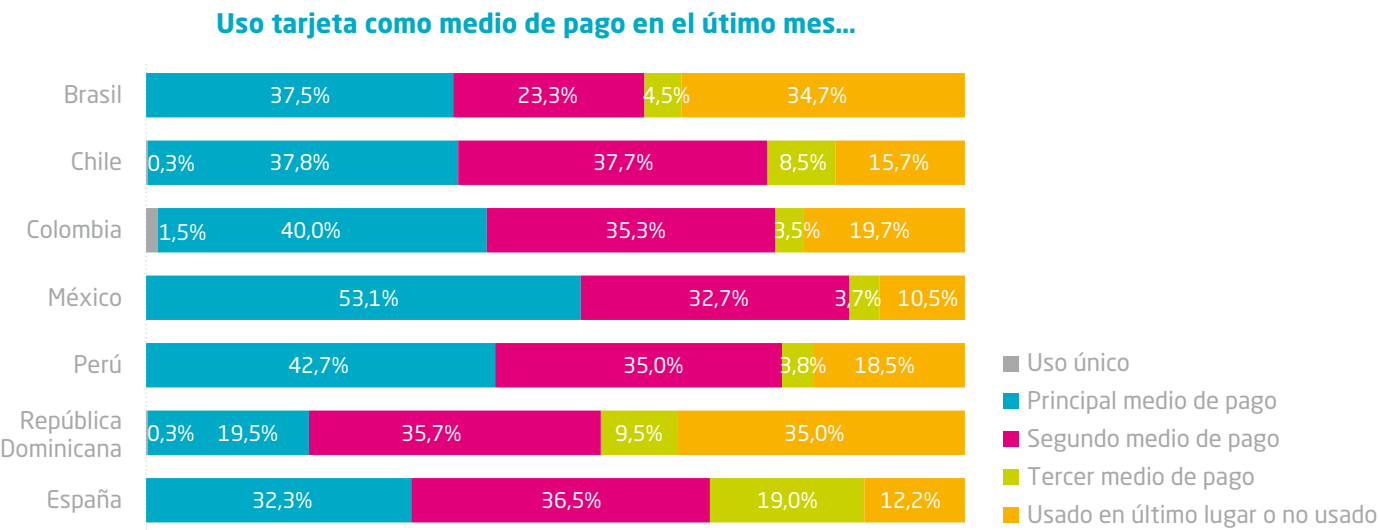
La proporción de población bancarizada que usa tarjeta como segundo medio de pago de gastos mensuales fluctúa entre 32,7% (México) y 37,7% (Chile) en seis países. Brasil rompe esta pauta, con apenas un 23,3% que declaran usar la tarjeta en segundo lugar, y más de un tercio que declaran no usarla en los pagos mensuales.

²⁵ Datos recogidos en el Informe Tecnocom 2016

²⁶ En 2016, solo se exploraron tres categorías (efectivo, tarjeta y otros medios de pago). Para realizar la comparación, se ha construido una categoría equivalente de Otros medios con la suma matemática de Cargo en cuenta/ transferencia/ débito directo/ domiciliaciones; Boleto bancario y Cheque/ pagaré y resto de otros medios de pago.

²⁷ Ver Informe Tecnocom – Tendencias en Medios de Pago 2016 pág. 116.

Figura 41. Uso de medios de pago en el último mes: tarjeta.
Población bancarizada (2017)



n: Total población bancarizada por país (400)

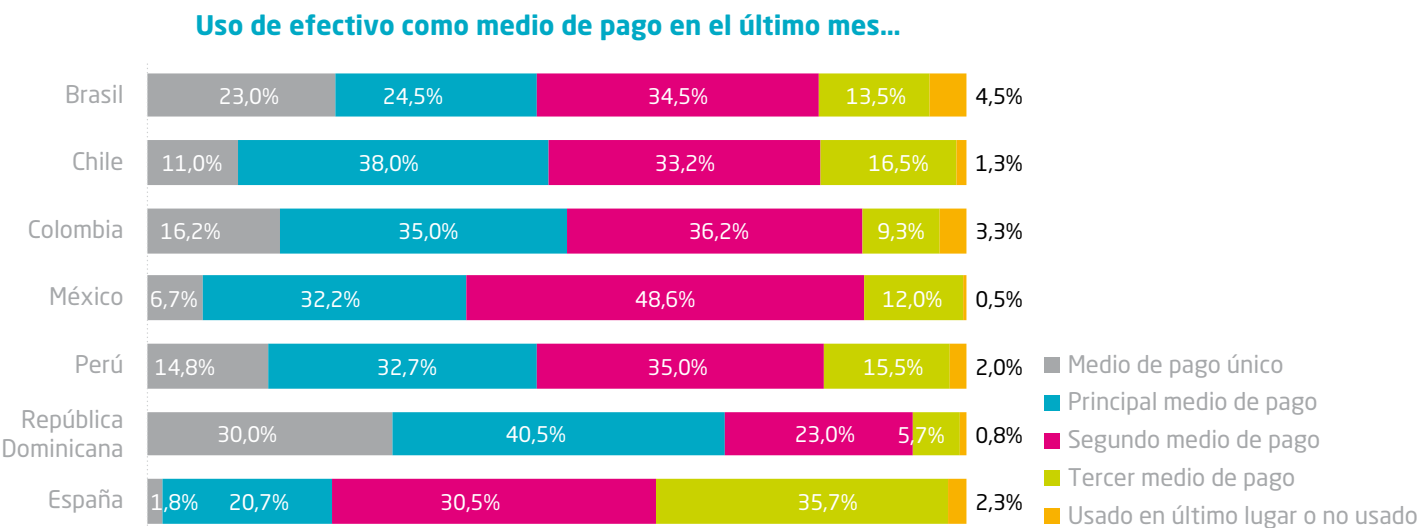
El efectivo es el único que opera como medio de pago exclusivo en la atención de los gastos mensuales para una porción variable de la población bancarizada.

Analizando la Figura 42, se observa que el uso único de efectivo para atender los gastos mensuales coincide en conjunto con los registros de uso de un único medio de pago visto anteriormente.

Correspondiendo a una todavía reducida disponibilidad de tarjeta de pago, los dominicanos son los que muestran un uso más intenso del efectivo, ya sea como opción de pago único, principal o secundario. Le siguen Colombia, México y Chile.

España es el país donde el efectivo ha perdido intensidad de uso, con un 38,0% que usa como tercer medio de pago o menos para gastos mensuales.

Figura 42. Uso de medios de pago en el último mes: efectivo.
Población bancarizada (2017)



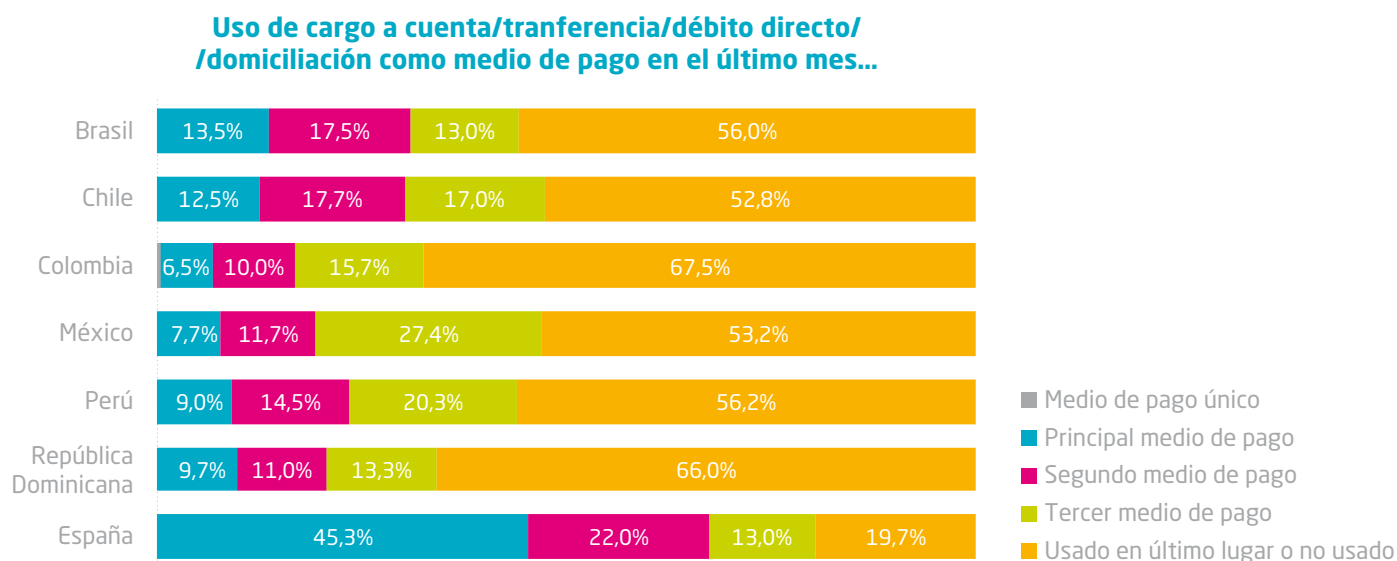
Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

Cargo en cuenta/ transferencia / débito directo / domiciliación es el conjunto de medios de pago de gastos mensuales de especial relevancia entre españoles.

Cargo en cuenta/ transferencia / débito directo / domiciliación no es una forma de pago de uso único (Ver Figura 43), pero en España es utilizado como medio de pago principal por el 45,3% de la población. Dominicanos y colombianos hacen un uso menos intenso.

Figura 43. Uso de medios de pago en el último mes: cargo en cuenta / transferencia / débito directo / domiciliación pago. Población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por país (400)

6. BARRERAS DEL COMERCIO O DEL CANAL DE VENTA AL USO DE TARJETA COMO MEDIO DE PAGO

Extensa percepción de los usuarios de tarjeta de la existencia de barreras y condicionantes impuestos por el comercio o el canal de compra, aunque de manera desigual según el tipo de barrera y el país. Existe un amplio margen de mejora para estimular el uso de la tarjeta como forma de pago en buena parte de los países a través de iniciativas dirigidas al comercio, y en menor medida en las compras online.

México, Colombia y República Dominicana son mercados en los que las barreras parecen tener mayor incidencia. España es el mercado en el que se han superado estas limitaciones en mayor medida.

Se ha explorado el impacto de distintos factores externos en el uso de las tarjetas desde la perspectiva de los usuarios a través de su valoración de la frecuencia en que dichos factores pueden dificultar el uso.

Como se puede apreciar en la [Figura 44](#), los factores considerados operan como barreras más bien ocasionales al uso de tarjetas. Predomina la valoración de las barreras como presentes solo en algunas ocasiones.

Que la red comercial o perceptora de pagos no cuente con esta forma de pago es una limitación que la mayoría de los usuarios, a excepción de los brasileños, manifiestan experimentar al menos algunas veces. Las limitaciones más frecuentes corresponden a México y República Dominicana, donde más de un tercio de titulares de tarjeta declara que esta situación se le presenta siempre o al menos bastantes veces (35,8% y 33,4% respectivamente). Le siguen Colombia y Perú, donde uno de cada cuatro usuarios de tarjeta encuentra dicha limitación con similar alta frecuencia (28,8% y 25,4% respectivamente).

En cuatro de los países, más de tres de cada cinco usuarios encuentran con alguna frecuencia que el establecimiento impone comisiones o sobrepagos (surcharge) (México, 68,8%; República Dominicana, 61,9%; Brasil, 61,7%; Colombia, 60,0%). En la posición opuesta, encontramos a España con solo 24,6% de usuarios que recuerdan alguna limitación en este sentido, sobre todo ocasional, a pesar de ser una práctica prohibida²⁸.

Que la entidad cobradora no permite pagar cantidades muy pequeñas con tarjeta es visto como un obstáculo de alguna intensidad por casi tres de cada cuatro españoles (74,8%). También lo perciben así la mayoría de los peruanos (57,8%), mexicanos (57,0%), dominicanos (54,5%) y colombianos (53,4%).

La mitad o más de los entrevistados de cada país no percibe dificultades en el uso de la tarjeta en compra online. Dicha impresión domina especialmente en España (83,6% nunca o casi nunca tropieza con este inconveniente y el 15,3% considera que solo algunas veces). En Brasil y República Dominicana encontramos respectivamente un 19,0% y un 16,2% de usuarios de tarjetas que consideran que el pago con tarjetas en la compra online presenta dificultades siempre o con bastante frecuencia.

Que la entidad cobradora no permita pagar cantidades muy pequeñas con tarjeta es visto como un obstáculo de alguna intensidad por casi tres de cada cuatro españoles

²⁸ Cabría explicar este resultado como un recuerdo presente de este tipo de prácticas años atrás.

En México es donde más usuarios perciben como barrera al uso de tarjeta que el comercio no permita pagar cantidades muy grandes con este medio de pago (49,7% la encuentra al menos alguna vez). Los españoles son los que menos perciben limitaciones en este sentido, con un 83,3% de usuarios que dicen que esta situación no se le presenta nunca o casi nunca.

El rechazo de la tarjeta como medio de pago por parte de la entidad cobradora parece impactar sobre todo entre mexicanos (57,7% la encuentra al menos alguna vez). Nuevamente, son los usuarios españoles los que menos se enfrentan con esta barrera (81,6% nunca o casi nunca).

Figura 44. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

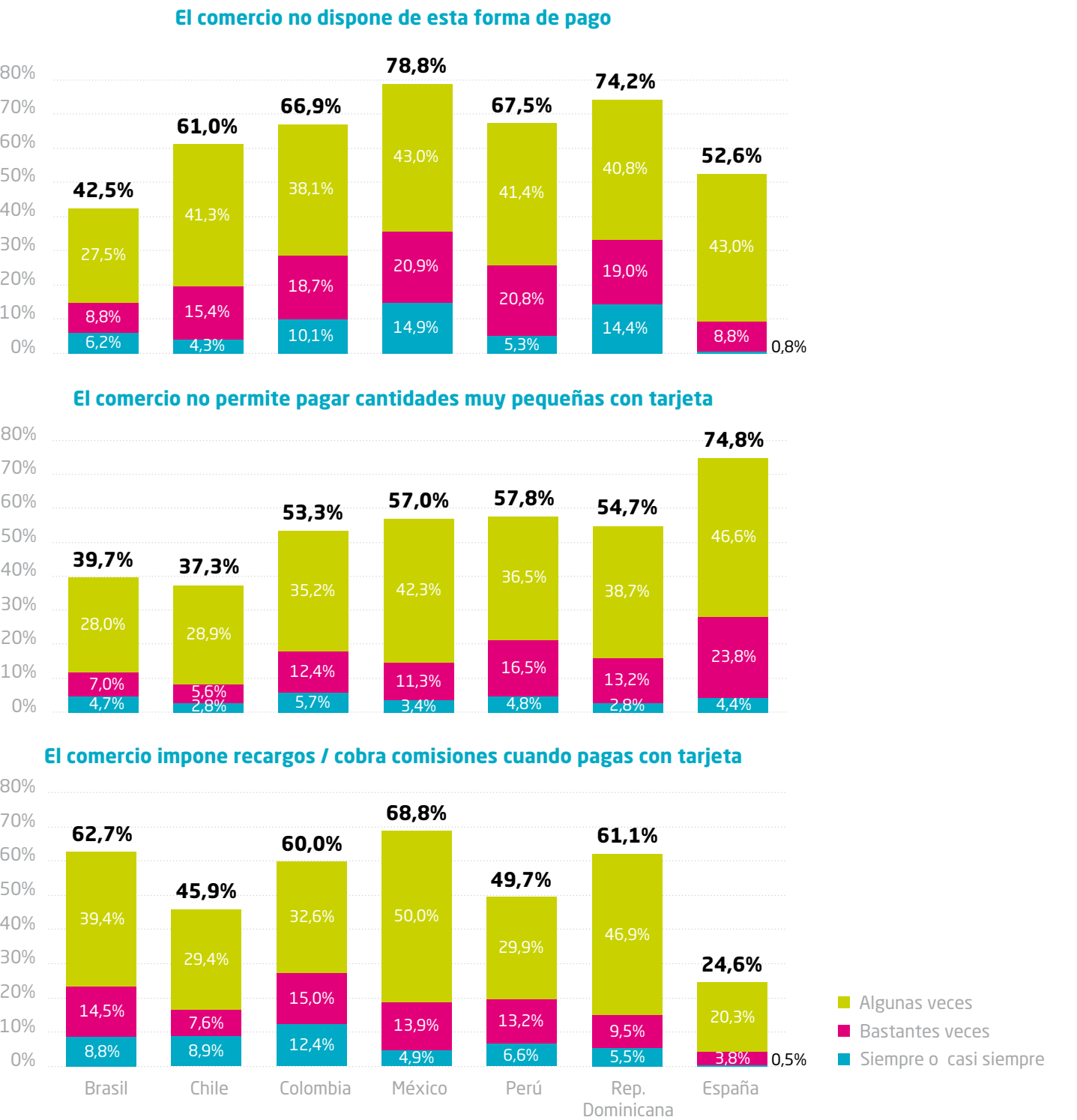
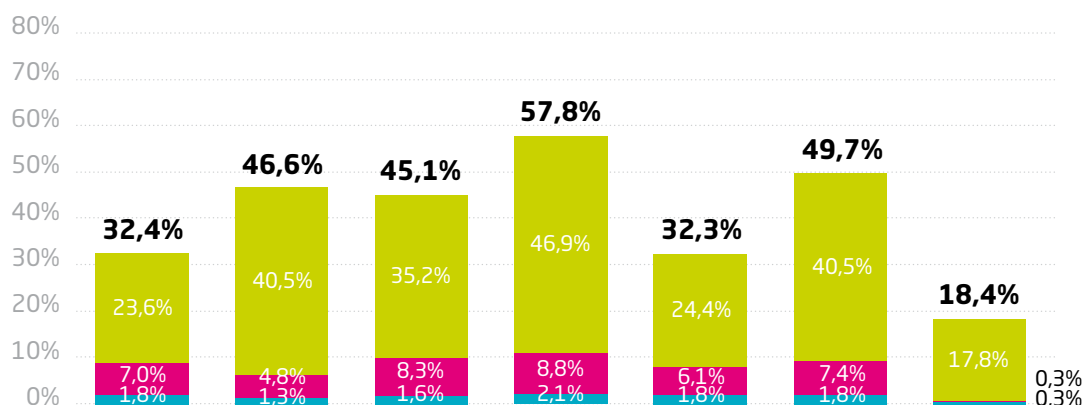
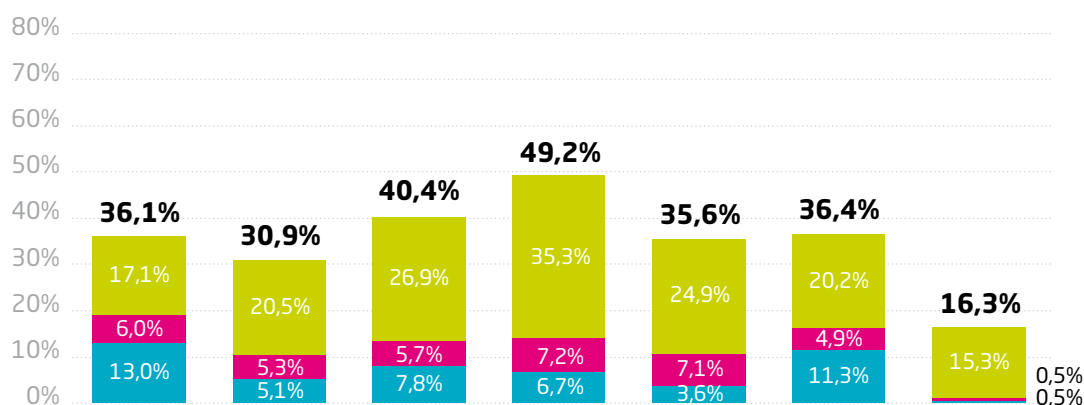


