

IX Informe

# Tendencias en Medios de Pago

Con la colaboración de



Afi



minsoit

An Indra company



# Leading Payments, Processing the Future

**Minsait Payments** es la unidad de transformación digital de Minsait centrada en apoyar a las entidades financieras a liderar la industria de los medios de pago desde la innovación. Como partners tecnológicos, aportamos soluciones y servicios especializados adaptados a las necesidades del negocio, creando líderes del cambio capaces de afrontar los retos de la industria de los pagos.

Las capacidades de nuestra plataforma, nuestra red de centros en Latinoamérica y España, así como nuestro modelo consolidado, nos permiten ofrecer servicios diferenciales de procesamiento de medios de pago con cobertura multi-regional y multi-cliente, perfectamente personalizados para cada entidad.

---

+220

Millones de tarjetas a nivel global

---

+80

Referencias en clientes distribuidos en diferentes regiones

---

+15

Países en los que prestamos servicio

---

+25

Años de experiencia

2019 ha sido un año clave en el que hemos apostado de manera estratégica por los medios de pago con la creación de un área específica que cuenta con más de 800 consultores especializados en este negocio.

**Minsait** es la compañía que agrupa todos los negocios de TI de Indra, integrando los mercados verticales, unidades horizontales y de soporte para responder a las necesidades de transformación de los negocios de sus clientes.

En Minsait creamos soluciones con impacto, poniendo en valor el producto, la cultura y la oferta transformacional para impulsar al reinvenimiento de los negocios y de la sociedad. En Minsait apostamos por el descubrimiento y la apertura de nuevos caminos como garantía de transformación y de generación de impacto a través de la innovación.

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

Escanea este QR



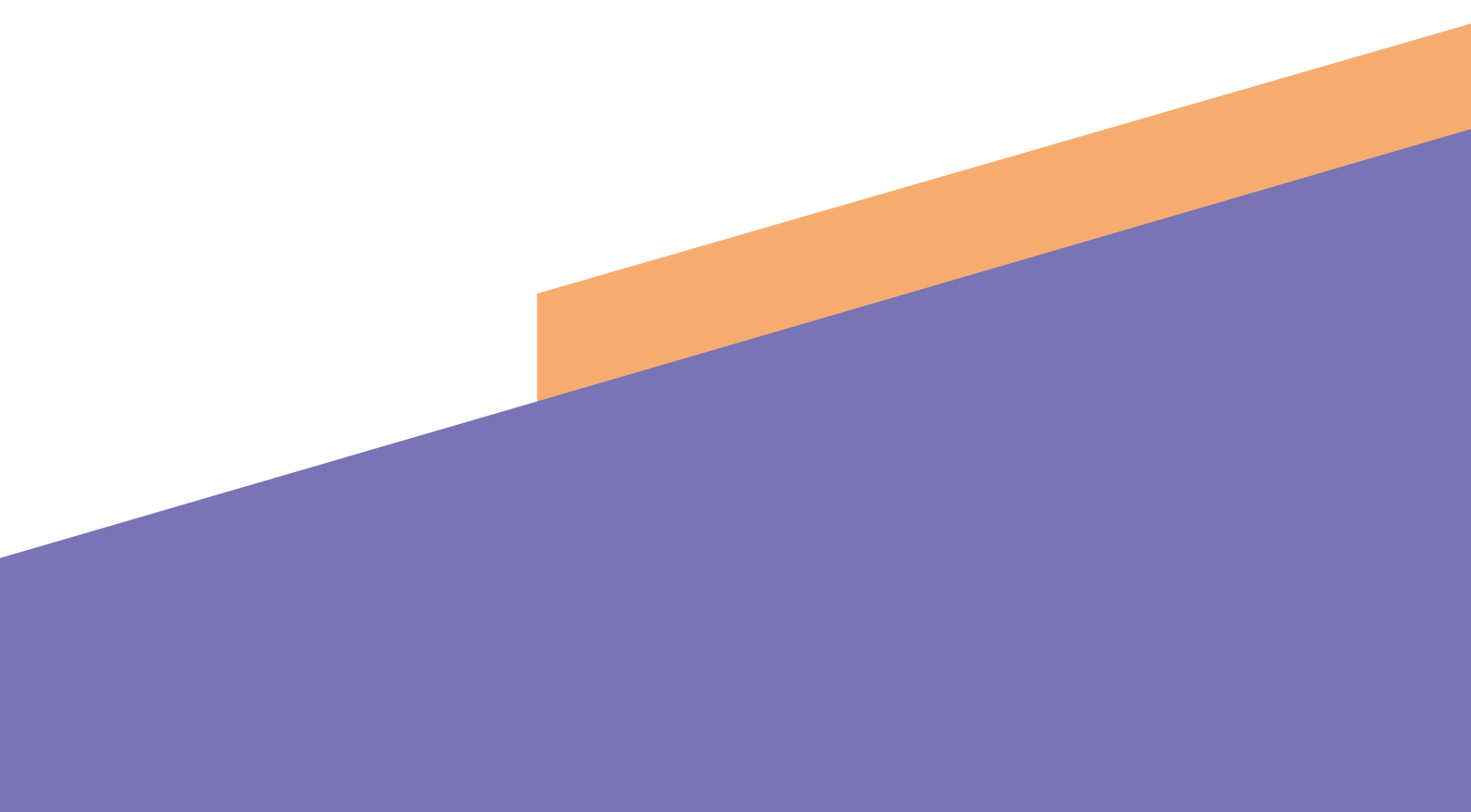
O, si lo prefieres, visítanos en

<https://mediosdepago.minsait.com/es>

# Índice

1. Lo más destacado del IX Informe	6
2. Novedades en Medios de Pago	26
3. La visión del sector	44
Panorama de los medios de pagos: una visión global	50
Panorama de los medios de pago en Europa	62
Panorama de los medios de pago en América Latina	70
Barómetro de tendencias de innovación en medios de pago	86
4. El sector en cifras	92
El proceso de independencia del dinero en efectivo solo ha iniciado en Reino Unido	99
El cheque, en caída libre	100
Mayor dinamismo de los pagos desde cuenta: alternativa al cheque y adopción de innovaciones en pagos inmediatos	101
Los múltiples sabores de las transferencias	104
Preeminencia global de la tarjeta de débito, salvo en Argentina	105
Dos velocidades asociadas al tipo de uso de la tarjeta: ¿pagos en POS o retiros en ATM?	108
¿Financiar o no financiar las compras con tarjeta de crédito?	111
Repliegue de ATM en mercados maduros y expansión global de POS	112
Se intuye una fuerte intensificación del uso de la banca online y móvil	116
El ecommerce marca nuevos récords de transaccionalidad	117

<b>5. A las puertas del Open Banking</b>	120
El Open Banking, un fenómeno global	124
Lecciones aprendidas del Open Banking en Reino Unido	141
Iniciación de pagos, alternativa al uso de la tarjeta	144
El cambio de paradigma que impulsa el Open Banking ¿Hacia dónde nos dirigimos?	148
<b>6. Demanda en Medios de Pago</b>	152
Metodología	154
Población bancarizada internauta	155
Una población que avanza hacia la multibancarización	156
La multibancarización y su impacto en la tenencia de tarjetas	158
Uso dispar de la tarjeta de crédito	160
El despertar (tardío) del pago móvil	164
Innovación y preferencias de medidas de autenticación	167
Comercio online	170
Bigtech	177
Resumen por país	182



# Lo más destacado del IX Informe

1





# La familia crece

El enorme dinamismo del sector de los medios de pago merecía contar con un país vanguardista que permitiera anticipar el futuro. Por ese motivo damos la bienvenida a Reino Unido a estas páginas.

Open banking, códigos QR, ecosistemas, financiación en el punto de venta, datos e infraestructuras abiertas son elementos sobre los que se está construyendo el sistema de pagos del siglo XXI. Un sistema de pagos inmediato, apalancado sobre la estandarización, la interoperabilidad y el acceso de nuevos PSP con propuestas de valor innovadoras y perfiladas. Sistemas de pagos construidos sobre infraestructuras tecnológicas estratégicas como las Cámaras de Compensación y Liquidación (ACH), de las que ahora se espera que den soporte directo al segmento retail (pagos de bajo valor). Un sistema de pagos moderno y digital para las personas, empresas y gobiernos, que hagan prescindible el dinero en cash y la espera de su disponibilidad efectiva. Sistemas de pagos con multiplicidad de proveedores y alternativas de productos en un entorno protegido.

Los emisores de dinero electrónico (en adelante, EDE) se multiplican en todos los mercados, con denominaciones distintas (instituciones de pago en Brasil y México, billeteras digitales en Argentina -donde aún no están reguladas-, SEDPE en Colombia, EDE en Europa, Perú y Chile). Las bigtech de oriente (chinas) y occidente (norteamericanas) están activamente tomando posiciones, como también lo están haciendo los fondos de capital riesgo, que han aupado con sus inversiones millonarias y pacientes a un puñado de startups a la categoría de Unicornio. Tal es el caso de Rappi en Colombia, de Nubank en Brasil -con más de 10 millones de clientes y ya presente también en México y pronto en Colombia- y de Mercado Pago -brazo financiero de Mercado Libre. Son varios los neobancos y challenger banks<sup>1</sup> claramente reconocibles en el mercado a ambos

lados del Atlántico.

El dinero electrónico y las billeteras digitales se están poco a poco convirtiendo en soluciones financieras para los trabajadores de la gig economy en Latinoamérica, especialmente tras el impulso que la asociación con los esquemas internacionales de tarjetas (Visa y Rappi, MasterCard y MercadoPago) han dado a su aceptación doméstica e internacional. Estos nuevos ecosistemas de pagos están recibiendo el apoyo de las autoridades, como se evidencia en países como Argentina donde el Banco Central ha exigido la interoperabilidad entre cuentas bancarias y cuentas digitales (dinero electrónico o pre-pago).

La adquirencia sigue abriéndose a la competencia (generalmente por impulso de las autoridades), y en Latinoamérica están surgiendo multitud de soluciones (ecosistemas, más bien) muy relevantes (MercadoPago y Rappi son protagonistas) y pertinentes, pues atienden segmentos hasta ahora desatendidos o subatendidos por las entidades bancarias, contribuyendo a la inclusión financiera, tema presente en todas las agendas políticas de la región. La creación de estos ecosistemas recuerda a los que están construyendo Alipay y WeChat en China, que incluyen multitud de opciones de pago y servicios financieros, en vías de ser unas all-in-one commerce centered apps con capacidad de revolucionar la industria de los servicios financieros a nivel global. Alipay, de hecho, ya ha llegado a convenios con billeteras digitales en seis países europeos (entre ellos, Momo de España) para ampliar el alcance de su ecosistema. Un paso más allá en la creación de ecosistemas de pago propietarios es el anunciado en junio por Facebook y su proyecto -paralizado de momento- de lanzamiento de

<sup>1</sup> Ateniéndonos a la definición adoptada por este Informe que, con la velocidad de los cambios es difícil anticipar la duración de su vigencia, asociamos a la categoría de neobanco a los PSP emisores de dinero electrónico con look&feel de banco pero que no se pueden denominar banco, y a la categoría de challenger bank a aquellos emisores genuinamente ex novo, digitales y con licencia bancaria.

una stablecoin (Libra) gestionada por un consorcio de grandes multinacionales agrupadas bajo la Asociación Libra cuyo respaldo serían depósitos bancarios y bonos soberanos de calidad.

Los pagos han sido, son y serán un negocio de red, de ecosistemas cuyo éxito está condicionado de forma creciente por la experiencia de usuario (UX). La red aporta ubicuidad e (idealmente) inmediatez y la UX proporciona omnicanalidad, conveniencia, sencillez y empoderamiento. La seguridad, que se da por supuesta, es invisible, pero consume muchísimos recursos y es una actividad subyacente que, al igual que la red y la UX, debe operar sin interrupciones.

## ¡Hola Reino Unido!

El comportamiento de los medios de pago a los que este Informe viene dando seguimiento desde hace nueve años (efectivo, transferencias interbancarias, débitos, pagos con tarjeta y otros sustentados en papel como los cheques y efectos comerciales), sigue mostrando diferencias a nivel doméstico, que responden a las condiciones del mercado, la regulación y las preferencias de los agentes en cada uno de sus países. Las diferencias en los condicionantes tecnológicos, sin embargo, son cada día menores, y la transferencia de conocimiento, tecnologías y soluciones entre regiones es prácticamente inmediata hoy en día.