Figura 44. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017) *Continuación*

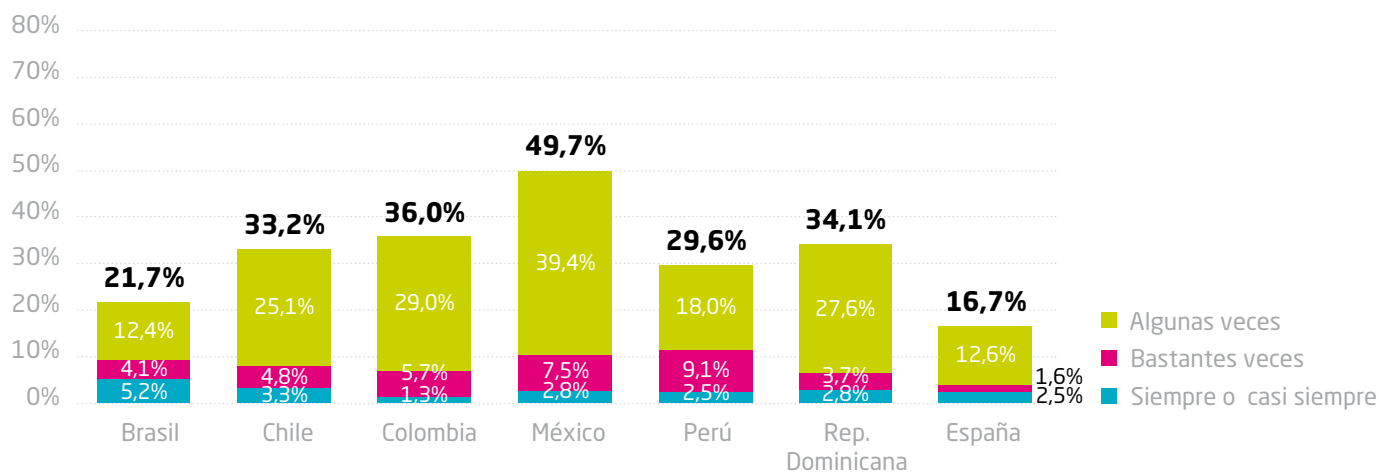
El comercio no acepta pago con tarjeta en ningún caso



No puedo comprar / pagar online con mi tarjeta



El comercio no permite pagar cantidades muy grandes con tarjeta



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total tenedores de tarjetas

Sobre las barras apiladas con datos, en el cuadro, se encuentra la sumatoria de:

Algunas veces + Bastantes veces + Siempre o casi siempre

7. COMERCIO ELECTRÓNICO

La disponibilidad de equipamiento tecnológico es un rasgo prácticamente universal en la población bancarizada.

En la [Figura 45](#) se aprecia un crecimiento significativo en disponibilidad de ordenador personal (laptop o desktop) en Colombia, Perú y República Dominicana. Solo España muestra un nivel menor de disponibilidad de dicho equipamiento.

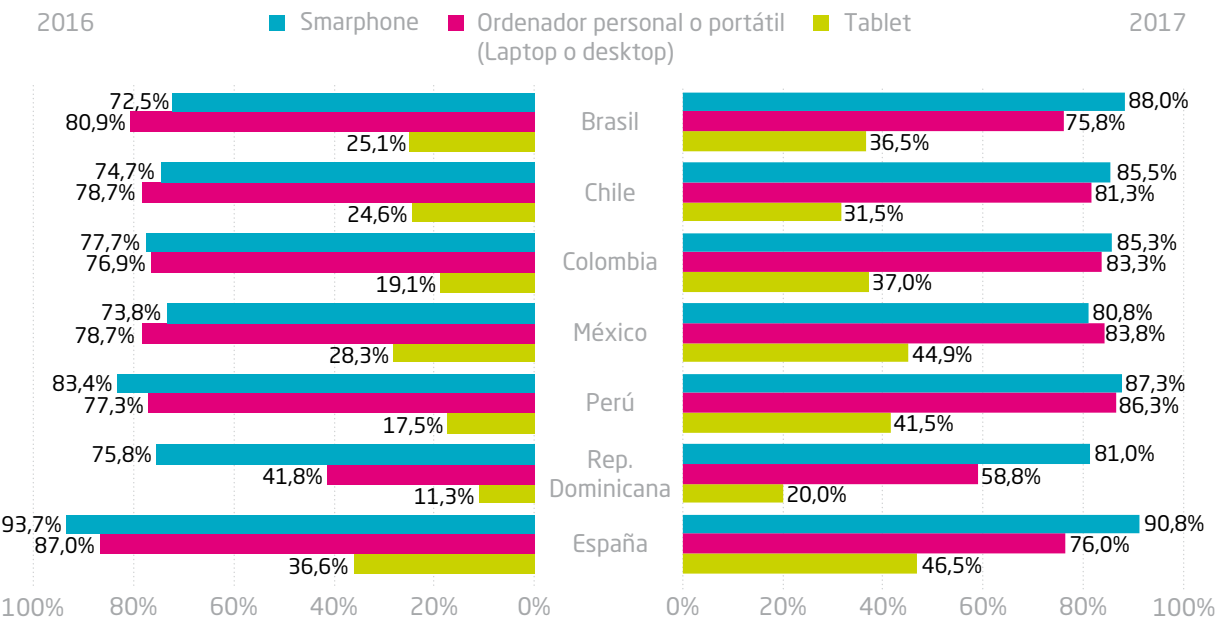
Se observa también un crecimiento significativo en disponibilidad de Smartphone en Brasil, Chile, Colombia y México y de Tablet en todos los países explorados.

En todos los países (Ver [Figura 46](#)) con la excepción de República Dominicana, más de 7 de cada 10 personas bancarizadas dispone para su uso personal de dos o tres equipos. Este abundante equipamiento es también mayoritario entre dominicanos, aunque más reducido (56,3%).

En todos los países, la pauta de conexión a Internet dominante es la diaria.

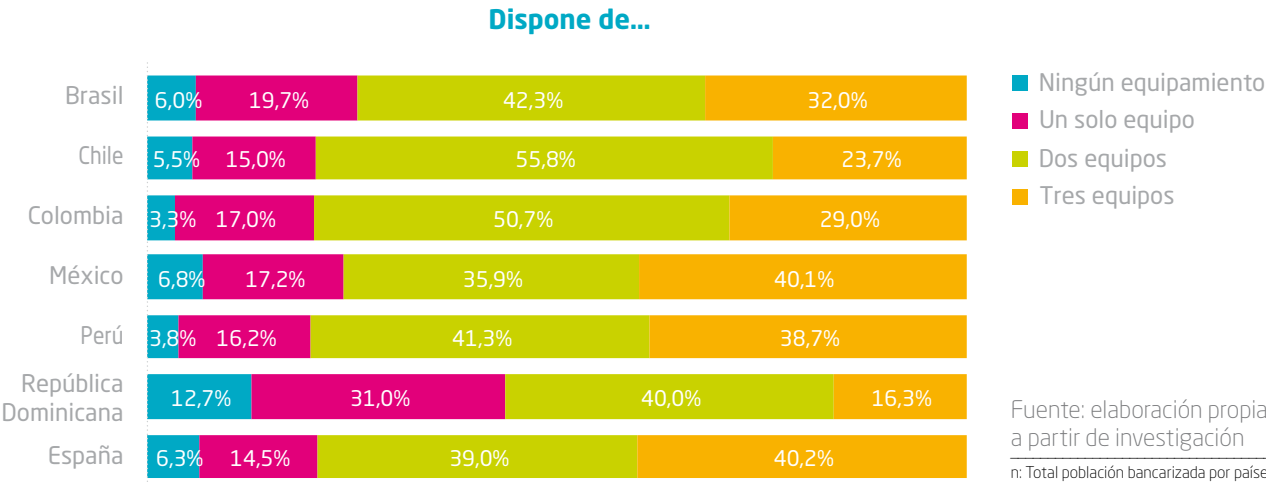
Ya en el informe de 2016 se observaba que la pauta dominante en la población bancarizada era la conexión diaria a Internet (Ver [Figura 47](#)). Actualmente, más del 85% de las personas bancarizadas conectan diariamente a Internet. Dicha frecuencia tan intensa ha crecido significativamente en 2017 en España, Perú y República Dominicana.

Figura 45. Tipo de equipamiento tecnológico disponible - Población bancarizada - Evolución 2016 - 2017



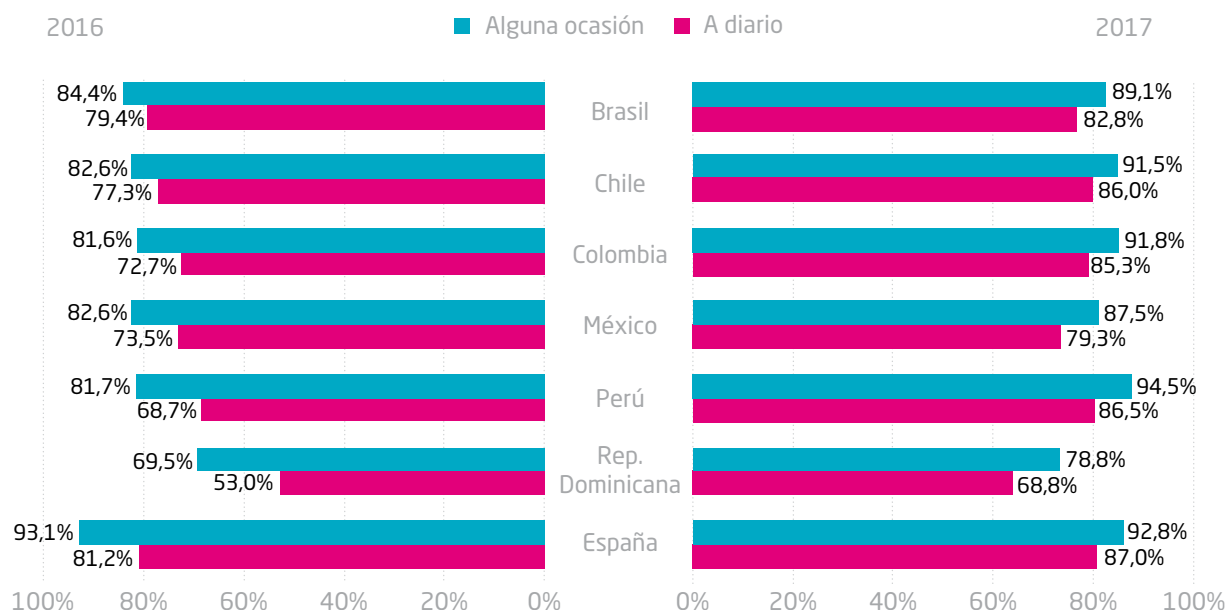
Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n: Total población bancarizada por países (400)

Figura 46. Equipamiento tecnológico: variedad - Población bancarizada - (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n: Total población bancarizada por países (400)

Figura 47. Frecuencia de acceso a Internet: conexión en alguna ocasión y diaria en población bancarizada: Evolución 2016 - 2017



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

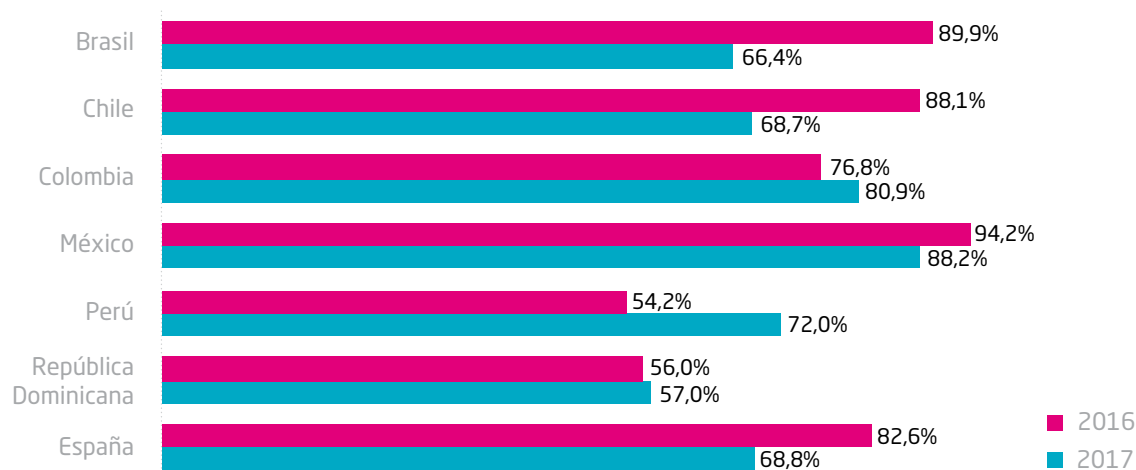
n: Total población bancarizada por países (400)

Los cambios en la población bancarizada internauta modifican las pautas de compra online y generan comportamientos distintos a lo esperado.

Los cambios en la conexión diaria a Internet están produciendo cambios relevantes en las compras online, derivados del tipo de población que se está incorporando con mayor frecuencia, como se verá más adelante. Considerando la proporción de compradores online sobre el total de la población bancarizada internauta (Figura 48), se observa una retracción de la compra online del 23,4% entre brasileños, 19,4%

entre chilenos y 14,4% entre españoles. Es decir, la compra online no mantiene el ritmo de crecimiento que cabría esperar de la mejora de la conectividad. Por el contrario, México, Colombia y República Dominicana mantienen aproximadamente la proporción compradores/internautas que ya se observaba en 2016 y su crecimiento se debe a la expansión de las condiciones externas (mayor equipamiento y mayor conexión a Internet). Perú es el único país que ha expandido la compra online por encima de lo esperado, a un ritmo que supera el crecimiento del equipamiento y conexión a Internet.