Pero antes de sumergirnos en los principales hallazgos, es momento de dar la bienvenida a este Informe a un nuevo país: Reino Unido. Es precisamente la incorporación de Reino Unido en el perímetro de análisis de este Informe la que destaca como novedad principal de la presente edición, y que persigue un objetivo básico: establecer una referencia protagonizada por un mercado muy dinámico e innovador en medios de pago, con atributos vanguardistas por su experimentación temprana con el nuevo paradigma de Banca Abierta y que contribuye a equilibrar, junto a los históricos España y Portugal, la imagen que proyectan los patrones de pago en Europa frente a los siete países que conforman la imagen equivalente proyectada desde Latinoamérica. Mirar a Reino Unido permite anticipar algunas tendencias aún no materializadas en el resto de los países o que se encuentran en un estadio anterior de desarrollo (por

## Los pagos han sido, son y serán un negocio de red, de ecosistemas cuyo éxito está condicionado de forma creciente por la experiencia de usuario (UX)

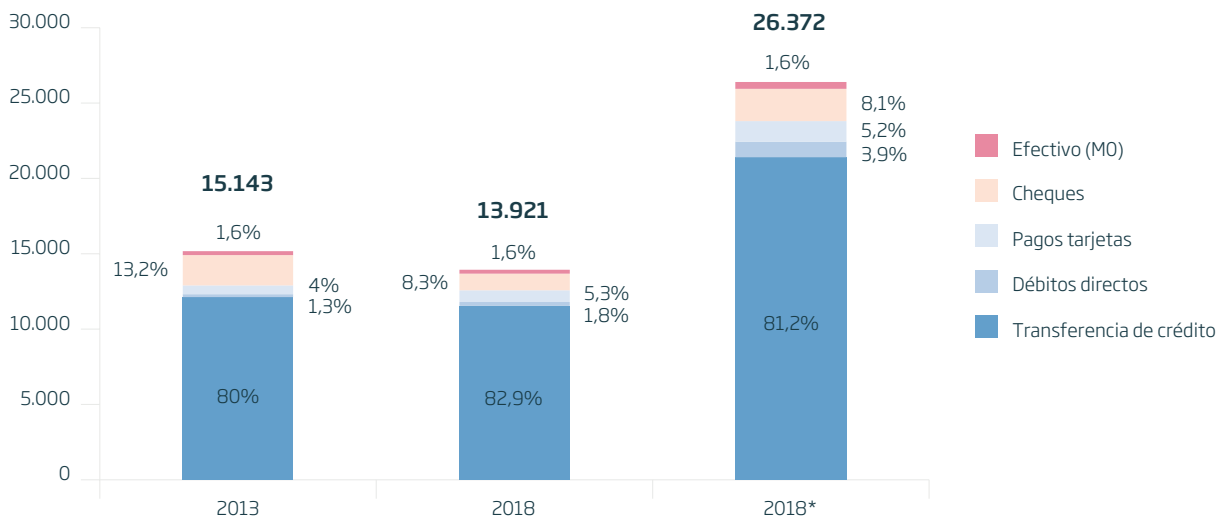
ejemplo, Open banking), y contrastar otras que ya se adivinan (por ejemplo, que independizarse del dinero en efectivo es posible o que crece el uso de mecanismos push frente a pull en pagos desde cuenta).

## Una visión panorámica en términos de valor y volumen: transferencias y tarjetas lideran sendos rankings

España avanza a ritmos de 4,8% interanual en valor tras alcanzar el año anterior los niveles pre-crisis, como también hace Reino Unido (4,9%) y Portugal, creciendo en su caso a dos dígitos en 2018 (17,1%). En Latinoamérica, sin embargo, dada la persistencia del efecto de tipo de cambio en el valor de las distintas monedas latinoamericanas frente al dólar estadounidense, la transaccionalidad registrada ha perdido ocho puntos desde 2013 en valor dolarizado que, si se analiza en términos constantes de 2013, la lectura es de crecimiento positivo (ver **Figura 1.1**).

Las transferencias electrónicas siguen siendo el medio de pago minorista que mayor valor concentran en Latinoamérica, representando el 82,9 % del valor total de las operaciones en 2018. En cuanto a la intensidad de uso, las transferencias han ido ganando peso paulatinamente como sustitución al cheque, posicionándose como el segundo medio de pago más utilizado en 2018 (16,2 % de las operaciones, ver **Figura 1.2**.) tras las tarjetas, que se aproximan al 80 % del total de operaciones de pagos electrónicos minoristas registrados -con más de 24.000 millones de transacciones en 2018- y un 5,3 % del valor total. Los débitos directos han aumentado su presencia tímidamente durante los últimos años, representando apenas el 1,8 % del valor total y el 1,5 % de las operaciones de pago en la región.

**Figura 1.1:** Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2013 y 2018, por instrumento, miles de millones USD

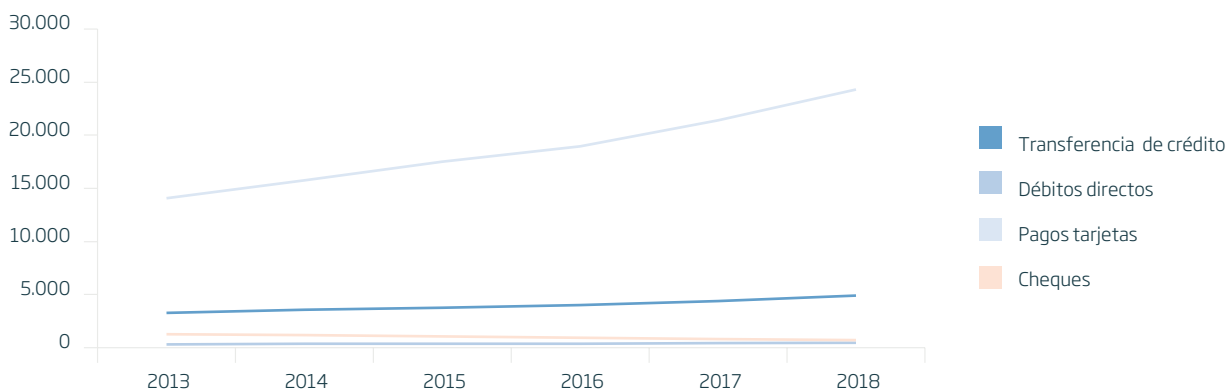


Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.  
\*tipo de cambio 2013

México destaca como el mercado con mayor crecimiento interanual en el uso de las transferencias interbancarias (+31,7 % en términos de volumen), seguido de Argentina (+28,2 %) y Perú (+25,0 %). Los cheques siguen registrando una caída generalizada en todos los países, siendo Costa Rica el país que registra mayor

recorte (-21,3 % interanual en volumen), seguido de Perú (-15,0 %), Colombia (-14,4 %) y Brasil (-13,2 %). En Europa, es Reino Unido el que lidera la caída del uso del cheque (-15 %), con Portugal (-12 %) y España (-8 %) cumpliendo con dicha la tendencia global.

**Figura 1.2:** Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2013-2018, millones

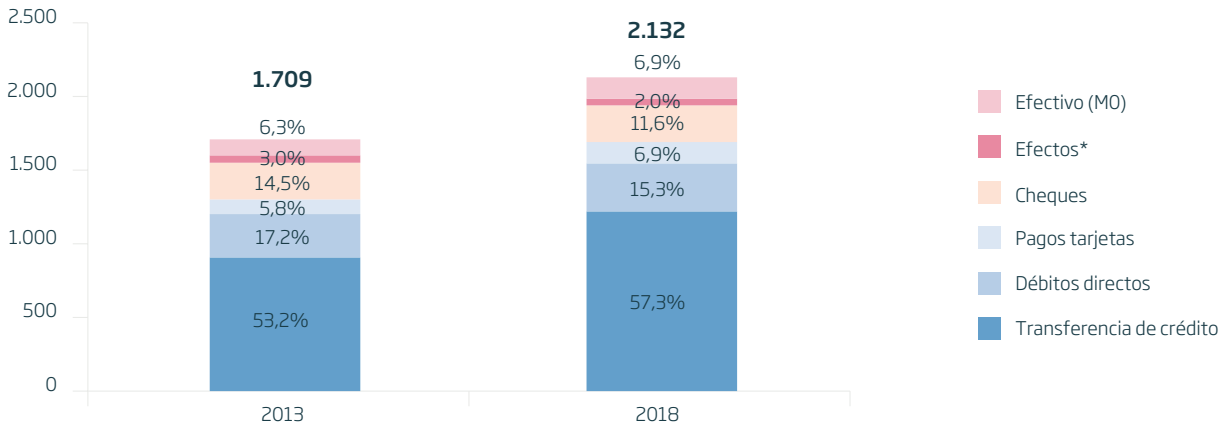


Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos

Los débitos directos crecen de forma muy pausada en buena parte de los países pudiendo anticiparse que apenas modificarán su comportamiento en un futuro cercano. Al contrario de lo que ocurre en Latinoamérica, en España tienen una mayor presencia, llegando al

22,1% del volumen y 15,3% del valor en 2018 (**Figura 1.3**) aunque reduciendo su contribución al total con respecto a 2013. En Portugal (**Figura 1.4**) han crecido en el periodo hasta representar el 5,0% del valor de las operaciones de pago en el país y el 6,6% del volumen.

**Figura 1.3:** Valor de las operaciones de pago en España en 2013 y 2018, miles de millones de EUR



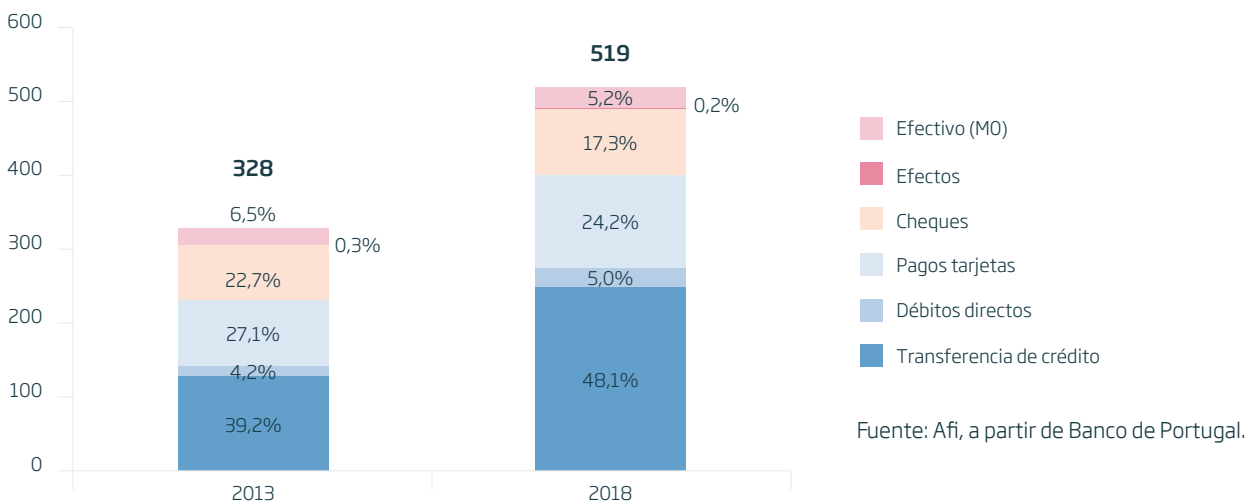
\* Efectos son títulos de crédito que pueden cobrarse (cuando son a favor) o deben ser abonados (si son a cargo) al llegar su fecha de vencimiento.

Fuente: Afi, a partir de Banco de España.

El medio de pago que mayor valor canaliza en España, Portugal y Reino Unido, al igual que en Latinoamérica, son las transferencias de crédito. En 2018 este instrumento de pago representó un 57,3 % del valor total de operaciones de pago en España (**Figura 1.2**) con cerca de 577 millones de transferencias realizadas, un 5,7 % más que el año anterior, concentrando el 9,9 % del total de operaciones de pago. En Portugal, las transferencias de crédito representaron en 2018 un 48,1 % del valor total de las transacciones (**Figura 1.4**), con 156 millones de transferencias ordenadas, un 8,9 % más que en 2017. En Reino Unido (**Figura 1.5**) concentraron dos de cada tres libras transadas en 2018 (67,8 % del total) en más de 4.100 millones de órdenes de transferencia (15,2 % de las operaciones de pago), un 9,4 % más que el año anterior.

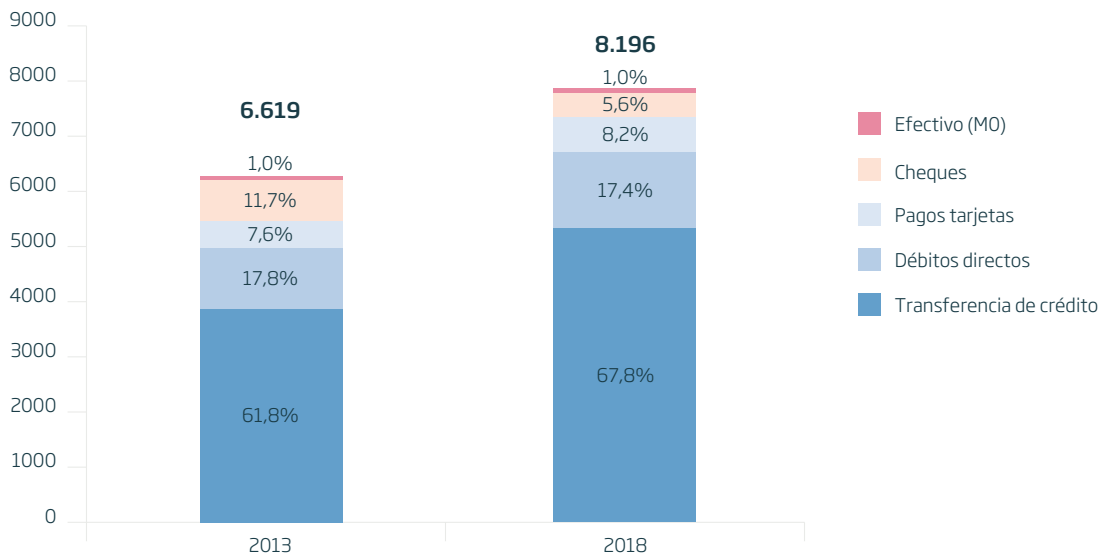
Los pagos con tarjeta representan el 6,9% del valor de las operaciones de pago en España en 2018 frente al 24,2% de Portugal. A pesar del menor valor que representan en España sobre el total transado, y de situarse, a diferencia de Portugal y Reino Unido, aún por detrás del cheque en términos de valor, es el medio de pago que mayor volumen de operaciones genera, superando los 3.900 millones de transacciones en 2018 (67,2% del total en España vs 86,6% en Portugal), aunque lejos de las más de 18.000 millones de transacciones de pago con tarjeta registradas en Reino Unido, que representan el 58,7% del volumen y el 8,2% del valor.

**Figura 1.4:** Valor de las operaciones de pago en Portugal en 2013 y 2018, miles de millones de EUR



Fuente: Afi, a partir de Banco de Portugal.

**Figura 1.5:** Valor de las operaciones de pago en Reino Unido en 2013 y 2018, miles de millones de GBP



Fuente: Afi, a partir de The UK Card Association, UK Finance, Red Book y Cheque and Credit Clearing Company

## El proceso de independencia del dinero en efectivo solo ha iniciado en Reino Unido

A pesar de los esfuerzos, el uso del efectivo no ha dejado de crecer en los últimos años. Este incremento ha sido especialmente intenso en República Dominicana (9,8 % interanual), México y Colombia (8,9 % en ambas economías) y Perú (7,2 %).

En España, el uso del efectivo creció un 5,2% en 2018, contabilizando 147.000 millones de euros los billetes y monedas en circulación y representando un 12,2% del PIB de 2018, 1,6 puntos por encima del registro de 2013. Al igual que en España, Portugal también ha sido testigo de un crecimiento del 5,2% en 2018 hasta los 27.060 millones de euros (13,4% del PIB). Por el contrario, el efectivo en circulación de Reino Unido se va reduciendo año a año (-1,2 % en 2018, en euros), registrando en 2018 una dimensión de 92.400 millones de euros, equivalente al 3,7 % del PIB británico de ese año.

Otra variable que permite aproximar la intensidad del uso del efectivo es la que registra los retirados de efectivo en cajeros automáticos (ATM), que alcanzó en 2018 los 124.900 millones de euros en España, un 2,0% más que el año anterior y quinto año consecutivo de crecimiento tras el abandono de la crisis. En Portugal se retiraron 38.300 millones de euros de efectivo de los ATM en 2018, un 2,7% más que el año anterior. Por su parte, los ATM de Reino Unido emitieron 196.000 millones de euros, una caída del -8,3% con respecto a 2017 (-7,5% en libras esterlinas).

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

Analizando la distribución y evolución de tarjetas de crédito y débito (**Tabla 1.1**) observamos que el parque de tarjetas de débito es superior al de crédito en todos los países analizados, a excepción de Argentina, donde el patrón se invierte.

**El parque de tarjetas de débito es superior al de crédito en todos los países salvo en Argentina**

**Tabla 1.1:** Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2018

	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total	Ratio débito /crédito
<b>Argentina</b>	48.340.647	61.596.737	<b>109.937.384</b>	0,8
<b>Brasil</b>	329.848.332	183.661.150	<b>513.509.482</b>	1,8
<b>Chile</b>	22.398.093	17.894.707	<b>40.292.800</b>	1,3
<b>Colombia</b>	29.574.651	15.286.716	<b>44.861.367</b>	1,9
<b>Costa Rica</b>	6.039.142	2.611.232	<b>8.650.374</b>	2,3
<b>México</b>	140.115.609	27.456.639	<b>167.572.248</b>	5,1
<b>Perú</b>	18.996.115	7.318.480	<b>26.314.595</b>	2,6
<b>R. Dominicana</b>	4.828.451	2.538.564	<b>7.367.015</b>	1,9
<b>España</b>	47.084.000	36.640.000	<b>83.724.000</b>	1,3
<b>Portugal</b>	21.773.000	8.463.000	<b>30.236.000</b>	2,6
<b>Reino Unido</b>	97.896.000	60.113.000	<b>158.009.000</b>	1,6

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

España y Chile comparten un patrón similar, con 1,3 tarjetas de débito por cada una de crédito en circulación en 2018, seguidos de Reino Unido (1,6), Brasil (1,8) y República Dominicana (1,9). El parque de débito más que duplica al de crédito en Costa Rica (2,3), Perú y Portugal (2,6). Destaca asimismo México que ha recuperado la ratio 5:1 que abandonó el pasado año, superando el récord registrado en 2015.

En España, tras un cambio de criterio en la clasificación de las tarjetas de débito y crédito realizada por el Banco de España en 2018, dicho año cierra con un total de 83,7 millones de tarjetas, un parque con una dimensión un 5,6% superior a la registrada en 2017, esto es, de 4,4 millones de tarjetas adicionales y superando en 7,7 millones el récord histórico registrado en 2008, si bien con un cambio radical -y estadístico- en el patrón de distribución entre débito y crédito.

Analizando la presencia de las tarjetas en circulación en relación con el tamaño de la población, refleja cierta estabilidad en la modalidad de débito en términos per cápita en mercados como Brasil, Costa Rica, México

y Perú, además de Reino Unido, durante el periodo 2013-2018. Brasil es el país con mayor número de tarjetas de débito por habitante (1,6) en Latinoamérica mientras que Portugal lo es en Europa (2,1). Los mayores crecimientos per cápita los han registrado Argentina y Colombia. Portugal y España también han aumentado notablemente el número de tarjetas de débito por habitante, si bien la serie histórica fue modificada en 2018 por la autoridad, de modo que el cambio sustancial es fruto de un tratamiento estadístico. En el caso español se ha pasado de 568 a 954 por cada 1.000 habitantes en el periodo.

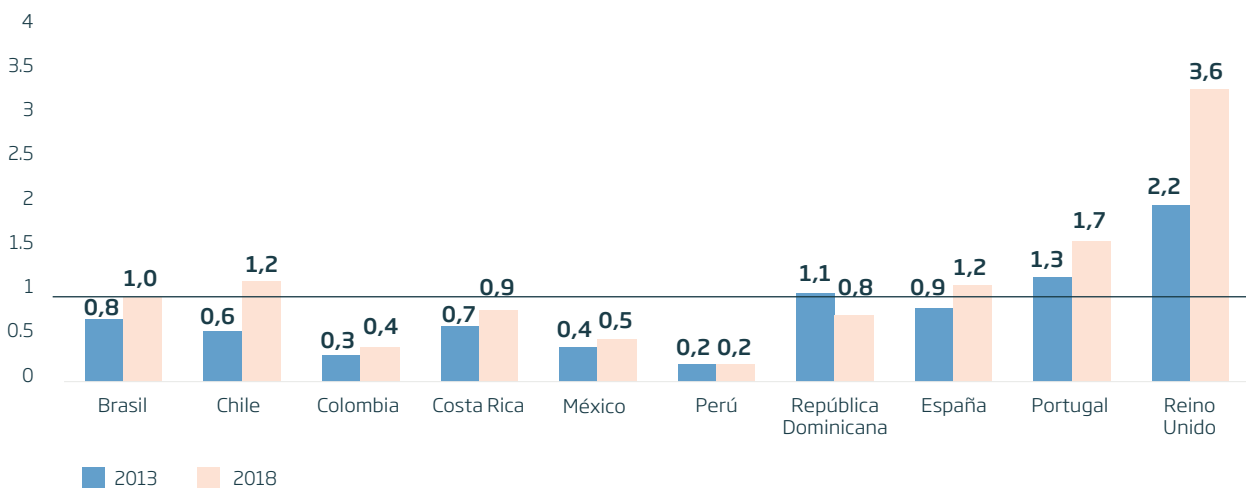
En la modalidad de crédito destaca sobre todo Argentina (1,4 plásticos de crédito por habitante). Chile, Colombia y Costa Rica son países en los que ha crecido significativamente el número de tarjetas de crédito per cápita en el periodo de análisis. Perú se ha comportado de forma inversa, con una caída de 260 a 230 por cada mil habitantes, al que se une España como únicos países cuyos parques de tarjetas de crédito en términos per cápita han caído en el periodo.

## Dos velocidades asociadas al tipo de uso de la tarjeta: ¿pagos en POS o retirios en ATM?

En conjunto, el número de operaciones de compra realizadas en España con tarjetas españolas en los POS (sin poder distinguir por la información pública disponible, entre las modalidades de débito y crédito) aumentó en 2018 un 13,8%, una tasa de crecimiento superior y muy alejada de su equivalente de uso en ATM, que apenas crece un 0,1%. Lo mismo observamos en términos de valor de las operaciones en POS, que crecen en el último año un 9,0% y representan el 12,2% del PIB (en dólares).

Se mantiene la tendencia que intensifica el uso de las tarjetas como medio de pago directo en el POS vs retiro de efectivo en ATM, aunque a un ritmo aún lento. Así, 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 1,2, solo por detrás de Portugal (1,7) país que superó dicho ratio en 2009 y Reino Unido (3,6), cuyo punto de inflexión se registró antes de la llegada del euro (Figura 1.6). Chile superó la unidad en 2017 y ya alcanza a España (1,2) mientras que Brasil lo consigue en 2018 y Costa Rica se acerca a ella (0,9), registrando Perú la ratio más reducida (0,2, esto es, el valor de retirios en ATM quintuplica el valor pagado con tarjetas en POS), sin cambios en los últimos cinco años. Colombia (0,4) y México (0,5) comparten con Perú la parte baja de la tabla.

Figura 1.6: Ratio valor de transacciones con tarjeta en POS vs ATM (retirios de efectivo), 2013-2018



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

La intensidad de uso de las tarjetas de débito, sin desglosar por tipo de operación (pagos y retirios) medido como número de transacciones realizadas con cada tarjeta en circulación al año, difiere entre países. Así, Reino Unido destaca con mucha distancia en intensidad de uso (172), seguido de Chile (70) y España (68). Les siguen Perú (45) y Brasil (38). En el caso del crédito se distinguen cuatro grandes comportamientos: uno, la mayor intensidad de uso registrada en Reino Unido con alrededor de 106 transacciones por tarjeta y año; otro, Brasil, República Dominicana y España con alrededor

de 40 transacciones por tarjeta y año; y el tercero, con alrededor de 25 transacciones encontramos a México (32), Chile (24) y Perú (24). En el último lugar -de los países con disponibilidad de datos- se encuentra Colombia (17).

Se mantiene la tendencia que intensifica el uso de las tarjetas como medio de pago directo en el POS vs retiro de efectivo en ATM, aunque a un ritmo aún lento

## ¿Financiar o no financiar las compras con tarjeta de crédito?

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado en Latinoamérica en relación con España. Dicho esto, el crecimiento en España en los últimos seis años se ha acercado a los dos dígitos (9,0 % CAGR), si bien partiendo de niveles bajos. De hecho, todos los países de la región Latinoamericana superan a España (1,1 %), Portugal (1,6 %) y Reino Unido (2,6 %) en valor de financiación de consumo con tarjeta de crédito respecto al PIB, destacando Colombia (4,4 %), Chile (4,8 %), Costa Rica (3,6 %) y Brasil (3,4 %) como los mercados que con mayor intensidad recurren a la financiación del consumo con tarjeta de crédito.

Los valores medios más elevados se registran en Reino Unido (1.228 USD de financiación viva por tarjeta de crédito en circulación), Colombia (1.188 USD), Perú (892 USD) y Costa Rica (807 USD), y los más reducidos en Argentina (274 USD), España (294 USD) y Brasil (345 USD).

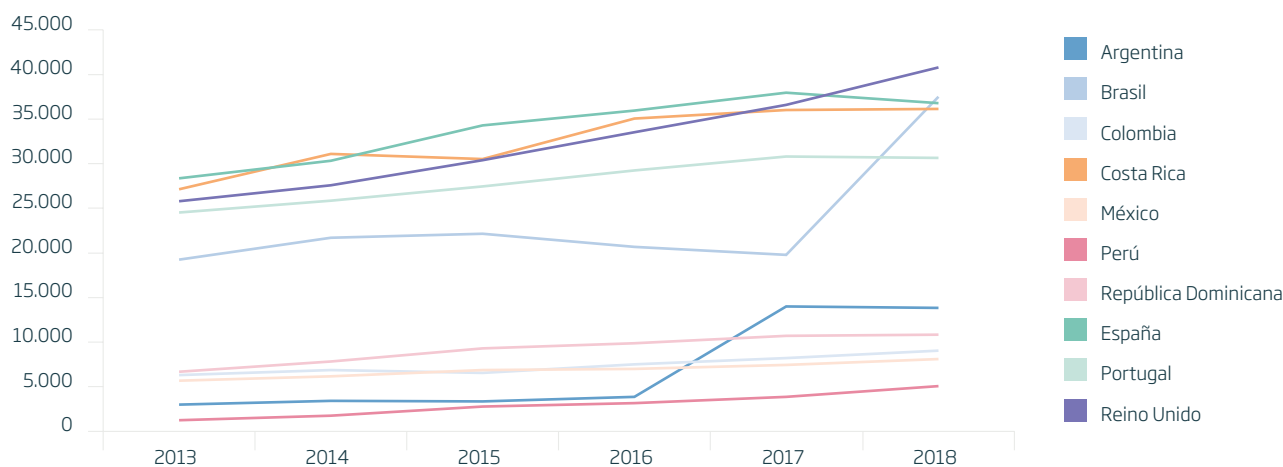
## Repliegue de ATM en mercados maduros y expansión global de POS

Las redes de ATM y POS en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual durante los últimos seis años. En Chile, la red de ATM sigue menguando su presencia, a un ritmo del -3,4 % CAGR en el periodo 2013-2018,

a lo que contribuye la caída del 2,0 % en 2018. Costa Rica revierte el comportamiento negativo de 2017 aportando un 3,5 % más de ATM a la red en 2018. En Portugal, la caída ha sido del 3,4 % en 2018, mientras que España registra un tercer año de crecimiento (+1,1 %), situando al parque de ATM en 51.391 unidades, el 83 % de las existentes en el momento en que dicha red de disposición alcanzó su mayor tamaño (en 2008). Por su parte, Reino Unido registra por tercer año consecutivo una caída en el número de ATM (-9,2 % en 2018) con una dimensión del parque al cierre de 2018 de 63.200 ATM, en niveles de 2009.

En la evolución de la red de POS (**Figura 1.7**) es manifiesto el liderazgo indiscutible de Reino Unido así como la persistencia de dos grandes categorías dentro del grupo de países representados: Reino Unido, Brasil, Costa Rica y Portugal (por ese orden) con más de 30.000 POS por cada millón de habitantes (40.800 en el caso de Reino Unido, 327.500 en Brasil, 37.000 en España y Costa Rica; 31.000 en Portugal); y Argentina (14.000), República Dominicana (10.800), Colombia (9.000), México (8.100) y Perú (5.100) con menos de 15.000 por millón. Brasil, que el año anterior perdió 300.000 unidades, registra el mayor crecimiento interanual en número de POS instalados en 2018 (cercano al 90 %), alcanzando una cifra agregada de 7,8 millones de terminales. España registra un crecimiento positivo (2,7 %) superando los 1,8 millones de POS instalados, mientras que Portugal se estanca en el crecimiento y repite cifra, 317.000.