Figura 48. Compradores online entre la población bancarizada internauta - Evolución 2016-2017



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

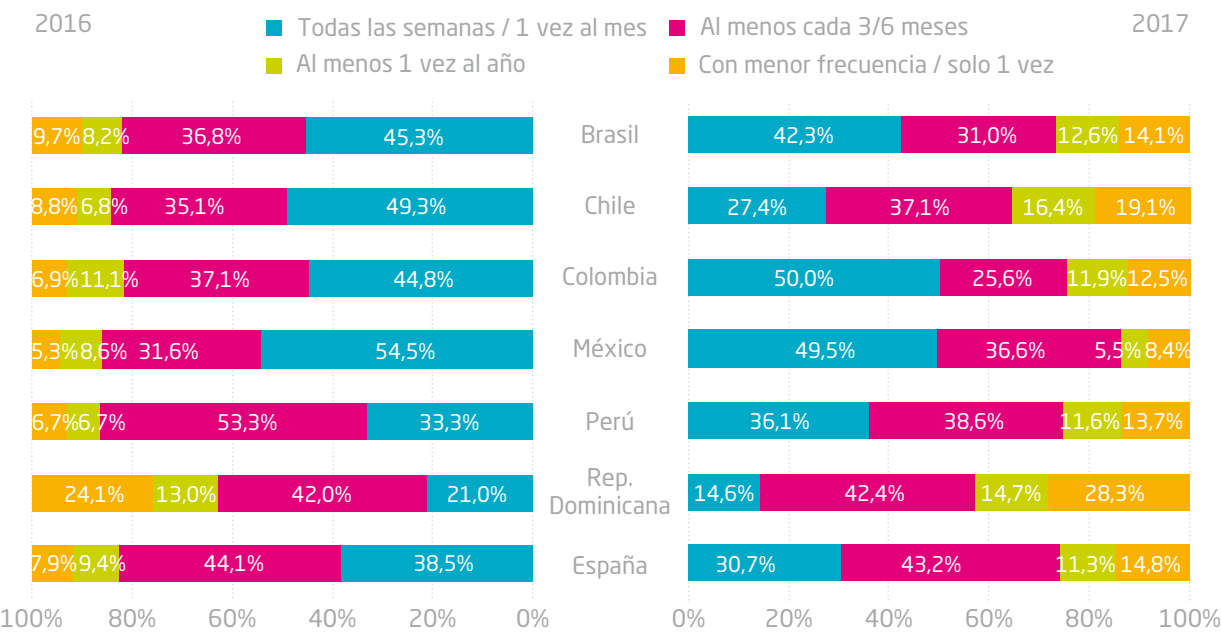
n: Total población bancarizada internauta por países.

Colombianos y mexicanos son los que compran online con mayor frecuencia

La comparación del comportamiento de los internautas compradores en 2016 y 2017 (Figura 49) muestra que tres países mantienen la frecuencia de compra online: México, República Dominicana y Brasil. En Colombia cambia ligeramente, aumentando la compra semanal y también la de una sola vez. Y disminuye la frecuencia de compra online en España, Perú y Chile.

Se observa también que los compradores online de los diferentes países tienen un comportamiento diferente en cuanto a frecuencia de compra. En estas diferentes pautas posiblemente contribuyan factores tales como la oferta de servicios y la calidad y costo de la conexión. Alrededor de cuatro de cada diez mexicanos y colombianos bancarizados internautas realizan compras por Internet al menos una vez al mes. De cada cien bancarizados internautas del país, solo declaran similar frecuencia de compra 7 dominicanos, 17 chilenos y 20 españoles.

Figura 49. Frecuencia de compra online en población bancarizada internauta compradora online: Evolución 2016-2017.



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n: Total población bancarizada internauta compradores online por países y año.

La evolución de la compra online depende en cada país del comportamiento de variables sociodemográficas, equipamiento y medios de pago y no se puede establecer un único patrón.

Se comparan dos grupos de países diferenciados por su comportamiento. En el primero se incluyen aquellos en los que la compra online ha disminuido en penetración y en ritmo de crecimiento esperado (Brasil, Chile y España). En el segundo se sitúan dos en los que la compra online ha aumentado la penetración: República Dominicana, que además mantiene el ritmo de crecimiento esperado y la frecuencia de compra; y Perú, que crece por encima de lo esperado pero disminuye la frecuencia de compra online.

Las variables sociodemográficas tienen un papel en cada país a la hora de diferenciar segmentos compradores de los no compradores, pero no juegan de la misma manera en todos los casos: mientras que en algunos países puede ser una cuestión de edad y nivel de estudios, en otros puede tener que ver con la capacidad adquisitiva o la zona en la que se reside, o el equipamiento tecnológico disponible. Sucede algo similar con la tenencia y uso de medios de pago: tienen un papel en la explicación que difiere por país. Como consecuencia, no se puede establecer una única explicación para la evolución de la compra online, que se vuelve dependiente de la población internauta y el desarrollo de los medios de pago en cada uno de los mercados estudiados²⁹.

²⁹ Se ha incluido al final de este capítulo un anexo con el detalle de todos los datos que sustentan este análisis.

8. SISTEMAS DE AUTENTICACIÓN DE DOBLE FACTOR PARA COMPRAS ONLINE: EXPERIENCIA Y VALORACIÓN DE LA SEGURIDAD

Los SMS son el mecanismo de autenticación más utilizado en alguna ocasión por los compradores online en todos los países. Los sistemas de token y tarjetas de coordenadas muestran resultados distintos por país, mientras que los sistemas biométricos son incipientes en todos los países excepto en Brasil.

Como tema específico vinculado a la compra online, interesaba explorar la experiencia de la población bancarizada compradora online con los distintos sistemas de autenticación de doble factor y la actitud hacia estas medidas de seguridad.

Los mensajes de texto / SMS con una clave específica a introducir en la operación es en general la medida de seguridad más usada en todos los países (Ver Figura 50), utilizada por el 90,3% de los españoles y el 85,6% de los peruanos. En los restantes países, los niveles de uso fluctúan entre el 63,6% en Brasil y el 75,8% en México.

El token es el segundo dispositivo de seguridad utilizado en las compras online. En México, Perú, Brasil y Colombia, alrededor de uno de cada dos compradores online ha utilizado este mecanismo (54,5%, 53,8%,

51,0% y 46,2% respectivamente), mientras que en Chile y República Dominicana, la experiencia de uso es significativamente menor y afecta al 34,8% y 34,0% de los compradores online. En España, el uso del token es aún menos difundido (18,7%).

La tarjeta de coordenadas con claves específicas presenta niveles de difusión muy diversos según el país, mostrándose muy afianzada en España y Chile (62,6% y 52,7%, respectivamente) mientras que solo ha sido usada por el 18,6% de los colombianos. En los restantes países los niveles de uso fluctúan entre un 37,8% de México y 28,9% de Perú y República Dominicana.

La biometría (huella digital, reconocimiento facial, de iris o voz) es el procedimiento menos difundido. Es más utilizado entre brasileños (27,6%). En un segundo nivel de penetración se sitúan Colombia y México (14,7% y 12,3% respectivamente). En los restantes países el uso es inferior al 6,5%.

Figura 50. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en población bancarizada compradora online (2017)

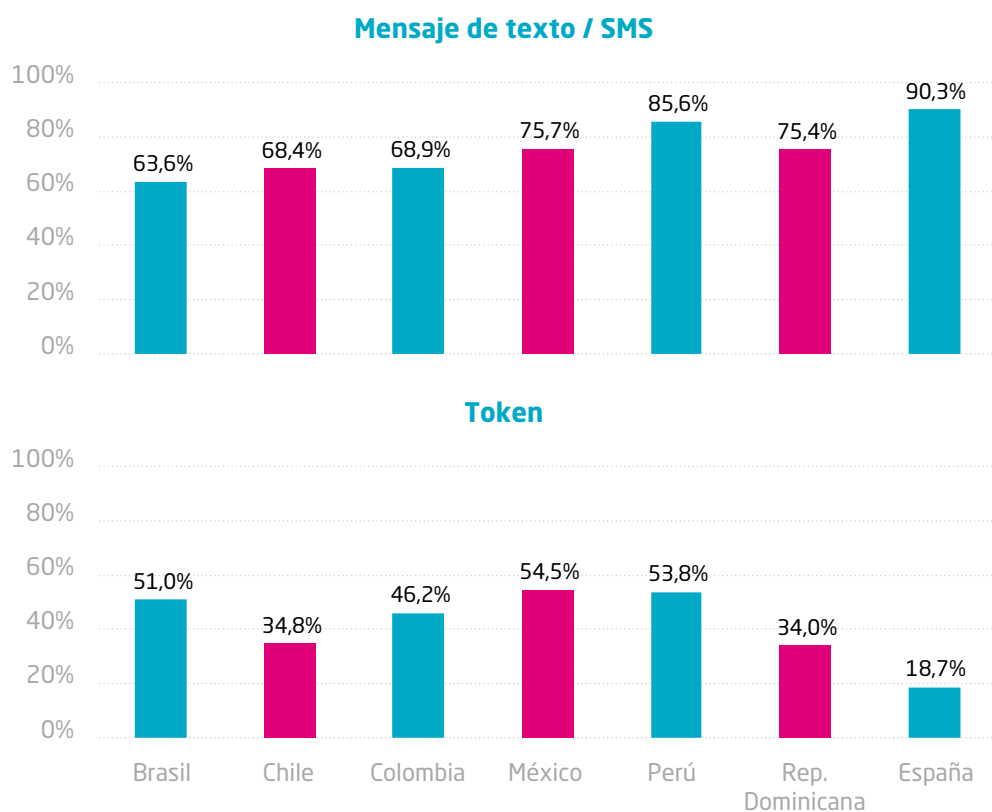
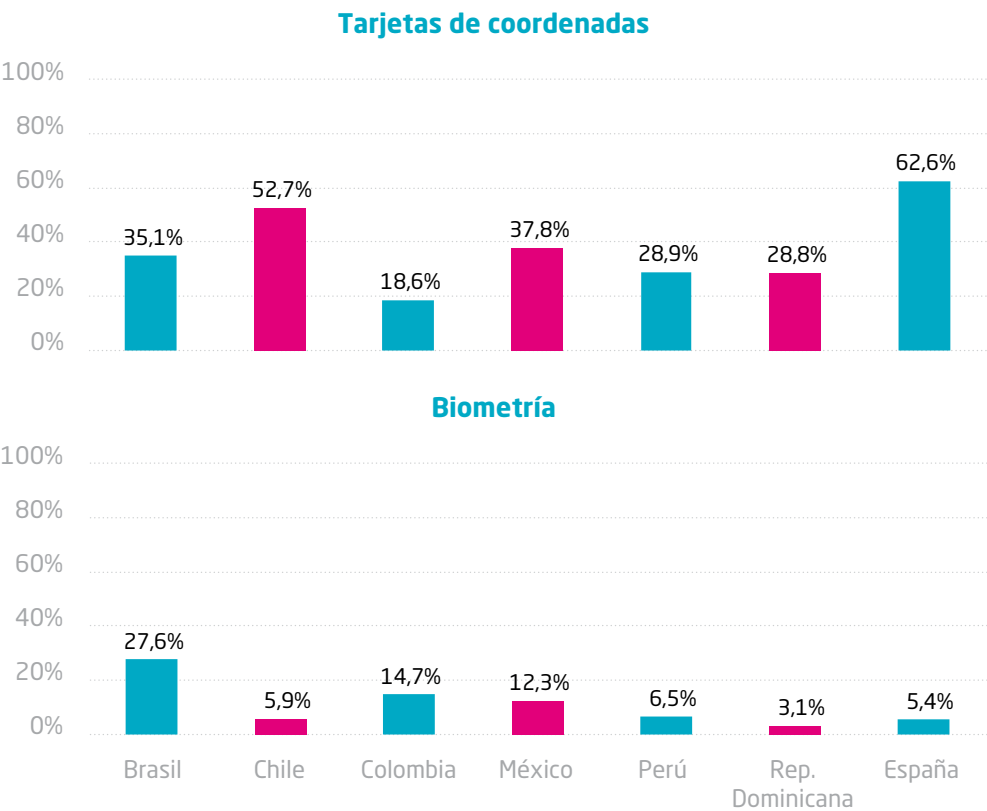


Figura 50. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en población bancarizada compradora online (2017) Continúa



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Total población bancarizada que ha comprado online al menos alguna vez.

Resulta evidente la mayoritaria preferencia por la seguridad en la compra online: se otorga más importancia a este aspecto que a la incomodidad que supone el uso de estos mecanismos. Solo unos pocos manifiestan preferir procedimientos más cómodos y rápidos.

La amplia mayoría - entre el 56,4% y el 76,6% - muestra un grado alto de tolerancia a los procedimientos de seguridad, aceptándolos aunque signifiquen cierta incomodidad en la compra online (Ver Figura 51). Brasileños (76,6%) y chilenos (76,2%) son los que más valoran la seguridad. En España, Colombia y México, los registros favorables a la seguridad, aunque mayoritarios, son relativamente menores (56,4%, 60,3% y 62,5% respectivamente).

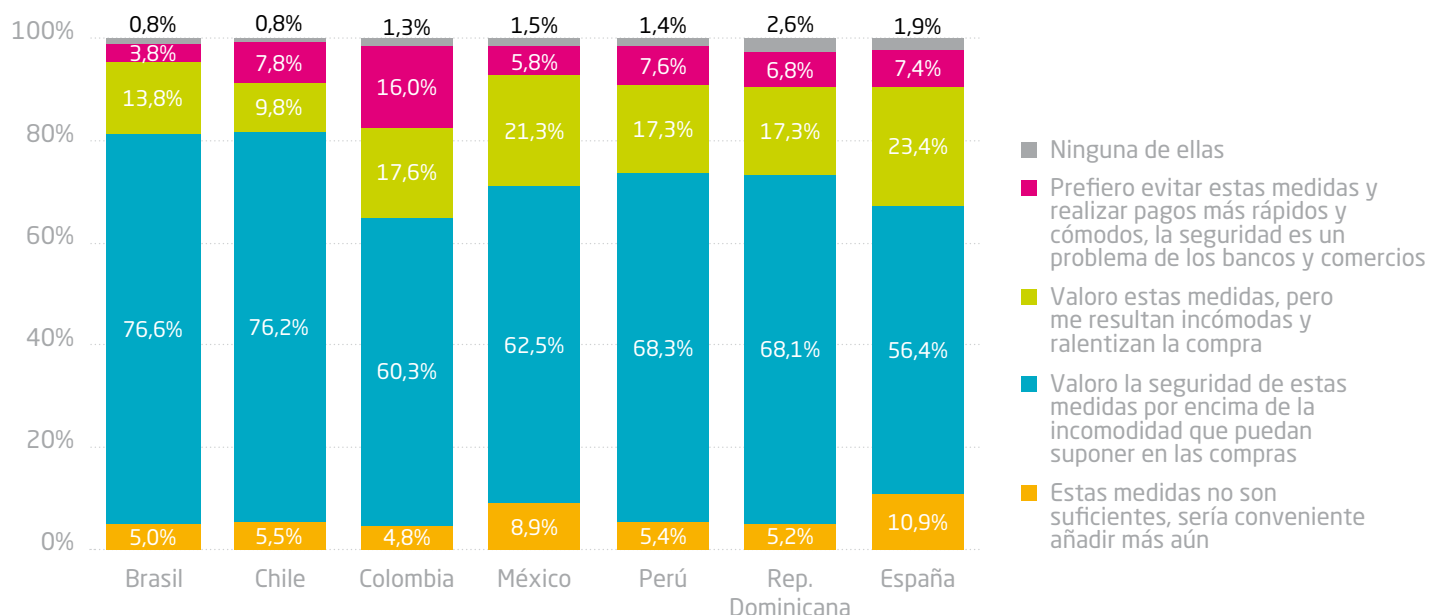
Un segundo segmento en tamaño se muestra más ambivalente entre la seguridad y la incomodidad y ralentización que suponen estos sistemas. En República Dominicana, Perú, Colombia, México y España, entre el 17,3% y el 23,3% de las personas bancarizadas compradoras online opinan "Valoro estas medidas, pero me resultan incómodas y ralentizan la compra". En Chile, solo opina así el 9,8%.

Un segmento minoritario se pronuncia contrario a estos sistemas y prefiere realizar pagos más rápidos y cómodos. En seis países este segmento solo representa entre el 3,8% y el 7,8%. Entre colombianos, esta opinión se amplía al 16,0%.

Por último, los partidarios de reforzar las medidas de seguridad en las transacciones online representan alrededor de un 5% en cinco países: Colombia, Brasil, República Dominicana, Perú y Chile. España se distancia de esta tendencia con un 10,9%.

La amplia mayoría muestra un grado alto de tolerancia a los procedimientos de seguridad en la compra online.

Figura 51. Actitud hacia las medidas de seguridad en compras online entre población bancarizada compradora online (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Base: población bancarizada compradora online.

9. USO DE SERVICIOS ONLINE AVANZADOS ENTRE LA POBLACIÓN BANCARIZADA

La población bancarizada declara un notable desarrollo en el uso de servicios online en todos los países. Incluso las propuestas más avanzadas, como los servicios de pagos y cobros online entre particulares y los servicios de gestión financiera personal, alcanzan respectivamente al menos el 10% o 5% de uso.