**Figura 1.7:** Número de POS por cada millón de habitantes, 2013-2018



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

La tendencia de crecimiento se ha acentuado en el comportamiento tanto del volumen como del valor de los pagos con tarjeta en POS. Aumenta en España, Portugal y Reino Unido tanto el número de operaciones de pago en POS (+13,8 %, 9,0 % y 13,4 % en 2018) como el valor (+9,0 % y 9,1 % y 4,4 %). En Latinoamérica destaca Chile, que anota un crecimiento CAGR para el periodo de 23,6 % en términos de volumen y de 15,1 % en valor que le sitúa como líder de crecimiento en estas variables. Le sigue, atendiendo a la transaccionalidad (volumen), Perú (16,9 %) y República Dominicana (14,6 %). En torno al 11% de crecimiento en intensidad de uso para el periodo se sitúan Brasil, Colombia y Costa Rica, con ritmos similares a los registrados por España y Reino Unido. El crecimiento más tímido para el conjunto del periodo lo registra Portugal.

El importe medio por operación de pago en POS oscila entre los 23 USD registrados en Brasil y los 63 USD de Portugal, sin registrar un patrón asociado a la condición de país europeo o latinoamericano.

El número de transacciones diarias por POS instalado, así como el valor pagado con ellos, presenta diferencias muy notables, con Reino Unido y Portugal a la cabeza en las dos variables: un POS en Reino Unido recibe pagos por 993 USD al día, mientras que uno en Portugal lo hace por 675 USD al día y en España apenas alcanza los 263 USD, habiendo no obstante aumentado el número promedio de operaciones de pago en POS a 6 diarias (5 en 2013), la mitad de las registradas por los POS portugueses (11) y la tercera parte de las registradas por los POS en Reino Unido (19).

Intensificar el uso de los POS, así 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 Reino Unido como la más clara excepción a esta regla. Para dinamizar dicha intensificación del uso del POS es importante que el punto de venta no solo adopte, sino que motive e impulse la aceptación

**Intensificar el uso de los POS, así como de las tarjetas, es una tarea pendiente para emisores y adquirentes**

## Canales alternativos y ecommerce

En materia de corresponsales no bancarios Perú persiste como el país que lidera el ranking de número de corresponsales en relación a la población con más de 5 corresponsales por cada 1.000 habitantes. Colombia mantiene el segundo puesto al que cayó en 2015 con 2 corresponsales por cada 1.000 habitantes, que comparte con Costa Rica, cerca del pionero Brasil (1,6). República Dominicana sigue aventajando a México, en la cola y con crecimiento tímido.

El comercio electrónico minorista en Latinoamérica ha experimentado un crecimiento exponencial durante los seis últimos años, más que duplicando el volumen de ventas realizadas por este canal (USD 71.300 millones en 2018 vs. USD 32.100 en 2013), concentrando México un 38% del valor de las ventas registradas, seguido de Brasil con un 20%. En España, el comercio electrónico ha más que triplicado el volumen de facturación registrado en 2013. Las cifras publicadas por la CNMC para el ejercicio 2018, que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 692 millones de transacciones de comercio electrónico (un 35% más que las registradas en 2017) que supusieron un volumen de negocio de más de 39.200 millones de euros, un 29,1% más que en 2017.

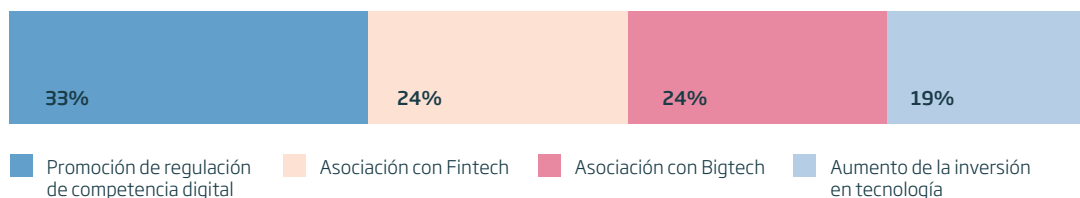
## Objetivo aspiracional: ser el top of mind

La participación de cuarenta y seis ejecutivos y ejecutivas del sector de los medios de pago a través de sus opiniones, percepciones e insights ofrece una visión completa y muy diversa acerca de las tendencias de futuro de las que se hace eco históricamente este Informe y constata que el dinamismo del sector de los pagos ha alcanzado cotas hasta hace poco inimaginables. Bajo esta perspectiva, si pudiera asociarse el año 2019 con un estado de ánimo de la industria de los medios de pago, sería calificado de "abrumado". De hecho, hace apenas un lustro el negocio de los medios de pago de bajo valor era aparentemente invisible, hoy ocupa un espacio privilegiado en las agendas de todos los agentes involucrados.

La presente edición da continuidad al instrumento colaborativo de medición de tendencias en innovación en medios de pago (Barómetro Minsait) que permite pulsar el grado de avance de multitud de innovaciones. En este sentido, destaca la visión de que los pagos inmediatos se convertirán en una forma de pago habitual ya en 2020; que la eventual desaparición del efectivo no tendrá lugar hasta dentro de al menos veinte años; y que la materialización de la “amenaza de canibalización” del pago con tarjeta por el pago desde cuenta podría producirse durante los próximos diez años.

También desvela que ante la eventual entrada de las bigtech en la provisión de servicios financieros, la reacción mayoritaria de la industria bancaria será una combinación de promoción de una regulación de competencia digital y de búsqueda de alianzas con dichas bigtech y/o con el segmento fintech. Por su parte, la consideración de que blockchain se convertirá en un sustituto parcial de los actuales esquemas de medios de pago durante la próxima década ya es plausible por una mayoría, mejorando la percepción del potencial disruptivo de dicha tecnología con respecto a la pasada edición de este Barómetro.

**Figura 1.8:** ¿Cuál considera que será la reacción mayoritaria de la industria bancaria ante la eventual entrada de las bigtechs en la provisión de servicios financieros? Señale la opción que considere más oportuna.



## A las puertas del Open Banking

El capítulo monográfico está dedicado al elemento central sobre el que pivota el proceso de tránsito en el que nos encontramos: a las puertas del Open Banking. Uno de los aspectos más característicos del Open Banking es la expansión geográfica en la que se encuentra inmerso, y son de hecho numerosas las iniciativas asimiladas al nuevo y aún incipiente fenómeno global originado en Europa, si bien con diferentes motivaciones, orientaciones, velocidades y puntos de llegada. A pesar de que queda un largo camino para su asentamiento -aun en el Reino Unido-, un buen número de reguladores financieros está considerando su adopción en el corto o medio plazo.

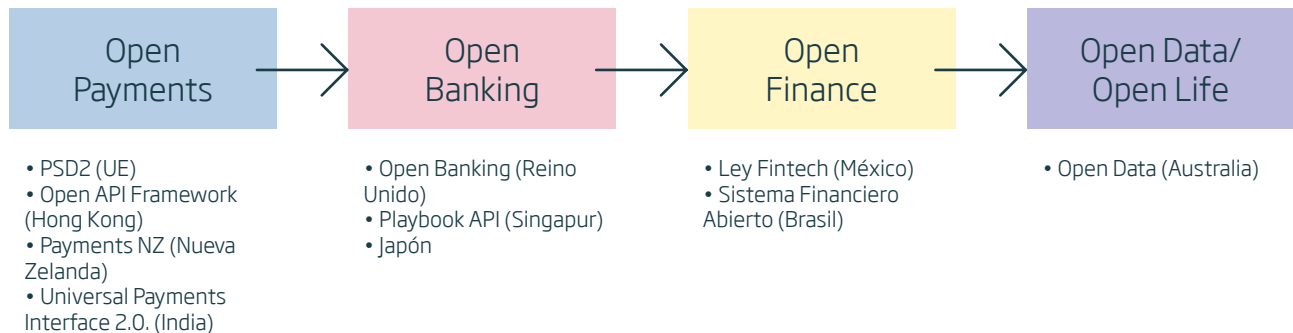
El Open Banking o la Banca Abierta es el nuevo enfoque de negocios que permite la sincronización de los datos de clientes custodiados por las entidades financieras, con los datos de otros proveedores de servicios financieros -a través de API, interfaz de programación de aplicaciones- para ampliar la oferta de servicios financieros a los consumidores. La Banca Abierta es (o más bien, será) resultado de dos grandes fuerzas y su consecuente retroalimentación

## La materialización de la canibalización del pago con tarjeta por el pago desde cuenta podría producirse durante los próximos diez años

-regulación e innovación- y parte del reconocimiento de la propiedad de los clientes de sus datos financieros, independientemente de que se encuentren custodiados por la o las entidades financieras con la(s) que opera; y de la portabilidad de los mismos entre entidades a elección del propio cliente, para lo cual éstas deben habilitar mecanismos de acceso seguro a proveedores terceros registrados sobre las cuentas autorizadas por los clientes.

Una clasificación propia de las iniciativas genuinas de Open Banking en el mundo, construida a partir de las dimensiones que cada una de ellas abarcaría, queda reflejada en la **Figura 1.9**.

**Figura 1.9:** Secuencia de desarrollo de la economía de los datos, donde se enmarca el Open Banking



Open Payments habilita la apertura de la competencia y de los datos financieros exclusivamente en el vertical de los pagos; de hecho, los dos nuevos servicios genéricos que habilita la norma PSD2 en Europa –agregación de información e iniciación de pagos- están precisamente asociados a dicha función, tanto implícita como explícitamente, considerando que el objetivo subyacente original fue avanzar en la integración del mercado único de pagos en Europa. Por su parte, el paradigma del Open Banking da un paso más y considera otros verticales de la actividad bancaria, como la financiación y el ahorro, no solo los pagos. Open Finance amplía la tipología de proveedores sujetos a la obligación de apertura de los datos y a la competencia más allá de los bancos, involucrando a otras entidades financieras (aseguradoras, fondos de inversión, etc.). Y una vez todo el sector financiero participa de esta apertura, serán otras industrias las que se vean disruptidas en este mismo sentido.

El reto para la industria bancaria, una vez adaptados los sistemas y preparados para el despliegue del paradigma de Banca Abierta, es encontrar la(s) killer aplicación(s) y los casos de uso que universalicen la adopción. Ello, teniendo en cuenta que la globalidad de las aspiraciones del Open Banking impone desafíos adicionales a los operadores, en la medida en que los bancos globales han de conciliar el cumplimiento de regulaciones, estándares, preferencias y prácticas de mercado distintos según la región en la que operen, que difieren en el nivel de desarrollo de los sistemas financieros y de los ecosistemas de pagos, a la vez que proveen servicios armonizados a sus clientes en un contexto digital y de disminución de barreras a la competencia.

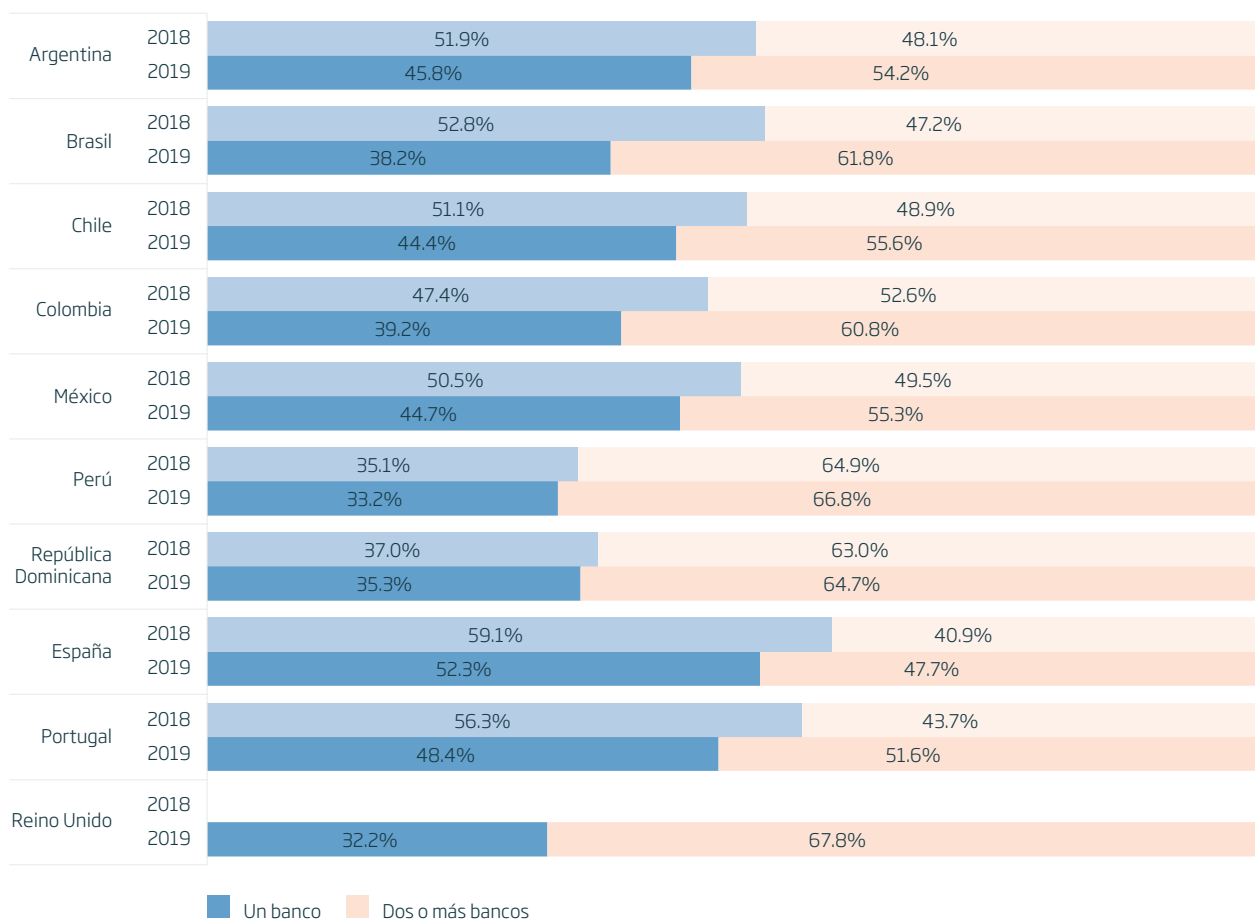
### Qué dice la población bancarizada internauta: tendencia a la multibancarización

La última parte del Informe analiza la relación de la población bancarizada internauta (denominada a efectos de este Informe, población ABI<sup>2</sup>) con los medios de pago. El análisis incluye temas de actualidad como la vigencia de la relación con la entidad financiera principal y la incipiente tendencia hacia la multibancarización; el conocimiento y adopción de nuevos métodos de pago incluidos el pago móvil y los iniciadores de pago; la percepción de seguridad y confianza de los distintos mecanismos de autenticación en las compras online y la opinión sobre la incursión de nuevos agentes digitales en la provisión de servicios financieros.

El nivel de vinculación de los usuarios con el sector financiero inevitablemente está condicionado por la cantidad de bancos con los que operan. A este respecto, la población ABI que opera con más de un banco es mayoritaria (esto es, superior al 50%) en nueve de los diez países analizados, con España (47,7%) como única excepción. Reino Unido (67,8%), Perú (66,8%) y República Dominicana (64,7%) destacan en este nuevo indicador de multibancarización: dos de cada tres personas operan con dos o más bancos. Asimismo, en todos los países se evidencia, en un solo año, una disminución significativa de la antigüedad con la que la población ABI opera con su entidad principal.

<sup>2</sup> En línea con el Informe del año 2018, esta investigación ha sido realizada sobre la población adulta bancarizada internauta (ABI), que corresponde al segmento de la población mayor de 18 años, con acceso permanente a Internet y que tiene contratado al menos un producto o servicio con un banco o institución financiera.

**Figura 1.10:** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2018-2019)

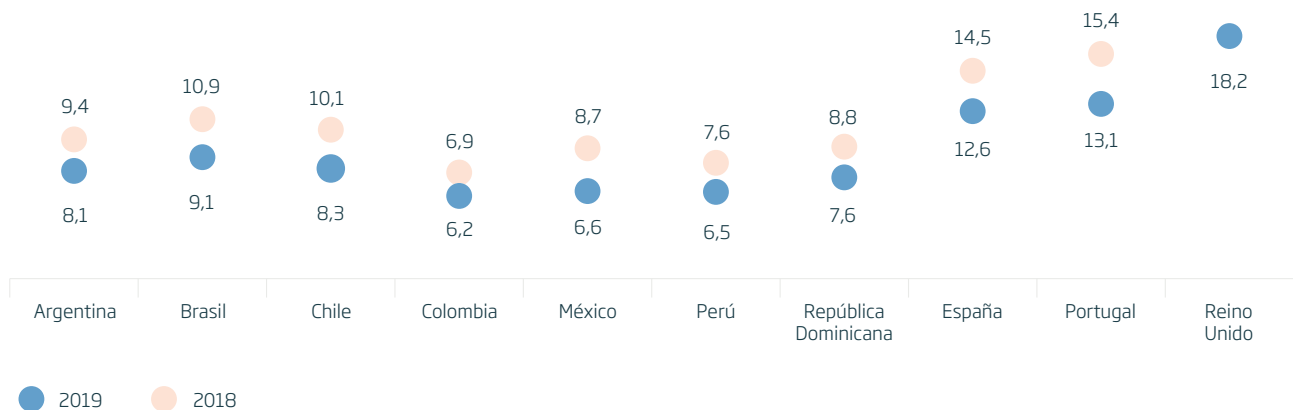


Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿Con cuántos bancos/entidades financieras operas/ tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero actualmente?”

En Europa, a diferencia de Latinoamérica, la población ABI mantiene relaciones mucho más estables, en términos de antigüedad, con su entidad financiera principal. En Reino Unido se observa la relación más estable (superior a los dieciocho años de media), prácticamente el doble que en Brasil, el país latinoamericano que registra la mayor antigüedad en la relación cliente-banco principal.

**En Europa, la población ABI mantiene relaciones más largas con su entidad financiera principal**

**Figura 1.11:** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)



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

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

### España a la cola en tenencia de tarjeta de débito. Brasil lidera el crecimiento en tenencia de tarjeta de crédito.

A excepción de España que cae tres puntos hasta el 87%, la tenencia de tarjeta de débito en la población ABI supera el 90% en todos los países. Colombia evidencia el mayor crecimiento en este indicador con un aumento de 4,4 puntos porcentuales respecto al año 2018, mientras que México y Perú registran un estancamiento.

La tenencia de tarjeta de crédito presenta comportamientos diferenciados por país: sólo Argentina, Brasil y Reino Unido superan el 70%. Respecto a 2018, Brasil y España muestran las mayores alzas en tenencia de esta modalidad de tarjeta, con un incremento de 9,2 y 4,3 puntos porcentuales, respectivamente. Por el contrario, México (-8,7 puntos porcentuales), Perú (-5,5), Argentina (-2,8), Portugal (-2,3) y Chile (-1,7) registran caídas en tenencia de tarjetas de crédito. Mientras, la tenencia de tarjetas del tipo prepago sólo crece significativamente en Argentina

### Es en Latinoamérica donde se concentra la preferencia del pago en cuotas con tarjeta de crédito

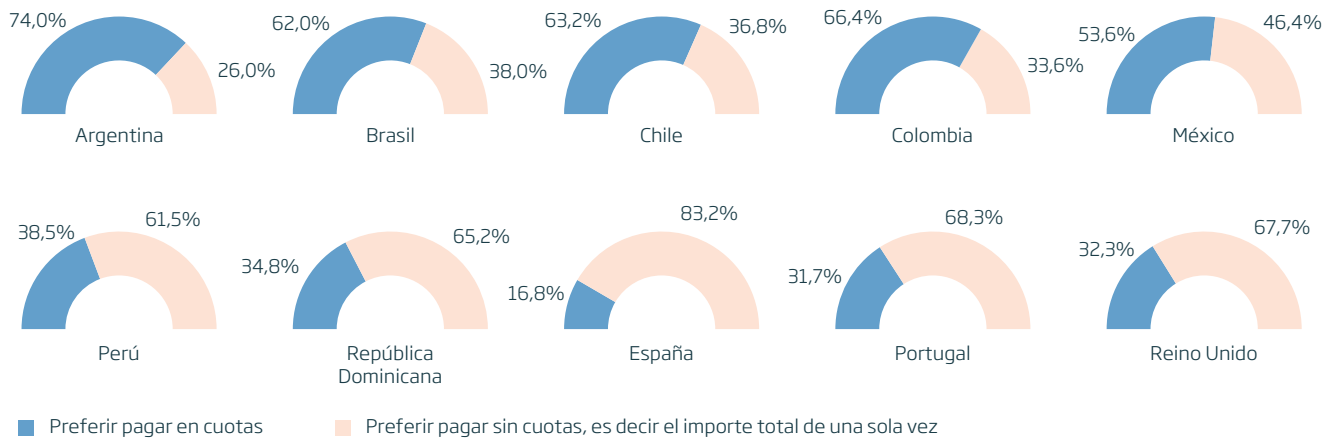
### Preferencias en aplazamiento del pago

Sólo uno de cada seis españoles pertenecientes a la población ABI en posesión de tarjeta de crédito prefiere el pago de sus compras en cuotas frente al pago a fin de mes, el nivel más bajo de los diez países analizados (ver Figura 1.11). En contraste, es en Latinoamérica donde más se concentra la preferencia de pago en cuotas, con Argentina en posición de liderazgo (74,0%), seguido de Colombia (66,4%), Chile (63,2%), Brasil (62,0%) y México (53,6%), todos ellos países donde la preferencia por el pago aplazado en cuotas supera al pago único.

Al profundizar en la forma de pago en cuotas con tarjeta de crédito (ver Figura 1.12), cuatro países (Argentina, Brasil, Chile y México) destacan en su preferencia (superior al 85%) por el pago en cuotas sin intereses, aunque suponga tener que elegir un menor número de cuotas. En contraste, en Perú, República Dominicana y Colombia es mayoritario el pago en cuotas con intereses, donde más de un tercio de la población ABI de cada país afirma que no tiene la posibilidad de elegir cuotas sin intereses.

A nivel europeo, es en Portugal donde el pago en cuotas sin interés tiene una presencia más que significativa; el 65,3% de la población ABI que suele pagar en cuotas, suele elegir el pago sin intereses, seguido de España (48,8%). En el caso de Reino Unido existe similar proporción de la población que elige voluntariamente el pago en cuotas con y sin intereses.

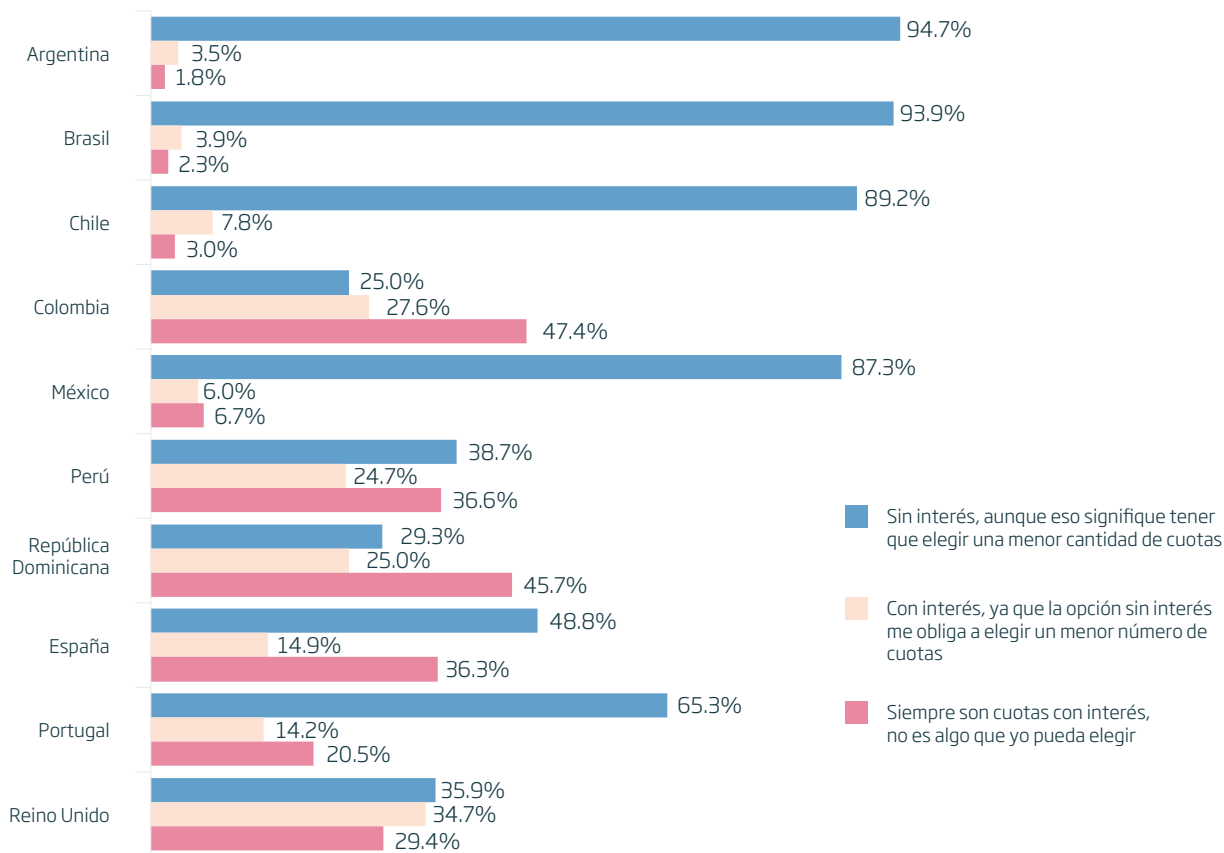
**Figura 1.12:** Preferencia respecto al aplazamiento de pagos con tarjeta de crédito



Población analizada: Población ABI con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Cuál de las siguientes dos frases representa mejor tu manera de utilizar la tarjeta de crédito?"

**Figura 1.13:** Preferencia respecto la forma de pago en cuotas con tarjeta de crédito



Población analizada: Población ABI, con tenencia de tarjeta de crédito, que suele preferir el pago en cuotas

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Cuando pagas en cuotas ¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu manera de elegir las cuotas?"

## (Des)conocimiento de los servicios de iniciación de pagos

Si bien las tarjetas físicas siguen siendo el medio de pago más utilizado en ecommerce, el uso de tarjetas virtuales es ya significativo, especialmente en Portugal donde uno de cada tres individuos ABI las utiliza (ver Figura 1.13). El uso del dinero en efectivo es muy relevante aún en Colombia (35,2%), Perú (23,4%), Argentina (19,1%) y México (15,5%), y es utilizado por un ABI de cada veinte en el resto de países.

Mientras que el pago desde cuenta es un método utilizado por cuatro de cada diez individuos ABI portugueses, solo lo utilizan para compras online uno de cada diez españoles, el menor registro del conjunto de países. Su uso en Reino Unido es similar al recogido en Argentina, Brasil, Chile y Perú, de en torno a uno de cada cuatro ABI.