Los cambios que están sucediendo en el ámbito financiero como consecuencia de los nuevos desarrollos tecnológicos y los nuevos modelos de negocio impulsado por las compañías fintech suponen un reto para las entidades financieras tradicionales, al descansar en gran medida en el acceso y análisis de datos personales de sus clientes por terceros players para ofrecer productos y servicios financieros, entre ellos, medios de pago - más adaptados y personalizados. Para identificar indicios que ayuden a entender las posibilidades que surgen de estos cambios y la actitud de los bancarizados ante las nuevas propuestas digitales, este epígrafe analiza el comportamiento de la población bancarizada como usuaria de cierto tipo de actividades y servicios digitales que muestran un cierto grado de afinidad a estas propuestas.

Las actividades y servicios digitales explorados se clasifican en cuatro niveles, teniendo en cuenta lo afianzado que el usuario se encuentre en tareas online y la proximidad con los servicios financieros eventualmente ofertados por compañías tecnológicas sobre los que se ha explorado el interés que suscitan.

El primer nivel incluye actividades de acceso fácil y gratuito, ampliamente conocidas, que requieren solo destrezas básicas y posiblemente las más vinculadas a la conexión diaria mayoritaria de estos internautas. En este nivel se sitúan las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram), servicios de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram) y sistemas de posicionamiento global (Googlemaps, otros GPS).

El segundo nivel incluye App stores asociadas a sistemas operativos (PlayStore de Android, AppStore de Apple) y la consulta u operaciones en banca online, tareas vinculadas a actividades cotidianas, de reconocido valor práctico para el usuario, que pueden suponer o no intercambio de dinero o movimientos bancarios.

El tercer nivel contiene actividades de consulta y eventual contratación de servicios online de televisión de pago (Netflix, HBO) o de música de pago (Spotify, iTunes) o compras más o menos regulares en determinadas webs, actividades que suponen que el usuario está más afianzado en su manejo en Internet y en la compra online.

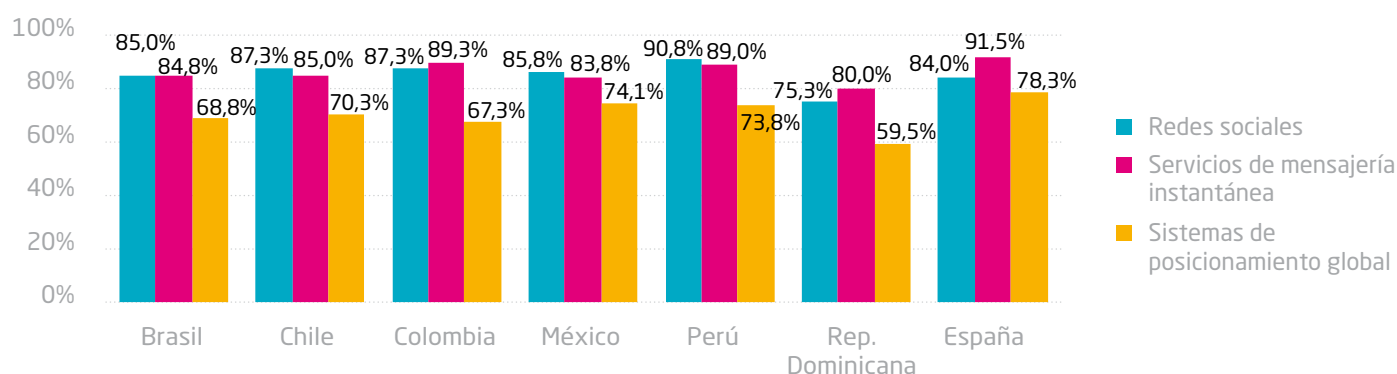
El cuarto nivel comprende servicios online de carácter abiertamente financiero, como los servicios de intercambio y pago entre particulares (Transferwise, Twyp o Bizum (España), Daviplata (Colombia), BIM (Perú)) y servicios de gestión financiera online (Fintonic, MyValue).

Los servicios de gestión financiera personal y, en menor medida, de pago/ envío de dinero online entre particulares son las actividades con menor penetración en todos los países, pero su presencia es considerable y significativa en términos de desarrollo. La experiencia y la comprensión de estas propuestas es todavía limitada, por lo que el margen de mejora es amplio.

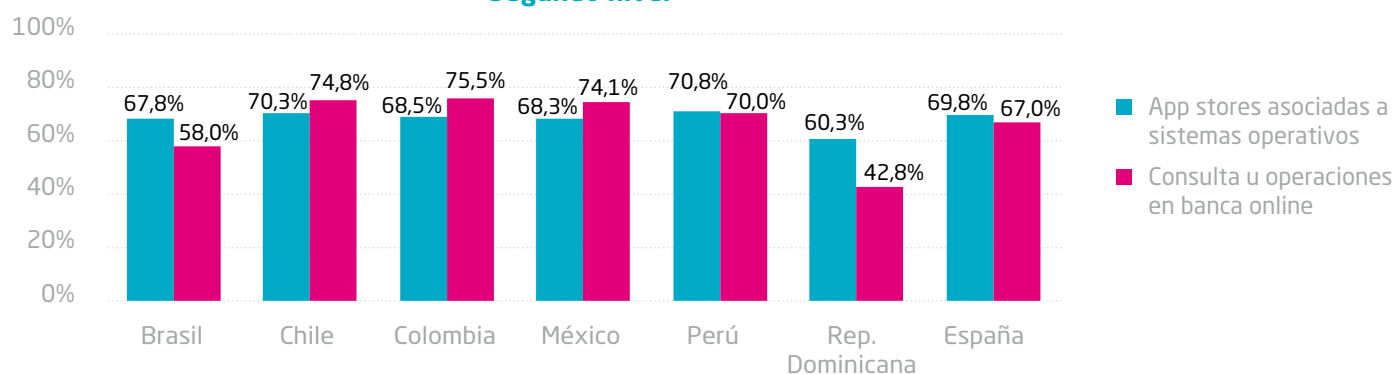
Chilenos (26,5%), mexicanos (23,9%) y colombianos (22,0%) bancarizados son los que más recurren a los servicios de pago/ envíos de dinero online entre particulares. Españoles (10,3%), y en segundo lugar brasileños (15,3%), los que menos los usan (10,3%) (Ver [Figura 52](#)).

Figura 52. Actividades realizadas en Internet en población bancarizada (2017)

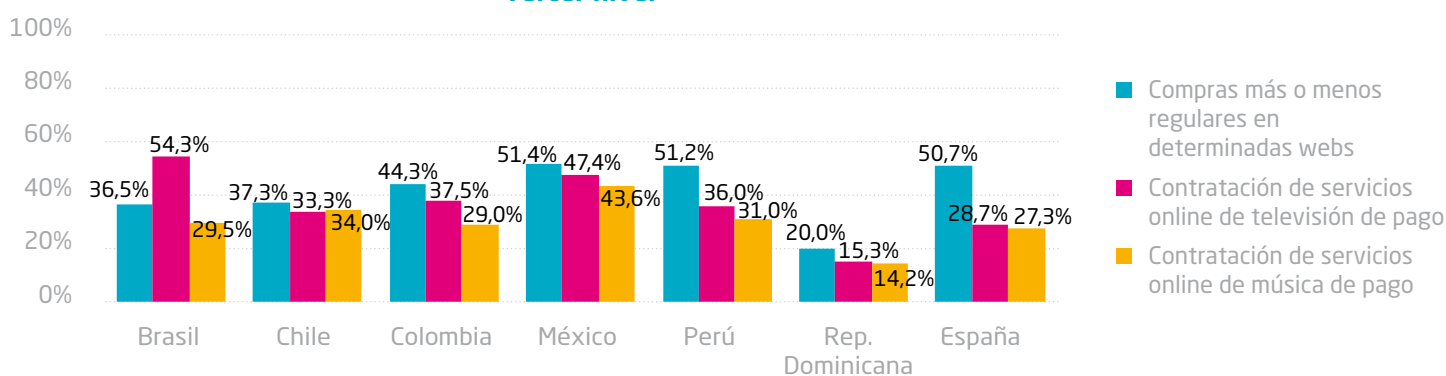
Primer nivel



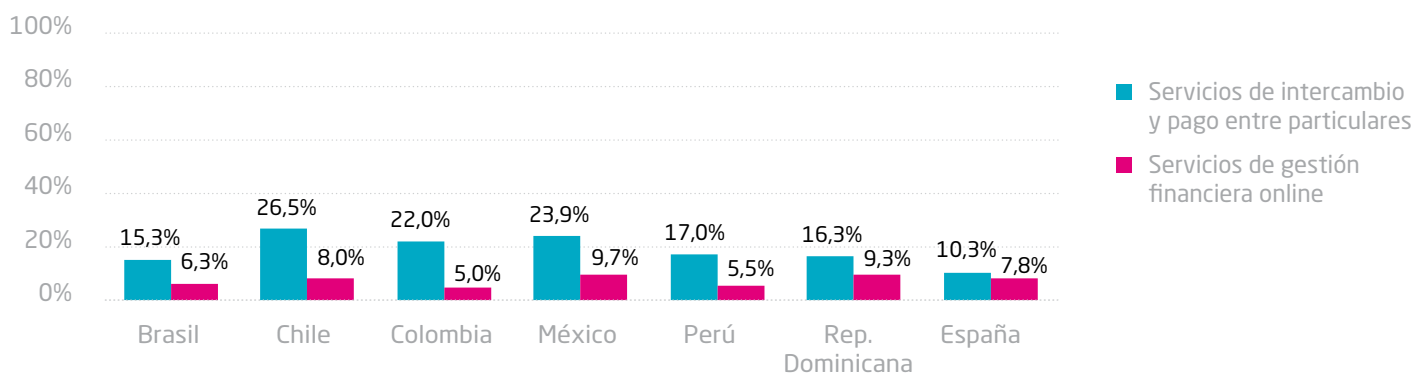
Segundo nivel



Tercer nivel



Cuarto nivel



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada por países (400)

Los servicios de gestión financiera personal no superan en ningún caso el 10% de penetración entre la población bancarizada.

Chile, México y Colombia son los países con mayor desarrollo en el uso de servicios online avanzados (pagos / envíos de dinero entre particulares y gestión financiera)

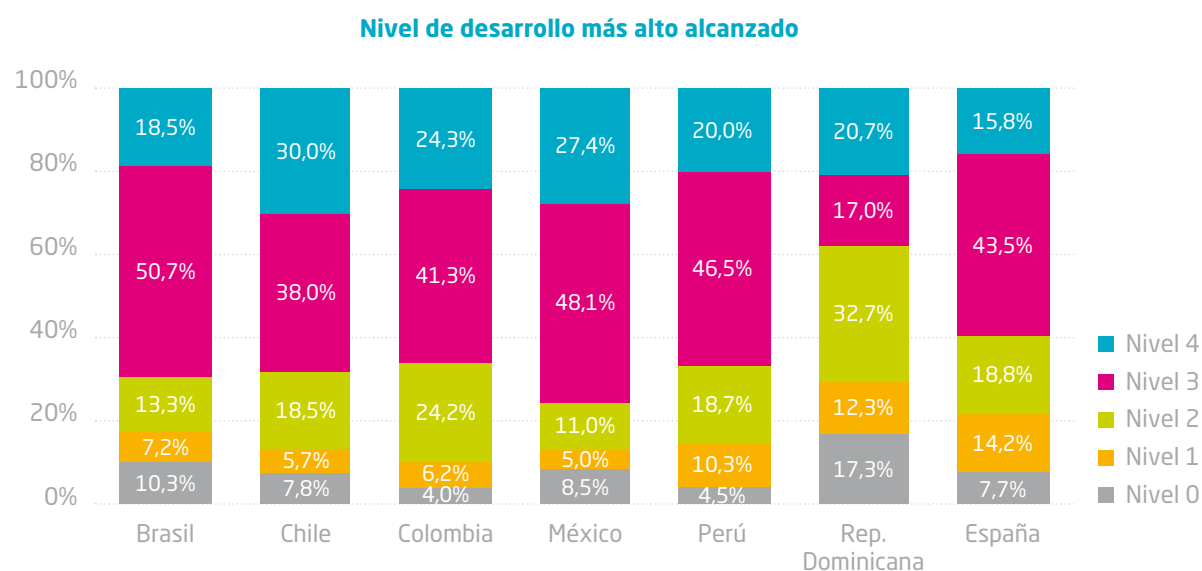
Al clasificar la población bancarizada según el nivel de actividad más alto que realiza (Ver Figura 53), se observa que la pauta dominante en seis países, a excepción de República Dominicana, es realizar al menos una actividad de nivel tres. En Brasil, México y Perú este segmento es amplio y abarca aproximadamente a 1 de cada 2 personas bancarizadas (50,0%, 48,1% y 46,5% aproximadamente). En el polo opuesto se sitúa la población dominicana con solo el 17% de la población bancarizada incluida en este nivel.

El segmento correspondiente al nivel superior es más amplio entre chilenos (30,0%) y mexicanos (27,4%) y menos numeroso entre españoles donde solo el 15,8% se declara usuario de estos servicios de carácter financiero.

El segmento de nivel 2 es el siguiente en cuanto a tamaño, con el liderazgo de República Dominicana (32,7%). México ocupa aquí el último lugar (11,0%) compensando su posición muy afianzada en los dos niveles superiores.

El segmento de nivel 1 incluye menos del 15% de la población bancarizada en todos los países. España (14,2%) y República Dominicana (12,3%) albergan las porciones mayores de población bancarizada que solo realiza actividades del nivel más bajo.

Figura 53. Actividades realizadas en Internet: nivel más alto alcanzado - Población bancarizada (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada internauta por países (400)

10. CONSIDERACIÓN DE SERVICIOS DE NUEVOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE PAGO/ FINTECH Y DISPOSICIÓN A LA CESIÓN DE DATOS

Latinoamérica tiene una buena consideración hacia los players tecnológicos en el ámbito financiero, mientras que en España esta actitud es minoritaria.

La evolución de la oferta de productos financieros por parte de players tecnológicos, distintos a la banca tradicional, ha sido todavía poco estudiada desde la perspectiva del cliente. Aunque en sí misma es una temática muy amplia (por ofertas, players, ventajas específicas, etc.), se ha querido realizar una primera exploración de la misma para entender en qué momento de desarrollo se encuentran los clientes en términos potenciales.

Para ello, se exploró la disposición de la población bancarizada con experiencia en compra online hacia eventuales servicios/ productos financieros de algunas compañías tecnológicas. Interesaba conocer, a partir de una escala de 5 puntos - 0 (nada dispuesto) a 4 (muy dispuesto) -, el grado de disposición a considerar la oferta de compañías tecnológicas en la contratación de cuatro servicios / productos financieros: créditos o préstamos personales; provisión de información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco; recibir avisos, alertas, ofertas de terceros; asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones y pagos o cargos en cuenta, transferencias.

Como se puede apreciar en la [Figura 54](#), los países latinoamericanos parecen tener en general una actitud global más positiva hacia estas propuestas que España. Como hipótesis explicativa cabría mencionar las grandes diferencias en los sistemas bancarios y el extenso vínculo que el cliente español ha establecido con los bancos. Las domiciliaciones (que implican una gran confianza en la entidad), los años de relación con la entidad principal (más extenso que en el resto de países), y la confianza en la garantía de depósitos pueden ser elementos que favorezcan una respuesta conservadora de los españoles ante propuestas novedosas en el sector financiero y despierten más reparos ante la intermediación de otros players.

Las propuestas de asesoramiento financiero y apoyo a la gestión de cuentas, productos y servicios contratados con su banco obtienen en cada país valores semejantes y algo mejores que los obtenidos por los restantes servicios. Pagos o cargos en cuenta, transferencias, se sitúan en tercer lugar, y créditos o préstamos personales es el servicio que es recibido con menor entusiasmo en todos los países.

Al analizar el segmento que se muestra mejor dispuesto a contratar servicios financieros con las compañías tecnológicas, se observa que cualquiera que sea el servicio, dicho segmento es más amplio en México (su tamaño fluctúa entre 44,3% y el 33,2%) y muy estrecho en España (entre 8,4% y 2,3%).

La propuesta de un servicio de información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su propio banco atrae al 41,8% de los mexicanos bancarizados compradores online. En Chile, Brasil, Colombia y República Dominicana, más de uno de cada tres se muestran interesados en dicho servicio. Los españoles son los más reticentes: solo 7,8% muestran una disposición favorable.

La contratación de un servicio de asesoramiento financiero suscita reacciones similares. Atrae al 39,4% de los mexicanos, al 36,5% de los colombianos, al 35,6% de los dominicanos y al 33,9% de los peruanos. En Chile y Brasil, la disposición positiva es algo menor al 30%. Los españoles mantienen su reticencia (8,8%).

El servicio de pagos o cargos a cuenta, transferencias interesa al 44,3% de los mexicanos y a más de un tercio de brasileños, chilenos y dominicanos. Entre colombianos y peruanos el interés es ligeramente menor, y muy bajo entre españoles (3,5%).