## El desconocimiento de los servicios de iniciación de pagos supera el 65% en los países analizados

**Figura 1.14:** Métodos de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	R. Dominicana	España	Portugal	Reino Unido
Efectivo	19,1%	6,4%	4,8%	35,2%	15,5%	23,4%	5,4%	5,8%	6,0%	3,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/prepago físicas	84,5%	66,7%	85,8%	65,4%	80,3%	71,5%	80,7%	85,1%	46,9%	81,2%
Transferencia/domiciliaciones	27,3%	21,2%	24,7%	15,9%	14,8%	25,0%	18,5%	11,4%	40,1%	23,8%
Boleto bancario	0,0%	44,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	1,8%	15,8%	9,2%	17,4%	11,9%	6,9%	6,3%	9,8%	34,3%	5,3%
Criptomonedas (Bitcoin, Ethereum, etc.)	1,0%	0,5%	0,0%	1,8%	1,3%	1,6%	3,3%	0,5%	0,3%	1,0%

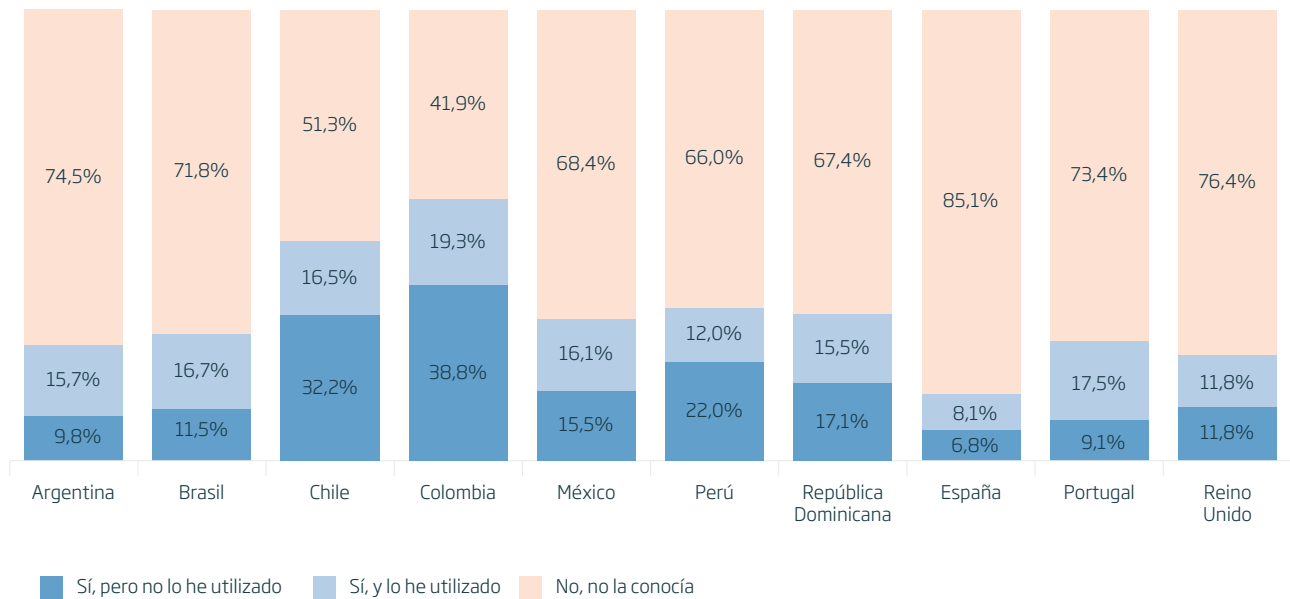
Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Qué métodos de pago utilizas para tus compras online?"

El nivel de desconocimiento de los servicios de iniciación de pagos (SIP) entre población ABI con experiencia de compra online supera el 65% en ocho de los diez países analizados, alcanzando su nivel más alto en España, donde el 85,1% afirma desconocer este mecanismo de pago. En contraste, en Colombia y Chile este sistema de pago no sólo tiene niveles de conocimiento significativamente mayores en comparación al resto de los países, sino que ha sido utilizado por al menos un tercio de la población ABI de cada país.

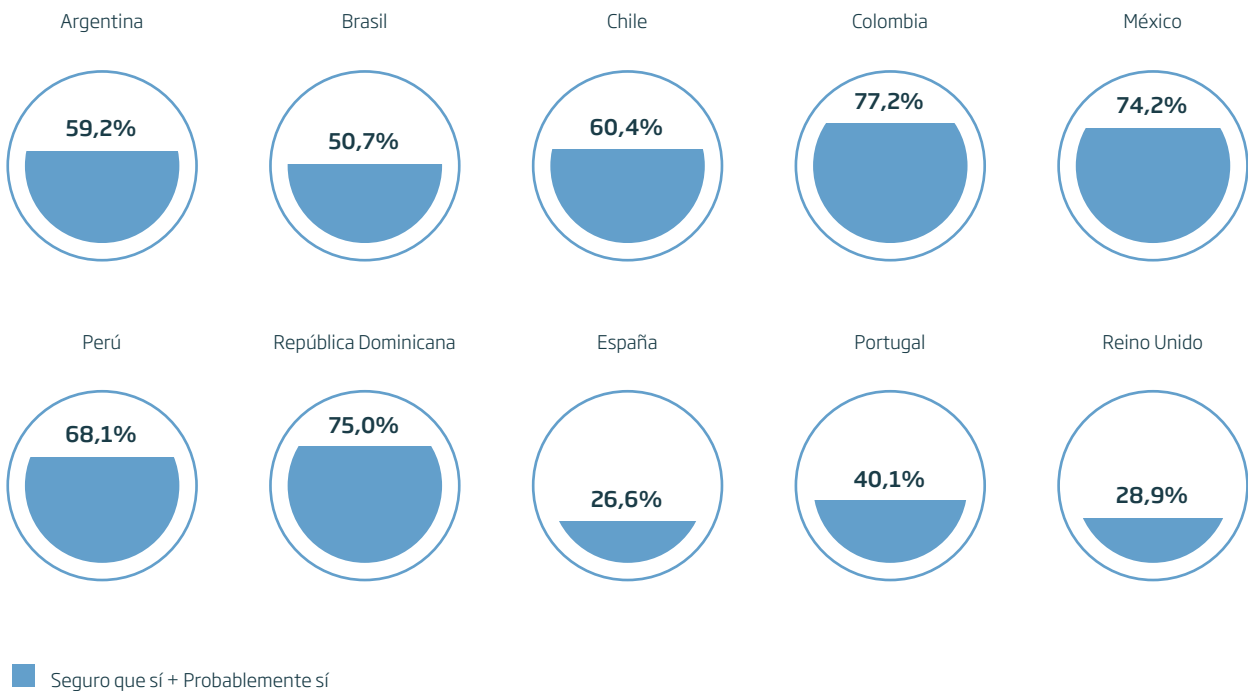
La predisposición al uso de los SIP es muy superior en Latinoamérica que en Europa, con España de nuevo en el nivel más bajo con sólo uno de cada cuatro ABI con experiencia de compra online declarando una intención segura o probable de utilizar este nuevo servicio. En el lado opuesto se encuentran Colombia, República Dominicana y México, con tres de cada cuatro ABI compartiendo esa postura.

**Figura 1.15:** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago



Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿Conocías estas nuevas formas de pago para compras en internet? ¿La has utilizado alguna vez?”

**Figura 1.16:** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)



Población analizada: Población ABI, que ha comprado a través de Internet, y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “Ahora que sabes lo que es, ¿crees que lo utilizarás?”

## La amenaza competitiva de las bigtech

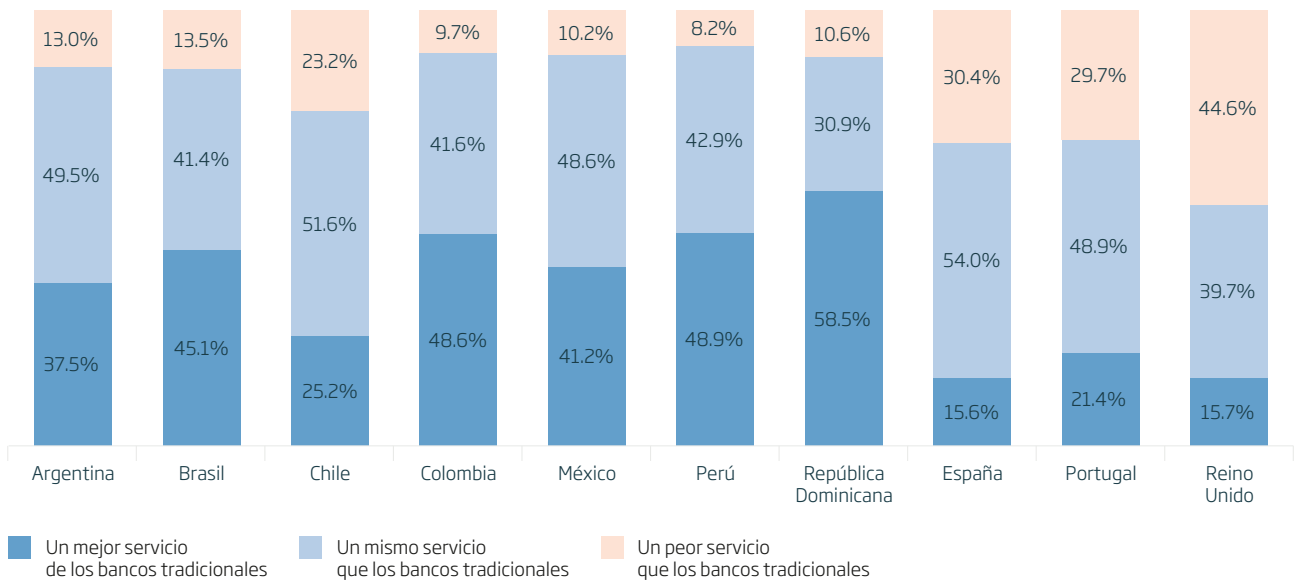
Existe la percepción de que, ante una eventual entrada de las bigtech al mundo financiero, estas empresas tecnológicas proveerían un mejor servicio, o al menos de calidad similar, que el que está entregando la banca actualmente.

A excepción de Chile y de los países europeos incluidos en el presente estudio, la proporción de personas que consideran que las bigtech entregarían un mejor servicio que la banca tradicional al menos triplica la que considera que entregarían un servicio peor, siendo República Dominicana donde este fenómeno se evidencia con mayor fuerza.

En Europa, aunque la percepción sobre el posible ingreso de las bigtech al mundo financiero es mucho más negativa que en Latinoamérica, sólo el 30% de la población ABI de España y Portugal cree que el servicio financiero que entregarían los gigantes tecnológicos será peor que el de la banca tradicional: en otras palabras, alrededor de un 70% de la población ABI de estos países considera que el servicio será mejor o igual. En Reino Unido la situación se presenta menos favorable para las bigtech, ya que casi la mitad de la población ABI cree que el servicio financiero que entregarían las empresas tecnológicas será peor que el de los bancos tradicionales.

Se evidencia, por tanto, una baja disposición en Europa a tener una relación financiera con las bigtech.

**Figura 6.28 :** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca tradicional



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Imagina que estas compañías tecnológicas (Google, Amazon, Facebook y Apple, etc.) deciden competir con los bancos tradicionales. En tu opinión ¿Crees que entregarán un mejor, peor o mismo servicio?"



# Novedades en Medios de Pago

2





# El reto de la regulación ante el aumento de competencia

---

El dinamismo regulatorio del sector de los medios de pago continúa en 2019, y cada día más centrado en la vigilancia de la competencia de los mercados.

**La apertura y vigilancia de la competencia son los hilos conductores de las novedades regulatorias a ambos lados del Atlántico.**

**Los pagos inmediatos se posicionan como elementos estratégicos para la modernización de los sistemas domésticos de pagos.**

**Las alianzas e inversiones se dinamizan, especialmente en Latinoamérica: el objetivo “top of mind” no es solo doméstico sino regional o incluso global.**

Una de las novedades más disruptivas, si bien rápidamente interrumpido su desarrollo al menos temporalmente, ha sido la protagonizada por el anuncio de la red social Facebook del inminente lanzamiento de la criptomoneda Libra (≈), que ha conseguido acelerar el debate y toma de posiciones de autoridades financieras y agentes de mercado en torno al futuro inmediato de la eventual emisión generalizada de monedas digitales. Pocos bancos centrales han obviado pronunciarse al respecto, e incluso el interés regulatorio ha trascendido al legislador, como ha sucedido en EE.UU.

Los llamamientos de atención de las autoridades de competencia a los esquemas de tarjetas siguen produciéndose en 2019, acentuándose la tendencia inaugurada en 2013 por la Comisión Europea, seguida por la posición adoptada en 2016 por la Autoridad de Competencia de Argentina en relación a Prisma Medios de Pago, la de la mexicana en 2018 relación a Prosa y E-global y las más recientes, las protagonizadas por el Instituto de Defensa de la Competencia y la Propiedad Intelectual (Indecopi) en el Perú y por el Consejo Administrativo de Defensa Económica (Cade) en Brasil.

Siguiendo en las novedades regulatorias, se suceden anuncios de preparación normativa y de reglas de juego al nuevo paradigma del Open Banking y de sandbox es (Brasil, México, Europa) y de consecución de la interoperabilidad en los sistemas de pago (Colombia, Perú).

Otro conjunto de novedades se aglutina en torno a la profusión de grandes inversiones corporativas y de fondos de capital riesgo en iniciativas de pago digital, especialmente en la región de Latinoamérica, con Brasil, Colombia y México como grandes protagonistas en 2019. Los bancos digitales –ya sean locales o provenientes de otras geografías– van tomando posiciones de forma acelerada a ambos lados del Atlántico, a pesar de que aún son numerosos los mercados cubiertos en este Informe que no han sido testigos de la llegada, en 2019, de ninguno de ellos. Tal es el caso de Chile, Costa Rica, Perú y República Dominicana. Pero todo indica que es solo cuestión de tiempo y de que algunas de las iniciativas que apuestan de forma ya visible por un alcance regional (como el brasileño Nubank) o global (N26), comiencen a desplegarse geográficamente. Si bien más en Latinoamérica que en Europa, el surgimiento de ecosistemas digitales de pago como Mercado Pago (brazo financiero de la plataforma de ecommerce Mercado Libre), Rappi (en proceso de ocupar mayores espacios a partir de su modelo de delivery) o los que tratan de inaugurar plataformas de movilidad como Uber (con Uber Cash), imprimen una capa adicional de heterogeneidad de la que poco estábamos acostumbrados apenas diez años atrás. El hábitat se reconfigura con la aparición de nuevos agentes como los señalados, con la conformación de nuevas alianzas y/o el desvanecimiento de alianzas históricas.

Nuevas tecnologías y productos

**El Banco Central Europeo (BCE) arranca su nuevo servicio paneuropeo de procesamiento y liquidación de transferencias inmediatas (TIPS).**

Noticias corporativas

**Tencent invierte 180 millones de dólares en Nubank de Brasil** tras anunciar la fintech brasileña su incursión en el crédito al consumo.

Noticias normativas

**La Circular 3.918 del Banco Central de Brasil (BACEN), en relación al uso de la tarjeta de crédito, modifica la regla que define la forma de conversión de moneda para las compras realizadas en moneda extranjera,** determinándose que el tipo de cambio pase a ser la del día del gasto.

**La Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda de Colombia publica el "Estudio sobre los sistemas de pago de bajo valor y su regulación".**

**La Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (ST-CLC) del Indecopi del Perú inicia análisis de condiciones de competencia en los sistemas de tarjetas de pago.** La investigación se centrará en evaluar cómo la presencia de adquirentes únicos y las relaciones verticales impactan en las condiciones de competencia en los sistemas de tarjetas de pago.

**La CNBV de México emite la Resolución que modifica las disposiciones de carácter general aplicables a las instituciones de crédito en lo relativo a las certificaciones de seguridad de las tarjetas de débito y crédito (PCI-DSS), seguridad de los datos para las aplicaciones de pago (PA-DSS), requisitos de seguridad y transacciones con PIN o sus equivalentes o aquellos que, a criterio de la Comisión, permitan la debida protección de la información almacenada, transmitida o procesada.** Asimismo, certificaciones conforme al estándar de interoperabilidad EMV.

**Circular N° 58 de la Unidad de Análisis Financiero de Chile sobre tarjetas de pago con provisión de fondos,** imparte medidas de debida diligencia y conocimiento de clientes e instruye la creación de un comité de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo para todos los emisores y operadores de tarjetas de pago con provisión de fondos, y cualquier otro sistema similar a dicho medio de pago.

**La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) de Chile presenta el proyecto que limita la responsabilidad de los usuarios de tarjetas de crédito por operaciones realizadas con tarjetas extraviadas, hurtadas o robadas,** en lo relativo a la responsabilidad del usuario y del emisor en casos de uso fraudulento de estos medios de pago .a la Comisión de Economía, Fomento; Micro, Pequeña y Mediana Empresa; Protección de los Consumidores y Turismo de la Cámara de Diputados.

## Diciembre 2018

Nuevas tecnologías y productos	<p><b>La cámara SIBS de Portugal pone en marcha servicio nacional de transferencias inmediatas</b> con la participación de 16 entidades, que representan el 90% del mercado portugués.</p> <p><b>CaixaBank completa con éxito la primera transferencia instantánea de efectivo europea.</b> La entidad ha sido la encargada, junto con el francés Natixis, de completar la primera transferencia instantánea panaeuropea de la plataforma Target Instant Payment Settlement (TIPS), plataforma desarrollada y operada por el Eurosistema, que permitirá procesar y liquidar transferencias instantáneas de fondos en euros entre cuentas corrientes de las entidades participantes. La transacción se completó en 3 segundos.</p>
Noticias corporativas	<p><b>Vocalink, compañía de Mastercard, firma un contrato con la Cámara de Compensación Electrónica (CCE) de Perú para modernizar la infraestructura de pagos electrónicos</b> y crear de un nuevo servicio integrado y completo de pagos que procesará pagos electrónicos (cheques, masivos y en tiempo real) 24/7 x 365 y tiene previsto incluir una solución de transferencias inmediatas y dar servicio a iniciativas de pagos móviles P2P ya en funcionamiento.</p> <p><b>Promotora CMR Falabella de Chile se integra como Sociedad de Apoyo al Giro de Banco Falabella.</b></p> <p><b>Servicios y Administración de Créditos Comerciales Líder S.A. de Chile pasa a ser controlada por el Grupo BCI</b> tras la adquisición del 100% de las acciones.</p> <p><b>Mastercard autorizada como tercera cámara de compensación para pagos con tarjetas en México. Con esta autorización, son tres las que operan en México</b> (Prosa y E-Global).</p> <p><b>Santander Brasil adquiere el 100% del grupo tecnológico Getnet.</b></p> <p><b>Krealo, firma una alianza estratégica con Culqi, fintech peruana,</b> concretando su primera inversión en el país. Krealo es la unidad de negocios del holding Credicorp dedicada a la creación e inversión en emprendimientos digitales</p>
Noticias normativas	<p><b>El Decreto 2443 del Gobierno de Colombia modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con la inversión de los establecimientos de crédito, las sociedades de servicios financieros y las sociedades de capitalización, en el capital de sociedades de innovación y tecnología financiera.</b></p> <p><b>El Decreto 933/2018 de la AFIP de Argentina modifica la Ley N° 27.253 para que a partir de 2020 los comercios que acepten pagos a través de los códigos QR que utilicen el estándar establecido por el BCRA no estarán obligados a aceptar también pagos con tarjetas de débito,</b> considerados medios de pago equivalentes. Actualiza el monto mínimo a partir del cual los comercios están obligados a aceptar pagos con tarjetas de débito u otros medios similares (de ARS10 a ARS100), reconociendo un incremento en el costo asociado a las operaciones realizadas a través de los medios de pago distintos del efectivo.</p>

**El Banco Central de Costa Rica publica el estudio “Estimación del costo social y privado de los instrumentos de pago en Costa Rica”,** que estima los costos sociales y privados asociados a cada instrumento de pago analizado (efectivo, tarjetas de débito, tarjetas de crédito y transferencias electrónicas) para los distintos actores relevantes de la cadena de pago. Concluye que la atención de los pagos efectuados por los costarricenses costó al país el equivalente al 1,37% del PIB de 2016. El efectivo fue el instrumento de pago que más aportó a ese costo (40,3%) y resultó 4,6 veces más costoso que una transferencia electrónica, por colón transado. Las tarjetas de pago generaron el 51,1% del costo social, el instrumento más costoso por colón transado. Las entidades financieras asumieron el 62,1% de los costos, seguidas de los comercios (23,9%), otros proveedores (7,0%) y los consumidores (5,9%).

**El BACEN emite la Resolución 4707 que establece las condiciones y procedimientos para la realización, por las entidades financieras, de operaciones de crédito vinculadas a cuentas por cobrar de medios de pago.**

**El Banco Central de Chile emite la norma Capítulo III.J.2 sobre tarjetas de pago.** Las modificaciones buscan flexibilizar los requisitos de las marcas internacionales de tarjetas de pago para permitir su asociación con operadores establecidos en el país: permitir una nueva modalidad de funcionamiento para los operadores de tarjetas de pago, en virtud de un contrato con otro operador; e incorporar ajustes en las normas para proveedores de servicios de procesamiento de pagos que realizan liquidaciones y/o pagos a entidades afiliadas, habiéndose asociado para este efecto a un emisor u operador.

**El Banco Central de Costa Rica estableció en 2015 que todas las tarjetas de crédito, débito y prepago en circulación deben contar con tecnología EMV y contactless el 31 de diciembre de 2018.**

**La Autoridad Bancaria Europea (EBA) hace un llamado de expresiones de interés para la creación del Grupo de trabajo EBA sobre API bajo PSD2 (WG-API).** El grupo de trabajo se reunirá cada 4-6 semanas a partir de febrero de 2019 para discutir los problemas que surgen a medida que la industria se prepara para la fecha de aplicación de la RTS sobre SCA bajo PSD2.

**La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) de Chile autoriza a tres empresas para emitir tarjetas de prepago:** Multicaja Prepago S.A, Sociedad Emisora de Tarjetas Los Héroes S.A, y Los Andes Tarjetas de Prepago S.A.

**El Banco Central de Chile publica comunicado que anuncia el acuerdo de Consejo para modificar el Capítulo III.J.2 sobre operación de tarjetas de pago, de su compendio de normas financieras, entre otras, para flexibilizar los requisitos de las marcas de tarjetas de pago para permitir su asociación con operadores establecidos en el país y facilitar el ingreso de nuevas marcas al mercado nacional** (en alusión a Union Pay de China). La modificación añade un numeral clave: “El titular de la marca podrá corresponder a un Estado extranjero, o bien, a una institución pública extranjera o una empresa extranjera cuya propiedad o administración pertenezca mayoritariamente o sea controlada por un Estado extranjero”.

Enero 2019	
Nuevas tecnologías y productos	<p><b>El Banco Central de Irlanda concede a Google Pay su autorización para convertirse en entidad de pago bajo PSD2.</b> A partir de abril del 2019, Google Ireland Limited ofrece estos servicios en lugar de Google Payments Limited.</p> <p><b>Revolut obtiene en Lituania licencia para operar como entidad bancaria.</b></p> <p><b>Alipay obtiene en Luxemburgo la licencia para operar como entidad de dinero electrónico (EDE).</b></p> <p><b>El Grupo Aval de Colombia constituye Aval Soluciones Digitales, Sociedad especializada en depósitos y pagos electrónicos (SEDPE).</b></p>
Noticias corporativas	<p><b>Adyent adquiere el 51% de Prisma Medios de pago</b> (propiedad de los 14 principales bancos de Argentina) por 700 millones de dólares, tras recibir en 2016 el mandato de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) de desinvertir por abuso de posición dominante, y de vender el 49% restante en un plazo de tres años.</p> <p><b>PagSeguro anuncia la compra del Banco Brasileiro de Negócios (BBN)</b> perteneciente al grupo financiero Rendimento, o BBN.</p> <p><b>Mercado Pago y Bancolombia se alían para impulsar ecommerce en las pymes colombianas,</b> que podrán potenciar sus ventas al ofrecer diversos medios de pago para cobrar a sus clientes a través de sus páginas web, redes sociales y WhatsApp. Esta iniciativa contará con dos modelos de pago, el gateway (Mercado Pago habilitará en los sitios web de los comercios que ya cuentan con adquirencia en Bancolombia, la conexión para aceptar pagos con tarjetas de crédito, débito y PSE), y el agregador, en cuyo caso la plataforma también permitirá aceptar pagos en efectivo.</p> <p><b>CaixaBank, líder en pago móvil en España,</b> con una estimación de la cuota de mercado del 40%, en las operaciones realizadas en diciembre de 2018, un total de 30 millones de adquisiciones, y facturado 885 millones en compras por esta vía durante 2018.</p> <p><b>Microsoft Wallet anuncia su cancelación</b> de servicio a partir de febrero.</p> <p><b>La Comisión Europea impone una multa de 648,3 millones de dólares a Mastercard</b> por impedir a los comerciantes beneficiarse de ofertas de bancos de otros países europeos, incumpliendo las reglas de competencia.</p>

<p>Noticias normativas</p>	<p>El BCRA emite la Comunicación SINAP “A” 6669 que obliga a las entidades, a partir del mes de julio de 2019, a incluir las siguientes descripciones para las operaciones realizadas a través del canal Plataforma de Pagos Móviles (PPM) implementado en 2016: la descripción “Pago PEI”, “Compra PEI”, o “Devolución PEI” según corresponda, y el nombre del titular de la cuenta a acreditar (o nombre de “fantasía” para los no bancarizados) con el objetivo de homogeneizar la información suministrada por las entidades a los clientes por las operaciones de pago efectuadas mediante distintos medios de pago a través de los diferentes canales.</p> <p>El BIS publica los resultados de una encuesta a Bancos Centrales sobre las Central Bank Digital Currencies (CBDC, por sus siglas en inglés), en su serie Papers No 101, bajo el nombre “Proceeding with caution – a survey on central bank digital currency”.</p>
----------------------------	---

**Febrero 2019**

<p>Nuevas tecnologías y productos</p>	<p><b>Adyen lanza un método de pago basado en Open Banking</b></p> <p><b>Habilitado el pago “contactless” en los 2.050 autobuses y 212 líneas de la Empresa Municipal de Transportes (EMT) de Madrid</b>, en colaboración con Santander España Merchant Services, Mastercard, el Ayuntamiento de Madrid, y la propia EMT. A principios de 2020 se habilitará el pago con tarjeta en todos los servicios de la compañía municipal: bicicletas de BiciMad, 12 aparcamientos de rotación, servicio de retirada de vehículos y Teleférico de Madrid.</p>
<p>Noticias corporativas</p>	<p><b>Rappi adquiere a la app mexicana Payit</b> en la que se pueden realizar cobros y pagos.</p>
<p>Noticias normativas</p>	<p><b>El Consejo de Ministros de España aprueba el Anteproyecto de Ley para la transformación digital del sistema financiero, que contempla la creación de un sandbox.</b></p>

## Marzo 2019

## Noticias corporativas

**PayPal invierte 750 millones de dólares en MercadoLibre.**

**AMEX elige España como sede legal para dar servicios de emisiones de tarjetas a particulares y transacciones en comercios en otros mercados en Europa continental,** tras el anuncio del brexit.

**El directorio de Metro (Chile) aprueba constituir la filial MetroPago S.A,** para transformar la tarjeta Bipl en una tarjeta de prepago.

**El holding peruano Credicorp, a través de una de sus filiales (Krealo), adquiere los negocios digitales del grupo Multicaja en Chile,** que incluyen los servicios de apoyo a pagos cross-border, venta vía web de recargas, pagos de servicios vía web y la emisión y operación de tarjetas de pago no bancarias con provisión de fondos, y contará con acceso a los servicios del Negocio de Adquiriencia de Multicaja.

**Apple y Goldman Sachs lanzan en EE.UU. una tarjeta de crédito virtual,** con un programa de cash back en efectivo del 2% del valor de las compras a través del servicio Apple Pay; del 3% en compras de productos Apple y del 1% en compras de establecimientos que no acepten Apple Pay. Apple ofrece una opción de tarjeta física de titanio, pero sin PAN visible: se guarda en un chip seguro dentro del iPhone que genera números virtuales para compras que requieran un número de tarjeta.

## Noticias normativas

**Banxico emite Circular 4/2019** dirigida a las Instituciones de Crédito e Instituciones de Tecnología Financiera relativa a las Disposiciones de carácter general aplicables a las Instituciones de Crédito e Instituciones de Tecnología Financiera en las Operaciones que realicen con Activos Virtuales.