Los créditos o préstamos personales son productos que interesan al 33,9% de los mexicanos. En los restantes países, a excepción de España (2,2%), alrededor de uno de cada cinco consultados manifiesta cierto grado de interés.

Figura 54. Disposición a contratar servicios/ productos financieros con compañías tecnológicas: Muy dispuesto y bastante dispuesto - Población bancarizada compradora online (2017)

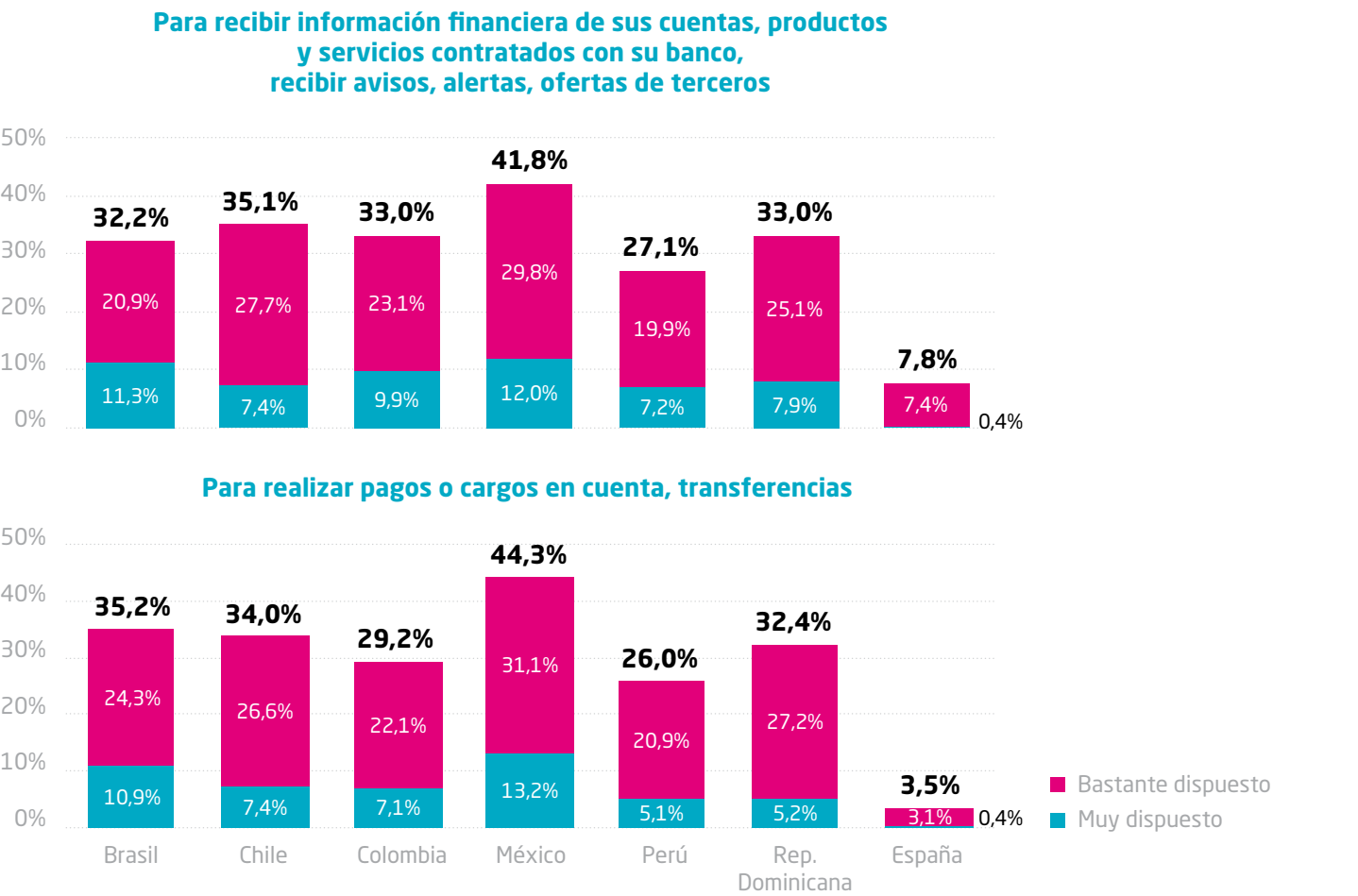
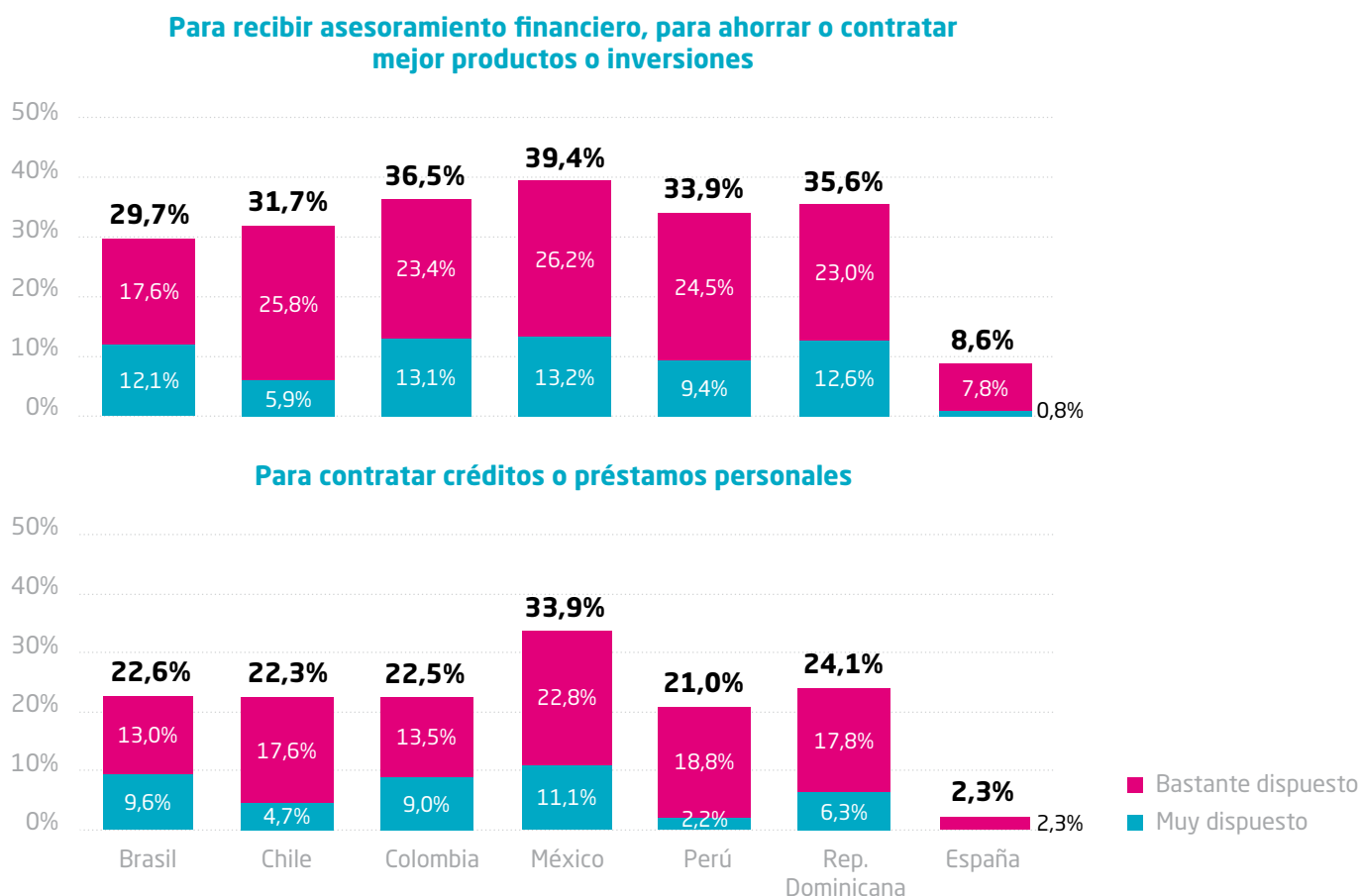


Figura 54. Disposición a contratar servicios/ productos financieros con compañías tecnológicas: Muy dispuesto y bastante dispuesto - Población bancarizada compradora online (2017) *Continuación*



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Total población bancarizada compradora online.

Disposición a ceder información personal a compañías tecnológicas o banco / entidad financiera

En línea con el análisis anterior, interesaba explorar el grado de disposición a autorizar a compañías tecnológicas o banco / entidad financiera a disponer de información personal de distinto tipo para cederla a empresas terceras. Se diferenciaron tres tipos de información personal: sus datos personales (nombre, edad, género, email, teléfono); sus datos financieros (cuentas bancarias, productos contratados, estados financieros) y sus perfiles en redes sociales (gustos, aficiones).

La disposición a ceder información personal de algún tipo a compañías tecnológicas o a entidades financieras a cambio de mejores condiciones en productos es, en todos los casos, reducida, y solo algo mejor hacia los bancos. La cesión de datos requiere de ventajas concretas, evidentes y relevantes para movilizar a los usuarios.

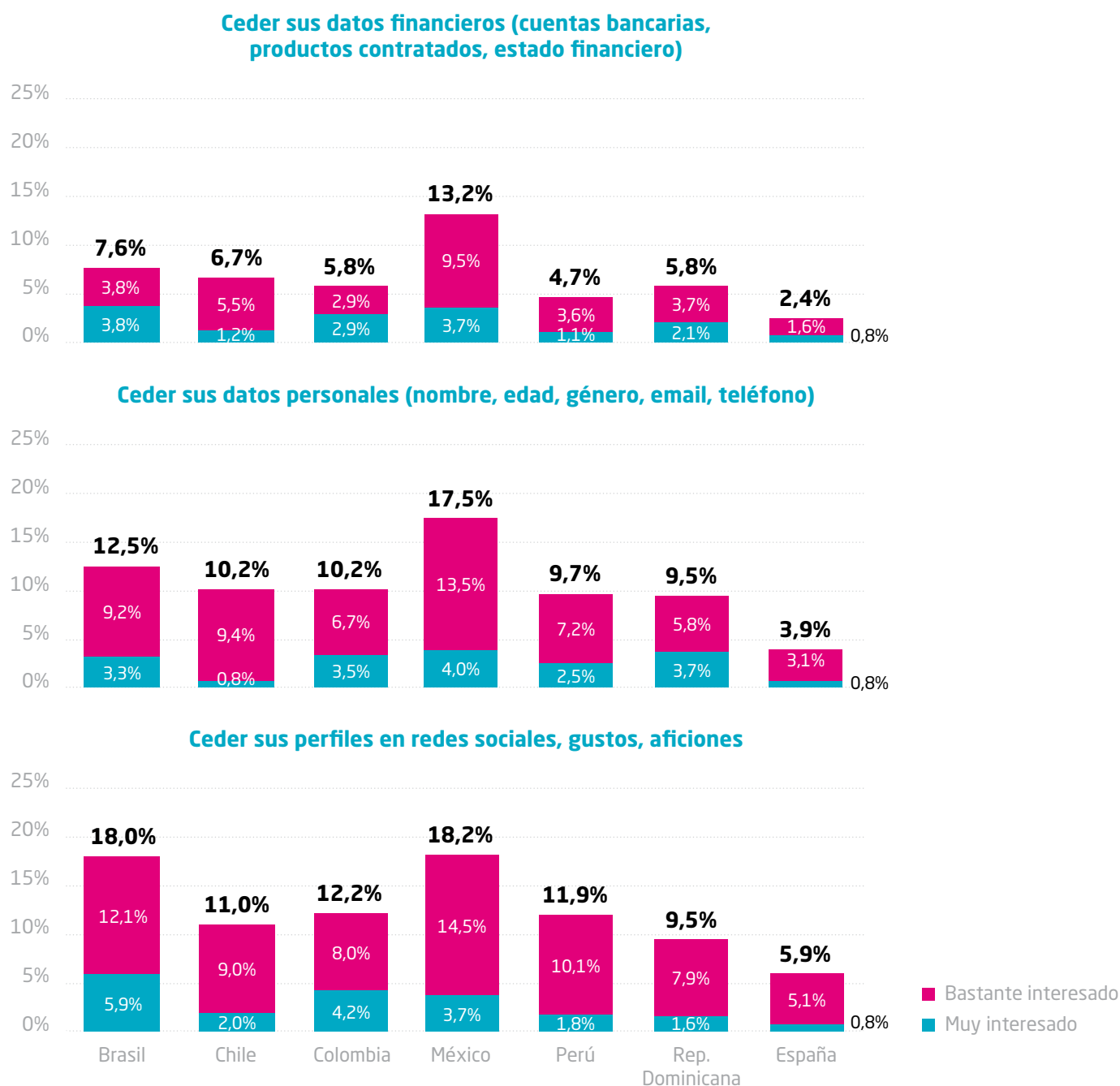
Al explorar la disposición a ceder la información a compañías tecnológicas, se observa una relativa mayor disposición a ceder sus perfiles en redes sociales y una menor disposición a ceder sus datos financieros, que es donde los bancos se ven algo más favorecidos.

Del análisis del segmento de la población bancarizada compradora online que manifiesta una disposición positiva a la cesión de información personal a compañías tecnológicas, se observa que, en todos los casos, se mantiene por debajo del 20% (Ver Figura 55).

Si se trata de la cesión de sus datos financieros o personales, los segmentos de población favorable son más amplios en México y muy reducidos en España. En la cesión de sus perfiles en redes sociales, es solo España la que muestra un registro significativamente menor.

La disposición a ceder información personal a cambio de mejores condiciones en productos es reducida, algo mejor para los bancos.

Figura 55. Disposición a ceder Información personal a compañías tecnológicas por interés en oferta de productos con mejores condiciones
Población bancarizada compradora online (2017)



Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Total población bancarizada compradora online.

El segmento de la población bancarizada compradora online que manifiesta una disposición positiva a la cesión de información personal a su banco / entidad financiera es, en todos los casos, menor al 23% (Ver Figura 56).

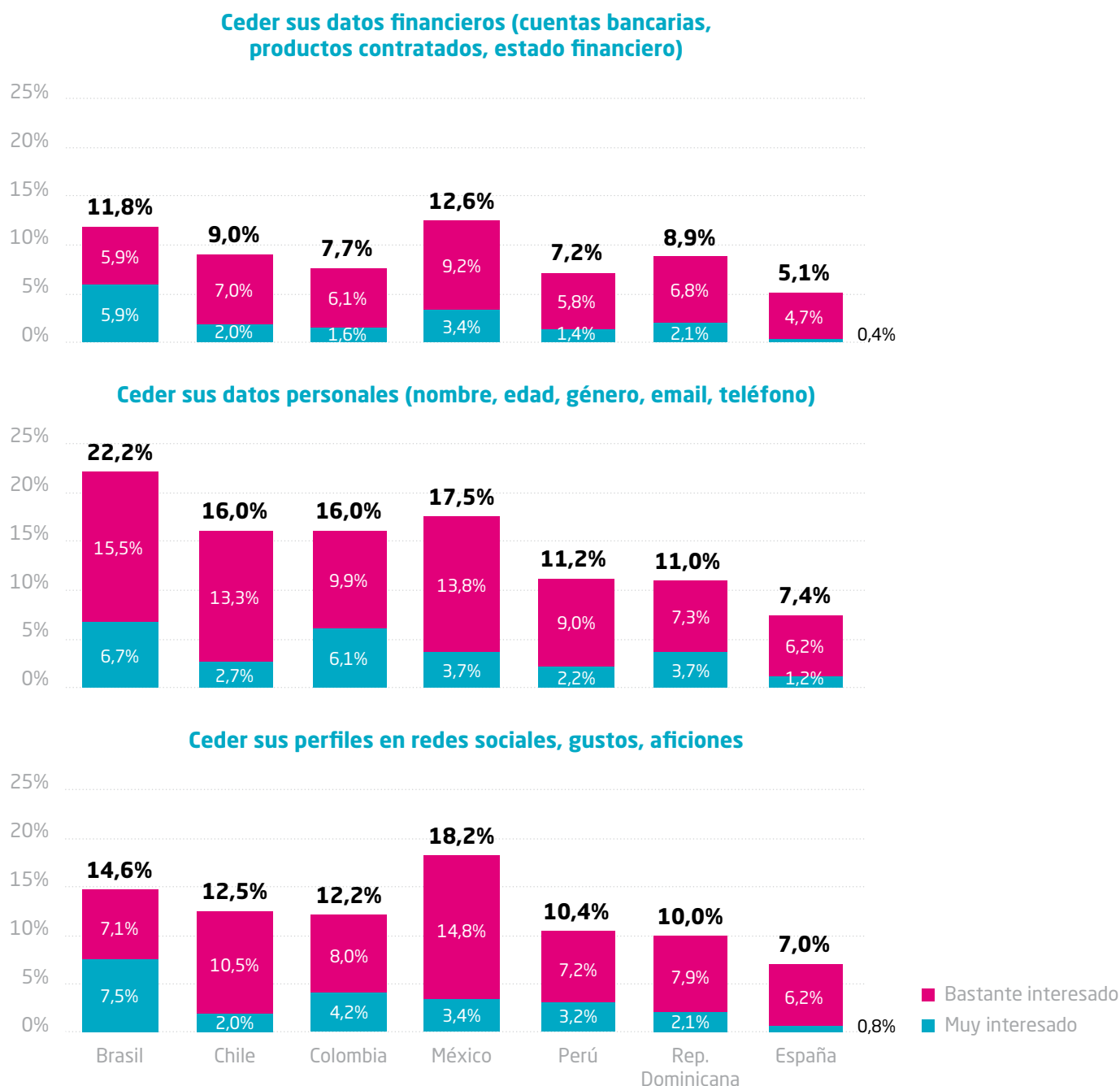
Cuando se trata de datos financieros, las opiniones favorables son menores al 13%. Este segmento es algo más amplio en Brasil (11,8%).

Si se trata de la cesión de sus datos personales, los segmentos de población favorables son significativamente reducidos entre españoles.

Dominicanos y peruanos tienen registros próximos, también menores al 12%. De estos registros se distancian los brasileños con un 22,2% de favorables a la cesión. Este grupo de brasileños favorables a la cesión de esta información a bancos o entidades financieras supera significativamente a aquellos que están dispuestos a cederlos a compañías tecnológicas (12,5%).

En la cesión de sus perfiles en redes sociales, México (18,2%) y Brasil (14,6%) son los relativamente más favorables.

Figura 56. Disposición a ceder información personal a su banco / entidad financiera por interés en oferta de productos con mejores condiciones - Población bancarizada compradora online (2017)



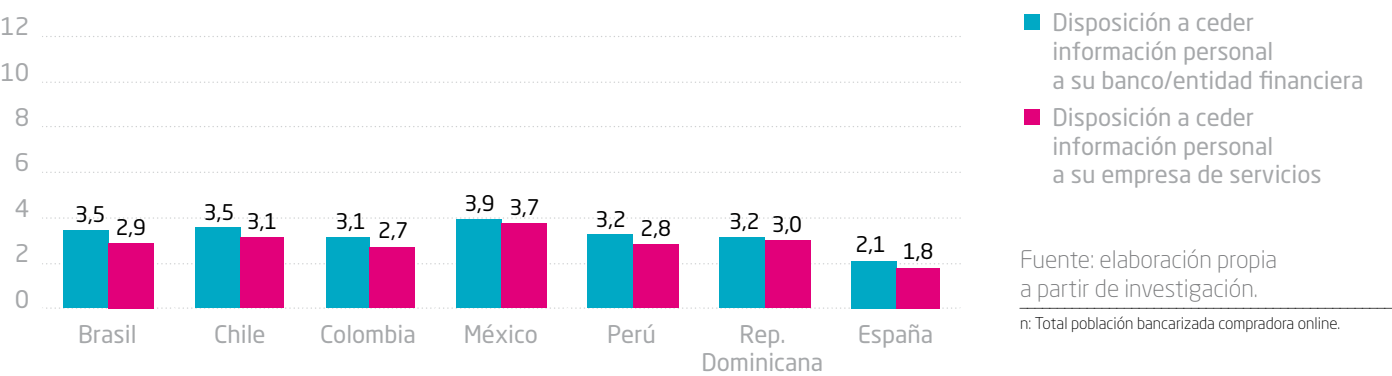
Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Total población bancarizada compradora online.

Si se establece una escala de disposición global a ceder información, de 0 (nada interesado cualquiera sea la información) a 12 (muy interesado cualquiera sea la información) se observa que las medias tienden a ser menores a 4 en todos los países. Los mexicanos mantienen una actitud relativamente más favorable a la cesión y los españoles la menos favorable.

La [Figura 57](#) indica que en todos los países, el nivel de disposición positiva a ceder información a su banco/ entidad financiera tiende a ser ligeramente mayor que el correspondiente a compañías tecnológicas. Pero esta distancia solo es significativa para los brasileños.

Figura 57. Disposición global a ceder información personal a compañía tecnológica o a su banco / entidad financiera por interés en oferta de productos con mejores condiciones (Valores medios en escala de 0 a 12 puntos) (2017)



La Tabla 16 muestra que entre las personas bancarizadas internautas más desarrolladas (nivel 4), con una experiencia más amplia y diversa en actividades online y algún uso de servicios vinculados a sus pagos / servicios financieros, hay una proporción mayor de internautas dispuestos a contratar servicios financieros de nuevos proveedores³⁰. En este segmento, el nivel de aceptación de los servicios propuestos asciende a más del 40% en tres de los servicios analizados.

En la Tabla 17, el desarrollo del usuario potencial en tanto internauta también incide en la disposición positiva a la cesión de información personal, pero de un modo más modesto. En este segmento superior en desarrollo, el nivel de disposición favorable se mantiene, en todos los casos, inferior al 20% cualquiera sea el tipo de información y la entidad oferente.

Tabla 16. Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech según nivel máximo de actividad - Población bancarizada compradora online (2017)

Base	Nivel máximo de actividad		
	Total	Nivel 3 o menor	Nivel 4
	1.857	1.313	543
Aportar información financiera de sus cuentas, productos/servicios contratados con su banco, avisos, alertas, ofertas de terceros	30,4%	26,3%	40,4%
Asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones	31,1%	27,0%	41,2%
Pagos o cargos en cuenta, transferencias	29,6%	24,7%	41,3%
Créditos o préstamos personales	21,6%	16,8%	33,1%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n: Total población bancarizada compradora online.

Tabla 17. Disposición favorable a la cesión de información personal según nivel máximo de actividad - Población bancarizada compradora online (2017)

Base		Nivel máximo de actividad		
		Total	Nivel 3 o menor	Nivel 4
		1.857	1.313	543
Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	12,6%	11,0%	16,6%
	A su banco / entidad financiera	12,3%	10,4%	17,3%
Datos personales	A compañías tecnológicas	10,8%	9,1%	14,9%
	A su banco / entidad financiera	14,7%	12,5%	19,9%
Datos financieros	A compañías tecnológicas	6,8%	5,6%	9,6%
	A su banco / entidad financiera	9,02%	7,7%	11,9%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n: Total población bancarizada compradora online.

³⁰ Dado el limitado tamaño muestral del segmento de interés – respuestas favorables – según países, realizamos este análisis para el total de la muestra.

11. ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN BANCARIZADA EN CADA PAÍS

En este epígrafe se busca reseñar los principales rasgos de la población bancarizada en cada país y su situación en cuanto a penetración de productos financieros básicos y hábitos de uso de medios de pago, replicando la información básica que se presenta en anteriores ediciones. Las novedades de esta edición del Informe están centradas en los aspectos descritos a continuación.

Se incluye mención a las barreras percibidas por la población que el comercio o canal de ventas establece al uso de tarjetas para culminar las transacciones de compra, con la constatación de que existe espacio para la mejora y crecimiento en la aceptación.

En la dimensión de comercio online, además se ha profundizado en el conocimiento de la población bancarizada ante el uso de los distintos sistemas de seguridad establecidos por los sistemas de pago subyacentes para la formalización de los actos de compra por Internet -valorados las medidas basadas en mensajes de texto, tarjetas de coordenadas, token y biometría- así como en las actitudes y percepciones declaradas ante dichos sistemas. Ello, con el objeto de valorar cualitativamente su eventual impacto en la tasa de conversión, tema de interés para los agentes involucrados en el comercio electrónico, como bien refleja uno de los ámbitos de debate en el seno de la reglamentación de la PSD2 (doble factor de autenticación).

Por último, se exploran las actitudes y la predisposición de los bancarizados compradores online hacia la incursión (actual o prevista) de las compañías tecnológicas en la provisión de productos y servicios financieros, así como su predisposición a la cesión de información personal tanto a entidades financieras como a estas tecnológicas para mejorar la calidad o las condiciones de contratación de los servicios prestados.

En general, se detectan importantes diferencias y matices país a país, que responden a realidades domésticas distintas y a momentos temporales diferentes en el desarrollo del vínculo de la población con las entidades financieras, así como el grado de desarrollo del propio sector.

Se recuerda que el análisis a continuación hace referencia a población bancarizada.

Se detectan importantes diferencias y matices país a país, que responden a realidades domésticas distintas



Brasil

- Estabilidad en la penetración de la tarjeta de débito y cierta caída en la de crédito.
- Token y biometría, sistemas de autenticación de doble factor en compras online de uso más amplio en Brasil.
- Uno de cada tres brasileños bancarizados compradores online dispuestos a contratar con compañías tecnológicas los servicios de pago o cargos a cuenta y recepción de información financiera de sus cuentas.
- Limitada disposición a la cesión de información personal a entidades financieras o compañías tecnológicas.

Considerando el conjunto de los países en estudio, Brasil se integra en el grupo de cinco países en el que la tenencia de tarjetas en general incluye prácticamente a la totalidad de la población bancarizada, por encima de República Dominicana y España (Ver [Tabla 18](#)). La penetración de la tarjeta de débito no se ha modificado, la de tarjeta de crédito ha experimentado una disminución de 52,0 a 47,0%. Frente al importante crecimiento en tenencia de tarjetas en varios países (México, Colombia), Brasil no ha experimentado crecimiento significativo y se ha integrado en el conjunto de países estudiados, con un número medio de tarjetas por persona bancarizada equivalente al de España.

Tabla 18. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en Brasil - Evolución 2017-2017

Año	Brasil	
	2016	2017
Cuenta bancaria	99,0%	97,5%
Tarjeta de débito	85,1%	87,0%
Tarjeta de crédito	52,0%	47,0%
Tarjeta de cajero	13,7%	8,5%
Tarjeta prepago	12,4%	8,3%
Total Tarjetas	99,0%	96,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

En Brasil la tarjeta interviene en el pago mensual del 65,3% de los brasileños - inferior a lo observado en México y España -y es el segundo medio en cuanto a volumen de gasto atendido (Ver [Tabla 19](#)), con una proporción similar a la de otros tres países.

El boleto bancario es un medio de pago minoritario, con un impacto mínimo en los hábitos de uso de medios de pago para gastos mensuales. También cheque/pagaré es una forma de pago apenas presente en los usos de los brasileños.

Aunque la presencia de efectivo en el pago de gastos mensuales es menor que en los restantes países, es el medio de pago más usado y con el que más brasileños atienden el mayor volumen de gastos mensuales.

Tabla 19. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de Brasil

		Brasil
Uso del medio de pago en último mes	Tarjeta	65,3%
	Efectivo	95,5%
	Otros medios (global)	46,0%
	Boleto bancario	1,5%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Tarjetas	37,5%
	Efectivo	47,5%
	Otros medios (global)	15,0%
	Boleto bancario	1,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 20. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en Brasil. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra		Brasil
	Cobra comisiones o un precio superior	62,7%
	No dispone esa forma de pago	42,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

La imposición de comisiones o sobrepagos (surcharge) es la limitación al uso de tarjetas más relevante en Brasil, y que han experimentado más titulares de tarjeta en alguna ocasión (Ver [Tabla 20](#)). Que la red comercial o perceptora de pagos no cuente con esta forma de pago es la segunda limitación más mencionada por los brasileños.

El sistema de autenticación de doble factor en compras online más usado en Brasil es el mensaje de texto/ SMS (Ver [Tabla 21](#)). El token, cuyo uso ha sido experimentado por una de cada dos personas bancarizadas compradoras online, y la biometría, con un 27,6% de uso, son sistemas más difundidos en Brasil que en los restantes países. Las tarjetas de coordenadas, por el contrario, tienen una difusión menor. Más de tres de cada cuatro brasileños valoran la seguridad que ofrecen estas medidas.

Uno de cada tres brasileños bancarizados compradores online se muestra favorablemente dispuesto a considerar la contratación con compañías tecnológicas, de servicios de pago o cargos a cuenta y recibir información financiera de sus cuentas (Ver [Tabla 22](#)).

Cuando se consulta sobre el grado de interés en ofertas convenientes de productos y servicios financieros por parte de compañías tecnológicas o por bancos a cambio de ceder información personal a terceras empresas, los brasileños muestran una actitud poco entusiasta, ligeramente más favorable a la cesión a su banco o entidad financiera.

Tabla 21. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en Brasil - Población bancarizada compradora online (2017).

Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online		Brasil
	Mensaje de texto / SMS	63,6%
	Token	51,0%
	Tarjeta de coordenadas	35,1%
	Biometría	27,6%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	76,6%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	3,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

Tabla 22. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en Brasil - Población bancarizada compradora online.

Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)			Brasil
	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		32,2%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		29,7%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		35,2%
	Créditos o préstamos personales		22,6%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	18,0%
		A su banco / entidad financiera	14,6%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	12,5%
		A su banco / entidad financiera	22,2%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	7,6%
		A su banco / entidad financiera	11,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n= Total población bancarizada compradora online.

Chile

- Estabilidad en la tenencia de las dos tarjetas principales.
- Las tarjetas son el medio de pago de mayor volumen de gasto mensual para cuatro de cada diez chilenos.
- Casi uno de cada dos titulares de tarjeta de pago ha encontrado comercios que no aceptan pago con tarjeta.
- Mensajes de texto o SMS y tarjetas de coordenadas son los sistemas de autenticación de doble factor en compras online de uso más amplio.
- La disposición positiva a ceder información personal a compañías tecnológicas o entidades financieras es inferior, en todos los casos, al 16%.

En la [Tabla 23](#) se aprecia un crecimiento significativo de la tenencia de tarjetas de cajero declarada por los chilenos, mientras que la tenencia de las restantes tarjetas se mantiene estable.

Podemos apreciar la amplia presencia de la tarjeta como medio de pago de gastos mensuales, aunque el efectivo se mantiene como medio más presente y más importante en cuanto a volumen pagado (Ver [Tabla 24](#)). Casi uno de cada dos chilenos bancarizados usa otros medios de pago en su economía mensual, aunque su uso como medio principal es reducido (13%).

La no disposición de TPV y la no aceptación de la tarjeta como medio por parte de los comercios son las barreras más reconocidas al uso de este medio de pago en Chile (Ver [Tabla 25](#)).

Tabla 23. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en Chile - Evolución 2017-2017

Año	Chile	
	2016	2017
Cuenta bancaria	98,5%	99,8%
Tarjeta de débito	82,0%	85,8%
Tarjeta de crédito	61,5%	55,3%
Tarjeta de cajero	15,3%	33,0%
Tarjeta prepago	16,5%	9,8%
Total Tarjetas	97,5%	98,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 24. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de Chile - Población bancarizada.

		Chile
Uso del medio de pago en último mes	Tarjeta	84,3%
	Efectivo	98,8%
	Otros medios (global)	48,0%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Tarjetas	38,0%
	Efectivo	49,0%
	Otros medios (global)	13,0%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 25. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en Chile. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

		Chile
Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra	No dispone esa forma de pago	62,7%
	No acepta pago con tarjeta en ningún caso	42,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

El mensaje de texto / SMS y la tarjeta de coordenadas son, en este orden, los sistemas de autenticación de doble factor en compras online más difundidos en Chile (Ver [Tabla 26](#)). Junto con España, es el país donde la tarjeta de coordenadas está más afianzada.

Como en Brasil, aproximadamente tres de cada cuatro chilenos compradores online valoran la seguridad por encima de la incomodidad que suponen estos procedimientos.

Tabla 26. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en Chile - Población bancarizada compradora online (2017).

		Chile
Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online	Mensaje de texto / SMS	68,4%
	Token	34,8%
	Tarjeta de coordenadas	52,7%
	Biometría	5,9%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	76,2%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	7,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

Alrededor de uno de cada tres chilenos se muestra dispuesto a considerar a las compañías tecnológicas para contratar servicios tales como recepción de información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, avisos, alertas y ofertas de terceros; realizar pagos o cargos a cuenta, transferencias y asesoramiento financiero (Ver [Tabla 27](#)). La consideración de esta oferta en la contratación de créditos o préstamos personales es menor y afecta a uno de cada cinco chilenos.

En Chile, la disposición a ceder información personal a compañías tecnológicas o a entidades financieras es en todos los casos menor al 16% de la población bancarizada internauta compradora online.

Tabla 27. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en Chile - Población bancarizada internauta compradora online (2017)

			Chile
Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		35,1%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		31,7%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		34,0%
	Créditos o préstamos personales		22,3%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	11,0%
		A su banco / entidad financiera	12,5%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	10,2%
		A su banco / entidad financiera	16,0%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	6,7%
		A su banco / entidad financiera	9,0%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

Colombia

- Crecimiento significativo de tenedores de tarjeta de débito y de cajero.
- El 41,5% de los bancarizados usa la tarjeta como medio de pago de mayor volumen de gasto mensual.
- Uno de cada cinco colombianos usa servicios de pagos / envíos de dinero online entre particulares.
- Seis de cada diez titulares de tarjeta ha encontrado comercios que imponen comisiones o precios más elevados al pagar con tarjeta.
- El mensaje de texto /SMS es el sistema de autenticación de doble factor en compras online más difundido; el token, el segundo.

Colombia es uno de los tres países que han incrementado significativamente la tenencia de alguna tarjeta (Ver [Tabla 28](#)). La penetración de la tarjeta de débito y la de cajero ha aumentado respecto de los registros de 2016.

El efectivo es usado para pagar los gastos mensuales prácticamente por todos colombianos, y uno de cada dos lo considera su principal medio de pago. Ocho de cada diez usan tarjeta y cuatro de cada diez paga la mayor parte de sus gastos mensuales con dicho medio. Un tercio usa otros medios de pago, pero solo el 7,2% paga con dichos medios el mayor volumen de gastos mensuales (Ver [Tabla 29](#)).

Más de tres de cada cinco colombianos considera limitado con alguna frecuencia el uso de tarjeta porque el comercio no dispone de esta forma de pago o por una política de precios desalentadora del pago con este medio (Ver [Tabla 30](#)).

Tabla 28. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en Colombia- evolución 2017-2017

Año	Colombia	
	2016	2017
Cuenta bancaria	98,8%	97,3%
Tarjeta de débito	81,6%	88,8%
Tarjeta de crédito	45,2%	49,5%
Tarjeta de cajero	5,2%	17,8%
Tarjeta prepago	11,4%	11,5%
Total Tarjetas	87,8%	96,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 29. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de Colombia. Población bancarizada.

Uso del medio de pago en último mes	Colombia	
	Tarjeta	80,5%
	Efectivo	97,0%
	Otros medios (global)	34,5%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Tarjetas	41,5%
	Efectivo	51,2%
	Otros medios (global)	7,2%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 30. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en Colombia. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra	Colombia	
	No dispone esa forma de pago	66,9%
	Cobra comisiones o un precio superior	60,0%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

Tabla 31. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en Colombia - Población bancarizada compradora online (2017).

		Colombia
Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online	Mensaje de texto / SMS	68,9%
	Token	46,2%
	Tarjeta de coordenadas	18,6%
	Biometría	14,7%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	60,3%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	16,0%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

En mayor proporción (22,0%), se reconocen como usuarios de servicios de pagos / envíos de dinero online entre particulares.

El mensaje de texto /SMS es el sistema de autenticación de doble factor en compras online más difundido, y el token el segundo (Ver [Tabla 31](#)). La biometría tiene un nivel de difusión relativamente más importante que el esperado. Un 60,3% de los colombianos valoran la seguridad que suponen estos sistemas, aunque 16,0% prefiere procedimientos más rápidos y cómodos.

Aproximadamente uno de cada tres colombianos se muestra dispuesto a considerar la contratación con una compañía tecnológica de servicios de asesoramiento financiero y de recepción de información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, avisos, etc. (Ver [Tabla 32](#)).

Siguiendo la pauta más generalizada, alrededor de uno de cada cinco contrataría créditos o préstamos personales con una de estas empresas. La disposición favorable a la cesión de datos personales es limitada (menor al 16,0%) y ligeramente más alta cuando se trata de cederlos a su banco o entidad financiera.

Tabla 32. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en Colombia - Población bancarizada compradora online (2017)

			Colombia
Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		33,0%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		36,5%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		29,2%
	Créditos o préstamos personales		22,5%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	12,2%
		A su banco / entidad financiera	12,2%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	10,2%
		A su banco / entidad financiera	16,0%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	5,8%
		A su banco / entidad financiera	7,7%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

México

- Crece la penetración de la tarjeta como medio de pago entre la población bancarizada.
- Más de uno de cada dos mexicanos usa la tarjeta para atender el mayor volumen de los gastos mensuales.
- Casi el 70% de los mexicanos con tarjeta ha tenido que pagar comisiones o sobrepagos por su uso en comercios en alguna ocasión.
- SMS y token son los medios usados por la mayoría de compradores online.
- País con mayor disposición a contratar servicios financieros con empresas tecnológicas.

La [Tabla 33](#) muestra el importante incremento experimentado en México en la penetración de la tarjeta de débito y en la tasa de tenedores de algún tipo de tarjeta.

La [Tabla 34](#) muestra la alta presencia de la tarjeta en el pago de gastos mensuales y uso dominante como principal medio de pago. El efectivo se mantiene como medio de pago universal, pero pasa a segundo lugar como medio de pago principal. Uno de cada dos mexicanos usa también otros medios de pago, pero en su mayoría, en función complementaria.

Más de tres de cada cuatro mexicanos tenedores de tarjeta ven limitado el uso de este medio de pago en alguna ocasión, porque el comercio no dispone de esta forma de pago. Más de dos de cada tres se encuentran limitados por precios desalentadores del uso de tarjetas (Ver [Tabla 35](#)).

Tabla 33. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en México - Evolución 2017-2017

Año	México	
	2016	2017
Cuenta bancaria	99,3%	97,5%
Tarjeta de débito	74,9%	86,5%
Tarjeta de crédito	59,0%	57,4%
Tarjeta de cajero	6,6%	10,7%
Tarjeta prepago	17,8%	16,2%
Total Tarjetas	80,6%	96,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 34. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de México - Población bancarizada

Uso del medio de pago en último mes		México
	Tarjeta	89,5%
	Efectivo	99,5%
	Otros medios (global)	48,9%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Tarjetas	53,1%
	Efectivo	38,9%
	Otros medios (global)	8,0%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n= Total Población bancarizada.

Tabla 35. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en México. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra		México
	No dispone esa forma de pago	78,8%
	Cobra comisiones o un precio superior	68,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

Tabla 36. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en México - Población bancarizada compradora online (2017)

		México
Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online	Mensaje de texto / SMS	75,7%
	Token	54,5%
	Tarjeta de coordenadas	37,8%
	Biometría	12,3%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	62,5%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	5,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

Los mensajes de texto / SMS y, en segundo lugar, el token, son los sistemas de autenticación de doble factor en compras online más difundidos en México (Ver [Tabla 36](#)). La mayoría valora la seguridad por encima de la comodidad, aunque en menor proporción que la observada en otros países.

Los mexicanos se muestran más dispuestos a contratar servicios financieros con empresas tecnológicas (Ver [Tabla 37](#)).

Aproximadamente dos de cada cinco realizarían pagos o cargos en cuenta, transferencias; recibirían información de sus cuentas bancarias o contratarían asesoramiento financiero a través de estas compañías. Y uno de cada tres contrataría créditos o préstamos personales. La disposición favorable a la cesión de información personal a compañías tecnológicas o entidades financieras sigue siendo minoritaria, aunque ligeramente superior a los registros de otros países latinoamericanos.

Tabla 37. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en México - Población bancarizada compradora online (2017)

			México
Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		41,8%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		39,4%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		44,3%
	Créditos o préstamos personales		33,9%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	18,2%
		A su banco / entidad financiera	18,2%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	17,5%
		A su banco / entidad financiera	17,5%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	13,2%
		A su banco / entidad financiera	12,6%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

Perú

- La penetración global de las tarjetas se mantiene en los niveles de 2016.
- La tarjeta tiene una posición cercana a la del efectivo como medio de pago del mayor volumen del gasto mensual.
- Seis de cada diez peruanos titulares de tarjeta señalan el pago mínimo como una barrera ocasional al uso de tarjeta en comercios.
- Mensajes de texto / SMS y, por debajo, el token, son los mecanismos de autenticación más difundidos en Perú.
- Uno de cada tres peruanos compradores online se muestra dispuesto a contratar asesoramiento financiero con empresas tecnológicas.

En la Tabla 38 se observa que la tenencia de tarjeta de débito y de crédito se mantiene en registros similares a 2016, y que la tarjeta prepago se incrementa.

La tarjeta se mantiene como segundo medio de pago, en presencia e importancia en volumen de gasto (Ver Tabla 39). Como en otros países latinoamericanos a excepción de México, el efectivo se mantiene en primer lugar en ambos casos. Amplia intervención de otros medios de pago – sobre todo cargo a cuenta, débito directo, transferencia, domiciliaciones – pero menos de uno de cada cuatro usuarios peruanos lo usa como medio para atender el mayor volumen del gasto.

Tabla 38. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en Perú - Evolución 2017-2017

Año	Perú	
	2016	2017
Cuenta bancaria	98,8%	99,3%
Tarjeta de débito	81,8%	85,5%
Tarjeta de crédito	46,2%	45,8%
Tarjeta de cajero	12,3%	13,0%
Tarjeta prepago	5,2%	12,5%
Total Tarjetas	94,8%	98,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada.

Tabla 39. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de Perú - Población bancarizada

Uso del medio de pago en último mes	Perú	
	Tarjeta	81,5%
	Efectivo	99,0%
	Otros medios (global)	44,5%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Tarjetas	42,8%
	Efectivo	47,5%
	Otros medios (global)	9,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada.

Tabla 40. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en Perú. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra	Perú	
	No dispone esa forma de pago	67,5%
	No permite pagar cantidades muy pequeñas con tarjeta	57,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

Tabla 41. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en Perú - Población bancarizada compradora online (2017)

		Perú
Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online	Mensaje de texto / SMS	85,6%
	Token	53,8%
	Tarjeta de coordenadas	28,9%
	Biometría	6,5%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	68,2%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	7,6%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

Que la red comercial o perceptora de pagos no cuente con esta forma de pago es una limitación que más de dos de cada tres peruanos tenedores de tarjeta experimenta en alguna ocasión. Que la entidad cobradora no permite pagar cantidades muy pequeñas con tarjeta también es visto como un obstáculo de alguna intensidad por la mayoría de los peruanos (Ver [Tabla 40](#)).

En cuanto a sistemas de autenticación de doble factor, el más usado por los compradores online es el mensaje de texto / SMS (Ver [Tabla 41](#)). El token ha sido usado por más de uno de cada dos peruanos. Como en otros países latinoamericanos, es mayoritaria la aceptación de estas medidas de seguridad y solo un 7,6% se inclina por pagos rápidos y cómodos.

Uno de cada tres peruanos compradores online se muestra dispuesto a contratar asesoramiento financiero con empresas tecnológicas (Ver la [Tabla 42](#)). En tanto servicio menos movilizador, solo uno de cada cinco se interesaría por contratar créditos o préstamos personales con estas compañías.

La disposición favorable a la cesión de información personal a compañías tecnológicas o entidades financieras es muy reducida, en todo caso inferior al 11,9%.

Tabla 42. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en Perú - Población bancarizada compradora online (2017)

			Perú
Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		27,1%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		33,9%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		26,0%
	Créditos o préstamos personales		21,0%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	11,9%
		A su banco / entidad financiera	10,4%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	9,7%
		A su banco / entidad financiera	11,2%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	4,7%
		A su banco / entidad financiera	7,2%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

República Dominicana

- Amplio crecimiento de la penetración de tarjeta, sobre todo de débito.
- Sin embargo, solo uno de cada cinco dominicanos la utiliza como principal medio de pago.
- Seis de cada diez titulares de tarjeta afirman haber sufrido comisiones o precios más elevados al pagar con tarjeta en comercios.
- Tres de cada cuatro compradores online ha utilizado el mensaje de texto / SMS como sistema de doble autenticación, a amplia distancia de los restantes procedimientos.
- Un tercio de los dominicanos compradores online acepta considerar la oferta de asesoramiento financiero o recepción de información financiera por parte de compañías tecnológicas.

La Tabla 43 muestra el importante incremento en penetración de la tarjeta de débito y en la tasa de tenedores de algún tipo de tarjeta.

La tarjeta se mantiene como segundo medio de pago, en presencia e importancia en volumen de gasto (Ver Tabla 44). El dominio amplio del efectivo en la atención de los gastos mensuales muestra la aún limitada incorporación de este medio a los hábitos de los dominicanos. Un tercio usa otros medios de pago – sobre todo cargo a cuenta, débito directo, transferencia, domiciliaciones – pero solo uno de cada diez lo usa como medio para atender el mayor volumen del gasto mensual.

Tabla 43. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en República Dominicana - Evolución 2017-2017

Año	República Dominicana	
	2016	2017
Cuenta bancaria	98,0%	100,0%
Tarjeta de débito	37,0%	66,8%
Tarjeta de crédito	36,8%	43,0%
Tarjeta de cajero	-	-
Tarjeta prepago	15,3%	14,2%
Total Tarjetas	58,5%	81,5%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 44. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de República Dominicana - Población bancarizada (2017).

Uso del medio de pago en último mes	República Dominicana	
	Tarjeta	65,0%
	Efectivo	99,3%
	Otros medios (global)	34,0%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Tarjetas	19,8%
	Efectivo	70,5%
	Otros medios (global)	9,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total Población bancarizada.

Tabla 45. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en República Dominicana. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra	República Dominicana	
	No dispone esa forma de pago	74,2%
	Cobra comisiones o un precio superior	61,9%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

Tabla 46. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en República Dominicana - Población bancarizada compradora online (2017)

		República Dominicana
Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online	Mensaje de texto / SMS	75,4%
	Token	34,0%
	Tarjeta de coordenadas	28,8%
	Biometría	3,1%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	68,1%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	6,8%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

Que la red comercial o perceptora de pagos no cuente con TPV es la limitación más frecuente al pago con tarjetas que experimentan los dominicanos. También, las comisiones o sobrepagos asociados al pago con este medio operan como barreras a su uso (Ver [Tabla 45](#)).

En cuanto a sistemas de autenticación de doble factor, el más usado por los compradores online es el mensaje de texto / SMS (Ver [Tabla 46](#)). Token y tarjeta de coordenadas son procedimientos mucho menos difundidos. Más de dos de cada tres dominicanos consideran la seguridad aportada por estos procedimientos por encima de la comodidad.

Uno de cada tres dominicanos compradores online se muestra dispuesto a contratar tres de los servicios financieros con empresas tecnológicas (Ver [Tabla 47](#)). En tanto servicio menos movilizador, solo uno de cada cinco se interesaría por contratar créditos o préstamos personales con estas compañías.

También entre dominicanos, menos de uno de cada 10 compradores online tienen una disposición favorable a la cesión de información personal a compañías tecnológicas o entidades financiera.

Tabla 47. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en República Dominicana - Población bancarizada compradora online (2017)

			República Dominicana
Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		33,0%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		35,6%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		32,4%
	Créditos o préstamos personales		24,1%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	9,5%
		A su banco / entidad financiera	10,0%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	9,5%
		A su banco / entidad financiera	11,0%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	5,8%
		A su banco / entidad financiera	8,9%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

España

- Alto uso de medios electrónicos para la atención de gastos mensuales.
- Los medios de pago electrónicos son los más usados como medio de pago del último mes y para atender la mayor parte del gasto.
- Tres de cada cuatro españoles titulares de tarjeta señalan haber encontrado el pago mínimo como una barrera al uso de tarjeta en comercios.
- Los SMS han sido usados por el 90% de los compradores online como sistema de autenticación de doble factor.
- Los españoles son los que más manifiestan su renuencia a ceder información personal a empresas tecnológicas o entidades financieras.

En la [Tabla 48](#) se observa que la penetración de la tarjeta de pago no ha experimentado cambios significativos desde 2016.

La [Tabla 49](#) muestra la alta presencia de otros medios – sobre todo cargo a cuenta, débito directo, transferencia, domiciliación – como medio de pago usado en el último mes, y con el que se atiende la mayor parte del gasto. El efectivo queda desplazado a un tercer lugar como medio de pago de mayor volumen del gasto.

Que la entidad cobradora no permite pagar cantidades muy pequeñas con tarjeta es visto como un obstáculo de alguna intensidad por casi tres de cada cuatro españoles. La segunda barrera más mencionada es el comprar en comercios que aún no se han incorporado a esta forma de pago (Ver [Tabla 50](#)).

Tabla 48. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas en población bancarizada en España - Evolución 2017-2017

Año	España	
	2016	2017
Cuenta bancaria	99,5%	99,8%
Tarjeta de débito	83,3%	87,0%
Tarjeta de crédito	56,5%	57,5%
Tarjeta de cajero	-	-
Tarjeta prepago	8,4%	3,3%
Total Tarjetas	92,8%	91,3%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada.

Tabla 49. Uso de medios de pago en último mes en la población bancarizada de España - Población bancarizada (2017)

Uso del medio de pago en último mes	España	
	Tarjeta	87,8%
Medio con el que pagó el mayor volumen de gasto	Efectivo	98,5%
	Otros medios (global)	80,3%
	Tarjetas	32,3%
	Efectivo	22,5%
	Otros medios (global)	45,3%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.
n= Total Población bancarizada.

Tabla 50. Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas en España. Valoración de la incidencia en el uso de la tarjeta. Tenedores de tarjetas (2017)

Barreras del comercio o del canal de ventas al uso de tarjetas que encuentra	España	
	No permite pagar cantidades muy pequeñas con tarjeta	74,8%
	No dispone esa forma de pago	52,6%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación
n= Total población bancarizada poseedora de tarjeta.

Tabla 51. Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online en España - Población bancarizada compradora online (2017)

		España
Uso de sistemas de autenticación de doble factor en compras online	Mensaje de texto / SMS	90,3%
	Token	18,7%
	Tarjeta de coordenadas	62,6%
	Biometría	5,4%
Actitudes hacia estas medidas de seguridad en las compras online	Valoro seguridad de estas medidas por encima de incomodidad que puedan suponer	56,4%
	Prefiero evitar estas medidas y realizar pagos más rápidos y cómodos	7,4%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

En cuanto a sistemas de autenticación de doble factor, el más usado por los españoles compradores online es el mensaje de texto / SMS y, en segundo lugar, la tarjeta de coordenadas. El uso del token es menor al 20% y el de la biometría es de 5,4% (Ver [Tabla 51](#)). La valoración de la seguridad por encima de la comodidad es mayoritaria pero menor que en otros países.

Los españoles son los más renuentes ante las propuestas de contratar servicios financieros con empresas tecnológicas (Ver [Tabla 52](#)). La disposición favorable a la cesión de información personal a compañías tecnológicas o entidades financieras también es declarada por menos de uno de cada diez españoles compradores online.

Tabla 52. Consideración de servicios de nuevos proveedores de servicios de pago/ fintech y disposición a la cesión de datos en España - Población bancarizada compradora online (2017)

			España
Disposición favorable a considerar la contratación de servicios de nuevos proveedores / fintech (Muy dispuesto/ Bastante dispuesto)	Recibir información financiera de sus cuentas, productos y servicios contratados con su banco, recibir avisos, alertas, ofertas de terceros		7,8%
	Para recibir asesoramiento financiero para ahorrar o contratar mejores productos, inversiones		8,6%
	Para realizar pagos o cargos en cuenta, transferencias		3,5%
	Créditos o préstamos personales		2,3%
Disposición favorable a la cesión de información personal (Muy interesado / Bastante interesado)	Sus perfiles en redes sociales	A compañías tecnológicas	5,9%
		A su banco / entidad financiera	7,0%
	Datos personales	A compañías tecnológicas	3,9%
		A su banco / entidad financiera	7,4%
	Datos financieros	A compañías tecnológicas	2,4%
		A su banco / entidad financiera	5,1%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n= Total población bancarizada compradora online.

12. CONCLUSIONES

El pago electrónico en conjunto se equipara al pago en papel.

El desarrollo de los medios de pago electrónicos sigue mostrando comportamientos diferenciados en los distintos países. Mientras que República Dominicana, México y Colombia muestran crecimiento en las tarjetas disponibles por la población bancarizada (especialmente el primero), Brasil, Chile, Perú y España mantienen estabilidad y ligeras variaciones en la tenencia de tarjetas.

Ampliando el análisis a los medios de pago electrónico alternativos a las tarjetas (transferencias, domiciliaciones, cargo en cuenta, débitos, etc.), se evidencia que estos últimos muestran un rol complementario al ejercido por el efectivo y las tarjetas. Cabe destacar que España es el único país de los recogidos en este Informe cuya población bancarizada recurre de forma mayoritaria a los débitos bancarios de manera habitual, especialmente para realizar pagos (automatizados) de periodicidad mensual.

El uso de medios de pago basados en papel (fundamentalmente efectivo, pero también cheques y pagarés) para pagos de recurrencia mensual es mayoritario en todos los países, pero los métodos electrónicos muestran ya una presencia muy relevante, especialmente en España donde el porcentaje de la población bancarizada que usa estas dos grandes categorías (papel / electrónico) para realizar pagos mensuales es idéntico, seguida de la mostrada por México. En términos de valor, el efectivo es definitivamente el medio de pago con el que se atiende el mayor volumen de gasto en todos los países salvo en México, donde la tarjeta es el medio principal, y España, donde predominan las transferencias y débitos directos.

El uso de las tarjetas de pago muestra un amplio margen de mejora, fundamentalmente a través de la promoción de la aceptación en comercios, que aún establecen barreras al pago con tarjeta.

La existencia de barreras al pago con tarjeta impuestas por el comercio o el canal de venta es una percepción compartida entre un amplio número de usuarios en todos los países, con especial incidencia en México, República Dominicana, Chile, Colombia y Perú. Estas barreras son fundamentalmente: la falta de terminal punto de venta que impide la aceptación del pago con tarjeta y la existencia de condiciones de dicha aceptación relacionadas con el valor del ticket de compra (importes mínimos y máximos).

El diseño y establecimiento de estrategias dirigidas a fomentar y universalizar la aceptación del pago con tarjeta en comercios y otros puntos de pago, centradas en la eliminación de barreras a la aceptación, propiciarán un mayor uso por parte de los titulares de tarjetas de pago.

El usuario prefiere seguridad en las compras online.

En las compras online se ha evidenciado que los usuarios están acostumbrados a los sistemas de autenticación de doble factor. Si bien el mecanismo más habitual en todos los países es el basado en mensajes de texto (SMS), en algunos también destacan los tokens, las tarjetas de coordenadas o incluso las soluciones biométricas (estas últimas, especialmente en el caso de Brasil). Esta costumbre ha llevado a que la mayoría de compradores online muestren una clara aceptación de su inclusión a pesar del impacto que puedan generar en el proceso de compra en términos de lentitud o incomodidad.

Solo una minoría de compradores online declara un impacto negativo y confianza en la solución de incidencias por parte de los agentes involucrados en la operación de compra online.

Latinoamérica muestra disposición a aceptar a las fintech.

Las nuevas compañías tecnológicas que están introduciéndose en el ámbito financiero son acreedoras de una buena aceptación en Latinoamérica, tanto en relación a los servicios de información y de análisis que ofrecen o prevén ofrecer (consultas, data analytics), como en la eventual oferta de productos y servicios financieros (esto es, con impacto monetario).

Por el contrario, España de momento no muestra esta tendencia. Es posible que las marcadas diferencias en el ámbito bancario, la relación con las entidades bancarias y la seguridad de los depósitos bancarios, favorezcan esta situación.

Los clientes no muestran gran disposición a compartir información, más aún sin tener claridad respecto a los beneficios obtenidos como contraprestación a dicha cesión de datos.

La disposición a ceder datos personales (de carácter financiero y otros) a cambio de mejores productos y servicios financieros y/o ventajas comerciales es una propuesta que requiere ser considerada con cautela.

En el momento actual, la falta de experiencias concretas hace que las personas bancarizadas internautas compradoras online no anticipen un beneficio relevante, y se muestran especialmente renuentes a compartir información financiera, que suele entrar dentro del ámbito de la estricta privacidad.

Para estimular a los clientes a compartir información, las ventajas ofrecidas en contraprestación deberán ser claras, relevantes y suficientes, que justifiquen dicha cesión o compartición de datos sensibles y siempre con todas las garantías de protección y uso adecuado y acordado entre las partes.

Anexo: La compra online: Perfiles de la población bancarizada internauta compradora o no compradora online de diferentes países.

Tabla 53. Perfil sociodemográfico de la población bancarizada internauta no compradora y compradora online (2017)

		Brasil		Chile		Colombia		México		Perú		República Dominicana		España	
		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online	
		No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si
Sexo	Hombre	48,8%	50,6%	50,4%	48,8%	37,8%	51,9%	39,5%	51,4%	48,1%	50,9%	48,3%	53,4%	38,5%	53,7%
	Mujer	51,2%	49,4%	49,6%	51,2%	62,2%	48,1%	60,5%	48,6%	51,9%	49,1%	51,7%	46,6%	61,5%	46,3%
Edad	18 a 24 años	16,5%	20,1%	10,3%	16,8%	10,8%	19,9%	14,0%	21,2%	21,3%	20,2%	26,2%	15,7%	3,4%	11,3%
	25 a 54 años	62,8%	66,1%	51,3%	65,6%	51,4%	63,5%	44,3%	65,9%	49,1%	64,3%	51,0%	73,3%	25,6%	75,5%
	55 a 64 años	14,9%	8,4%	13,7%	14,5%	16,2%	10,9%	11,6%	10,8%	11,1%	11,6%	9,7%	10,5%	25,6%	9,3%
	65 o más años	5,8%	5,4%	24,8%	3,1%	21,6%	5,8%	30,2%	2,2%	18,5%	4,0%	13,1%	0,5%	45,3%	3,9%
	Media años	40,4	36,8	46,9	38,9	48,2	38,2	46,1	38,5	43,5	37,7	40,3	38,2	57,9	39,4
Rol en el hogar	A cargo de compras y cuidado del hogar	36,4%	38,9%	16,2%	29,7%	18,9%	21,5%	37,2%	22,8%	11,1%	22,0%	21,4%	17,3%	25,6%	6,6%
	Aporta ingresos (más 50%)	19,0%	21,8%	34,2%	26,2%	39,2%	30,4%	23,3%	34,5%	27,8%	30,0%	32,4%	35,6%	29,9%	48,6%
	Ambos roles	16,5%	16,7%	30,8%	32,4%	24,3%	22,8%	20,9%	30,2%	36,1%	29,2%	27,6%	31,9%	39,3%	31,5%
	Otros	28,1%	22,6%	18,8%	11,7%	17,6%	25,3%	18,6%	12,6%	25,0%	18,8%	18,6%	15,2%	5,1%	13,2%
Fuente de ingresos para gastos	Planilla / mesada/ nómina / salario/ sueldo	57,0%	60,7%	53,8%	63,3%	55,4%	53,8%	27,9%	54,8%	46,3%	63,9%	40,7%	60,7%	32,5%	67,3%
	Ventas / servicios que realizo	11,6%	14,6%	11,1%	19,9%	9,5%	17,9%	11,6%	22,2%	12,0%	17,3%	16,6%	19,4%	12,8%	18,7%
	Pensión o subsidio	15,7%	9,2%	13,7%	3,9%	8,1%	7,1%	18,6%	5,2%	16,7%	3,6%	12,4%	1,6%	46,2%	3,5%
	Retribución familiar	7,4%	7,5%	11,1%	3,5%	8,1%	2,6%	25,6%	10,8%	9,3%	5,8%	11,0%	9,9%	6,0%	5,8%
	Por remesa o transferencia de familiar	3,3%	2,5%	4,3%	3,5%	8,1%	8,3%	7,0%	4,3%	9,3%	3,6%	16,6%	5,2%	-	2,3%
	Otras	5,0%	5,4%	6,0%	5,9%	10,8%	10,3%	9,3%	2,8%	6,5%	5,8%	2,8%	3,1%	2,6%	2,3%
Estudios del entrevistado	Sin estudios	0,8%	1,7%	0,9%	-	1,4%	0%	4,7%	2,5%	0,9%	-	2,1%	1,6%	4,3%	-
	Primaria / secundaria / aprendiz	35,5%	23,0%	30,8%	15,6%	28,4%	18,6%	32,6%	18,5%	45,4%	17,0%	39,3%	9,4%	59,8%	21,4%
	Formación profesional / politécnica	20,7%	21,8%	39,3%	40,6%	28,4%	28,5%	37,2%	23,4%	31,5%	27,4%	37,9%	40,3%	23,9%	42,0%
	Universitario	43,0%	53,6%	29,1%	43,8%	41,9%	52,9%	25,6%	55,7%	22,2%	55,6%	20,7%	48,7%	12,0%	36,6%

Tabla 53. Perfil sociodemográfico de la población bancarizada internauta no compradora y compradora online (2017) Continuación

		Brasil		Chile		Colombia		México		Perú		República Dominicana		España	
		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online	
		No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si
Ocupación actual del entrevistado	A Dirección, personal cualificado en board directivo	3,3%	7,9%	2,6%	2,0%	0,0%	4,2%	2,3%	2,5%	-	1,4%	1,4%	2,1%	-	0,8%
	B Dirección de departamento, propietario de empresa tamaño medio	4,1%	4,2%	5,1%	6,6%	1,4%	5,4%	2,3%	10,2%	0,9%	7,2%	3,4%	8,9%	-	5,8%
	C1 Gestor, personal administrativo, autónomo, propietario pequeña empresa	13,2%	19,7%	18,8%	22,3%	17,6%	24,0%	16,3%	28,9%	18,5%	19,1%	24,8%	28,8%	10,3%	30,0%
	C2 Trabajador cualificado	13,2%	18,0%	17,9%	35,9%	33,8%	27,9%	9,3%	27,7%	14,8%	37,2%	13,1%	29,3%	10,3%	30,0%
	D Trabajador semi-cualificado	24,8%	16,3%	17,1%	13,3%	13,5%	10,3%	11,6%	7,4%	24,1%	14,1%	15,9%	10,5%	23,9%	19,1%
	E Pensionista, desempleado, recibe subsidio	10,7%	11,7%	11,1%	3,5%	6,8%	9,3%	25,6%	12,3%	16,7%	4,3%	15,9%	4,7%	45,3%	4,7%
	F Estudiante	24,8%	17,2%	10,3%	13,3%	13,5%	15,4%	16,3%	10,5%	19,4%	14,1%	15,9%	13,1%	1,7%	8,6%
	Ama/o de casa	5,8%	5,0%	17,1%	3,1%	13,5%	3,5%	16,3%	0,6%	5,6%	2,5%	9,7%	2,6%	8,5%	1,2%
Lugar de residencia	Capital o gran ciudad	43,0%	51,5%	51,3%	55,5%	54,1%	53,8%	37,2%	68,0%	41,7%	60,6%	35,2%	47,1%	48,7%	45,5%
	Municipios alrededor de una gran ciudad, suburbio	32,2%	20,5%	12,0%	12,9%	16,2%	10,9%	11,6%	8,0%	9,3%	8,7%	19,3%	16,2%	12,0%	12,8%
	Área urbana / pequeña ciudad	11,6%	15,9%	27,4%	21,1%	4,1%	12,5%	14,0%	8,0%	18,5%	11,9%	15,2%	12,6%	15,4%	20,2%
	Pueblo / área rural	13,2%	12,1%	9,4%	10,5%	25,7%	22,8%	37,2%	16,0%	30,6%	18,8%	30,3%	24,1%	23,9%	21,4%

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

n: Total población bancarizada internauta que no compra online y compra online por país.

Tabla 54. Penetración de cuenta bancaria y tarjetas, uso de medios de pago en último mes y vínculo con entidad bancaria - Población bancarizada internauta no compradora y compradora online (2017)

		Países donde decrece la compra online						Países donde crece la compra online							
		Brasil		Chile		España		Colombia		México		Perú		República Dominicana	
		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online		Compra online	
		No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si
Penetración de tarjeta de débito y de crédito	Tarjeta de débito	77,7%	91,6%	84,6%	89,1%	80,3%	94,9%	82,4%	91,0%	69,8%	89,5%	73,1%	91,0%	64,0%	72,0%
	Tarjeta de crédito	40,5%	53,6%	59,0%	55,1%	35,9%	73,2%	52,7%	50,3%	48,8%	61,8%	25,9%	54,2%	34,5%	58,1%
	Número medio total de tarjetas	1,9	2,5	2,3	2,5	1,5	2,4	2,1	2,6	2,4	2,8	1,5	2,6	1,2	1,9
Medio de pago usado en último mes	Tarjeta	48,8%	79,9%	79,5%	88,7%	82,1%	96,9%	75,7%	82,4%	83,7%	92,3%	66,7%	88,4%	64,8%	74,9%
	Efectivo	95,9%	95,8%	99,1%	98,4%	100,0%	97,7%	100%	96,2%	97,7%	99,7%	99,1%	98,9%	99,3%	99,0%
	Otros medios (global)	36,4%	56,5%	28,2%	58,6%	76,9%	80,2%	24,3%	37,8%	37,2%	52,0%	26,9%	52,3%	20,7%	48,7%
Medio de pago del mayor volumen de gasto mensual	Tarjetas	23,1%	49,8%	19,7%	47,3%	19,7%	41,2%	27,0%	46,2%	23,3%	59,4%	28,7%	50,2%	15,2%	26,2%
	Efectivo	60,3%	34,7%	72,6%	35,9%	40,2%	13,2%	70,3%	45,5%	70,3%	32,9%	68,5%	37,5%	82,1%	57,6%
	Otros medios (global)	16,5%	15,5%	7,7%	16,8%	40,2%	45,5%	2,7%	8,3%	9,3%	7,7%	2,8%	12,3%	2,8%	16,2%
Opera con entidad bancaria	Opera con alguna entidad bancaria	93,4%	99,2%	99,1%	100%	100%	99,6%	94,7%	98,3%	86,1%	98,7%	98,1%	99,6%	100%	100%
	Media de número de bancos	1,2	1,5	1,2	1,6	1,3	1,6	1,3	1,7	1,7	1,8	1,2	1,8	1,1	1,5
	Tiempo de permanencia en banco principal (años)*	10,4	9,8	13,4	8,9	21,3	11,2	13,4	10,6	10,2	9,2	11,9	7,9	9,5	8,0

Fuente: elaboración propia a partir de investigación.

n: Total población bancarizada internauta que no compra online y compra online por país.

*Base: Opera con alguna entidad bancaria



indra Tecnocom

Avda. de Bruselas 35
28108 Alcobendas
Madrid (Spain)
T +34 91 480 50 00
indracompany.com

Indra reserves the right
of changing these
specifications without
noticing in advance