**Banxico emite Circular 5/2019** dirigida a las personas jurídicas distintas a las Instituciones de Tecnología Financiera, a las entidades financieras y a otros sujetos supervisados, interesadas en obtener autorización por parte del Banxico para, mediante modelos novedosos, llevar a cabo los servicios de ruteo, compensación o liquidación, o cualquier combinación de tales servicios, relativa a las Disposiciones de carácter general en materia de modelos novedosos.

**Aprobado el Reglamento UE 2019/518 del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se modifica el Reglamento (CE) 924/2009 en lo que respecta a determinadas comisiones cobradas por pagos transfronterizos en la Unión** y a las comisiones por conversión de divisas, de aplicación a partir del 15 de diciembre de 2019.

Nuevas tecnologías y productos

**Santander TAP es el nuevo servicio de Santander México** para el envío de transferencias intrabancarias por medio de la mensajería de WhatsApp, por importes desde MXN 10 a 4000.

**Banxico inicia pruebas de Cobro Digital (CoDi)**, una plataforma basada en transferencias de código QR que permite los pagos a través del celular. 36 bancos comerciales y gubernamentales obligados, sociedades financieras populares, agregadores de pago e instituciones voluntarias iniciaron el desarrollo de la herramienta en sus aplicaciones móviles, supervisados por el Banxico.

**El Metro de Río de Janeiro aceoa en todas sus 41 estaciones, el pago de títulos de transporte a través de móvil, tarjeta de crédito, pulsera y reloj con la tecnología NFC.** Iniciativa, desarrollada por la concesionaria MetrôRio y Visa, con la asociación del Banco do Brasil, Bradesco y Cielo.

Noticias corporativas

**Rappi recibe inversion de 1.000 millones de dólares de SoftBank.**

**Tencent respalda a la fintech argentina Uala**, que también recibe el apoyo de George Soros y otros inversores.

**Nace la Asociación Europea de Third-Party Providers (ETPPA)** con Eurobits Technologies, Bankin', PPRO, Sofort y Trustly como socios fundadores.

Noticias normativas

**El BCRA (Comunicación A 6668) obliga a los bancos a que acepten que los comercios vinculen su código QR a una cuenta en una billetera virtual (a través de una CVU), no solo a una cuenta bancaria (CBU).**

**El ministro de Hacienda de Chile anuncia elaboración de la futura Ley fintech.**

**El BACEN emite el Comunicado N° 33.455, que divulga los requisitos fundamentales para la implementación en Brasil del Sistema Financeiro Aberto (Open Banking).**

**La Unidad de Regulación Financiera y Proyección Normativa (URF) del Ministerio de Hacienda de Colombia presenta la agenda normativa para la industria Fintech de Colombia.**

**El Decreto Supremo N° 005-2019-MTC que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30900 que crea la Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU), considera la integración de medios de pago**, esto es, el uso de un solo soporte o medio para el pago de la tarifa o pasaje por parte de los usuarios (medios de validación de pago, medios magnéticos, dinero en efectivo o el medio que se establezca en los títulos habilitantes), con la finalidad de facilitar la reducción de los tiempos de viaje, así como el funcionamiento correcto de los otros niveles de integración.

Noticias normativas

**La Autoridad Bancaria Europea (EBA) publica Opinión (EBA-Op-2019-03) sobre la naturaleza de las notificaciones de pasaporte** para agentes y distribuidores bajo la Directiva (EU) 2015/2366 (PSD2), Directiva 2009/110/EC (EMD2) y Directiva (EU) 2015/849 (AMLD).

**Chile define agenda de trabajo para implementar modelo de cuatro partes** en medios de pago tras reunión con los accionistas más relevantes de Transbank (Banco de Chile, Banco Santander, Banco Itaú, Corpbanca, Scotiabank, BancoEstado y BCI), las empresas adquirentes (Transbank, Multicaja y BancoEstado), las empresas procesadoras (Nexus y Redbanc) y las marcas de tarjetas con mayor presencia en Chile (Visa, Mastercard y American Express).

**La Comisión Europea acepta el compromiso de Mastercard y Visa de reducir las tasas de intercambio que aplican a las operaciones interregionales de pago con tarjeta una media del 40%.** El Ejecutivo comunitario acusó a Mastercard en 2015 y a Visa en 2017 de prácticas anticompetitivas que incrementan el precio de los minoristas europeos que aceptan pagos con tarjeta. Los cambios se aplicarán durante un periodo de cinco años y seis meses y afectarán a las comisiones de intercambio interregionales que se aplican a los pagos realizados con las tarjetas de crédito y débito de las marcas Mastercard, Maestro, Visa, Visa Electron y V-Pay.

Mayo 2019

Nuevas tecnologías y productos

**Banorte lanza Banorte Go**, aplicación que permite enviar dinero desde cualquier red social (WhatsApp, Facebook Messenger o SMS, Instagram, Snapchat, Uber, email) funcionalidad habilitada solo para móviles Android y próximamente iOS. El teclado es producto de una alianza con la fintech israelí PayKey.

**Mercado Libre activa oficialmente los pagos con códigos QR en la Ciudad de México.**

**PayPal recibe autorización del Banco Central de Brasil para operar como institución de pago y emisor de dinero electrónico.**

Noticias corporativas

**Davivienda entra a ser parte de Rappipay**, alianza que permite realizar retiros en los ATM del banco con la aplicación de Rappi usando códigos QR, mismo método que se puede usar en comercios y para hacer transferencias de dinero.

**Nubank anuncia su ingreso al mercado mexicano**, donde lanzará Nú, su primera tarjeta de crédito internacional (Mastercard), sin anualidad.

**BCI (Chile) ingresa al mercado de adquirencia en alianza con Evo Payments.**

**Prisma Medios de Pago (Argentina) se alía con American Express** para aceptar tarjetas AMEX en sus POS.

**WhatsApp, la plataforma de mensajería instantánea de Facebook, anuncia el inminente despliegue de su herramienta de pagos en línea, y selecciona a Londres como sede mundial de estos servicios.**

## Noticias normativas

**Banxico emite Circular 8/2019 dirigida a los participantes del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI)** y demás interesados en actuar con tal carácter, Instituciones de Crédito, otras empresas que presten de manera profesional el servicio de transferencias de fondos y la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero, relativa a las modificaciones a la Circular 14/2017 (Instrumentación de Transferencias CoDi).

**La Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) de Chile queda integrada en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF)**, tal como quedó dispuesto en la modificación a la Ley de Bancos.

**El Banco Central de Venezuela y la Superintendencia de Bancos establecen (Resolución SIB-DSB-04714) al sistema financiero la obligación de desarrollar una red doméstica de procesamiento de transacciones que prescindan de los convenios con las marcas Visa y Mastercard** y el sistema Maestro: a partir del 30 de noviembre para las operaciones de débito, y del 30 de enero de 2020 para los pagos con tarjeta de crédito.

**La Cámara de Diputados de Brasil tramita el proyecto de ley para eliminar los pagos asociados al arrendamiento de POS.** En caso de aprobación, se modificaría la Ley N° 12.865, del 9 de octubre de 2013.

## Junio 2019

## Nuevas tecnologías y productos

**Facebook anuncia el lanzamiento de criptomoneda Libra**

**Nequi, el primero neobanco de Colombia, presenta nuevo servicio de préstamos inmediatos de bajo monto** (Préstamos Salvavidas, entre 100.000 y 500.000 pesos, a un mes de plazo).

**Bci, primer banco en Chile en permitir las compras a través de la aplicación Google Pay**, tras la alianza frustrada de Google Pay con Falabella.

**Google Pay suma a PayPal como medio de pago**

**N26 lanza MoneyBeam, servicio de envío instantáneo de dinero P2P** para sus usuarios del Reino Unido.

**Wilobank, el primer banco 100% digital de Argentina, lanza una nueva tarjeta de crédito Mastercard internacional destinada a una consumidores que no poseen historial crediticio.** Tiene un bajo límite, es recargable y permite construir un perfil crediticio en el sistema financiero y acceder al ecommerce.

<p>Noticias corporativas</p>	<p><b>Rappi se alía con Visa para la emisión de tarjetas prepago en Brasil.</b></p> <p><b>Redbanc, empresa de procesamiento de transacciones de todos los bancos de Chile, admitió un incidente de robo de información de tarjetas</b> que afectó a cerca de 300.000 tarjetahabientes.</p> <p><b>Ripple anuncia su establecimiento en Brasil</b> con expectativas de expansión en América Latina.</p> <p><b>Alipay anuncia alianzas con seis proveedores europeos de wallet digitales para promover la interoperabilidad en el uso de códigos QR.</b> Los proveedores son Bluecode, ePassi, momo pocket, Pagaqui, Pivo y Vipps, quienes colaboran para desarrollar un código QR unificado para su disponibilidad y uso en 10 países europeos.</p>
<p>Noticias normativas</p>	<p><b>El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) multará a comercios peruanos que no avisen sobre cargos extra al pagar con tarjetas de crédito.</b></p> <p><b>El Congreso de Chile recibe el proyecto de ley (expediente 21.177) para regular las comisiones que cobran los bancos por el uso de datáfonos</b> a los comercios y que estas sean determinadas por el Banco Central y el Ministerio de Economía, a través de la Comisión para la Promoción de la Competencia (Coprocom).</p>

Julio 2019

<p>Nuevas tecnologías y productos</p>	<p><b>Ualá alcanza el millón de tarjetas (prepago) emitidas en Argentina</b></p> <p><b>El Banco Central de Brasil anuncia que la implementación completa del nuevo sistema de pagos inmediatos está programada para noviembre de 2020.</b></p>
<p>Noticias corporativas</p>	<p><b>Mastercard adquiere el procesador de pagos NEST,</b> que en 2018 completó la compra de Concardis, especializada en soluciones de adquisición y comercio electrónico en el mercado nórdico.</p> <p><b>Visa adquiere Payworks,</b> proveedor de software de pasarelas de pagos.</p> <p><b>BBVA, en alianza con Uber, lanza en México el primer producto que opera en la aplicación de un tercero.</b> Uber utiliza las API abiertas de BBVA para ofrecer a sus socios conductores y repartidores acceso a funcionalidades de pago en tiempo real, además de la operativa con tarjetas de débito desde la propia aplicación de Uber.</p> <p><b>Frustrada la alianza entre Fallabela y Samsung Pay,</b> a pesar de adecuaciones realizadas por Nexus para su habilitación.</p>

## Noticias corporativas

**El operador Orange España cierra su servicio y app de pagos Orange Cash** que operaba desde 2015 en modalidad prepago, tras anunciar el inicio de operaciones del banco digital Orange Bank en noviembre.

**American Express reorganiza su estructura societaria en España** tras la ruptura de alianzas con Santander, CaixaBank, Bankia y otras entidades bancarias de la UE.

## Noticias normativas

**La Autoridad Bancaria Europea (EBA) publica el Informe sobre el perímetro regulatorio, el estado regulatorio y los enfoques de autorización en relación con las actividades de FinTech.**

**El BACEN emite la Resolución n° 4.734 que establece las condiciones y procedimientos para la realización de operaciones de descuento de préstamos y cuentas por cobrar de medios de pago del Sistema de Pagamentos Brasileiro** sobre la base de cuentas post-pago y depósitos a la vista y de operaciones de crédito garantizadas por estos por parte de las entidades financieras, y modifica el artículo 2 de la Resolución n° 4.593, de 28 de agosto de 2017.

**El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), en la edición No. 178 de su Revista Moneda, emite un informe sobre la posible emisión de una moneda digital o Central Bank Digital Currency (CBDC, por sus siglas en inglés) para garantizar la estabilidad macrofinanciera.**

**El Presidente de Costa Rica y el ministro de la Presidencia firman la directriz N° 054-MP "Modernización de los mecanismos de cobro y pago en las instituciones del sector público",** dirigida a la Administración Central y Descentralizada. La disposición instruye a las instituciones del Estado habilitar procedimientos permitan realizar por medios digitales la totalidad de sus transacciones de cobro y pago (transferencias electrónicas, pagos con tarjetas de crédito o débito, pagos móviles, etc.).

**Avanza su tramitación parlamentaria en Chile el proyecto de ley que limita la responsabilidad de los usuarios de tarjetas de créditos en caso de operaciones fraudulentas** (operaciones realizadas por terceros cuando el plástico ha sido extraviado, hurtado o robado), y la culpabilidad del emisor en casos de uso fraudulento de estos medios de pago.

	Agosto 2019
Nuevas tecnologías y productos	<p><b>BBVA anuncia la supresión del servicio de dinero en efectivo en la ventanilla de sus oficinas en España.</b></p>
Noticias corporativas	<p><b>Stripe anuncia su llegada a México</b>, primer país de la región de Latinoamérica en establecerse.</p> <p><b>Anuncio en EE.UU. del proyecto de modernización de los pagos lanzado por la Reserva Federal</b>, que pretende mejorar la rapidez, eficiencia, seguridad y accesibilidad, tanto de los pagos domésticos como de los transfronterizos. Contempla que la propia Reserva Federal ponga en marcha su proyecto de pagos inmediatos para operaciones minoristas y evalúe la próxima adopción de los estándares ISO 20022 en el país.</p> <p><b>The Clearing House (TCH) ofrece, utilizando a Vocalink / Mastercard como procesador, una solución alternativa de pagos inmediatos</b> que ya han empezado a utilizar algunos bancos y que tiene previsto tener plenamente desplegada en el país a comienzos del año 2020.</p>
Noticias normativas	<p><b>La Financial Conduct Authority (FCA) de Reino Unido anuncia, un mes antes del 14 de septiembre, una extensión de plazo para SCA de 18 meses.</b></p> <p><b>El Banco Central de Brasil autoriza que los clientes bancarios puedan depositar boletos bancarios en sus cuentas</b>, movimiento que amplía tácitamente los servicios que pueden ofrecer los bancos digitales sin redes de físicas de atención, ampliando la competencia del sector.</p> <p><b>EMVCo propone cambios en las especificaciones de la numeración de las tarjetas de débito y crédito.</b> El BIN o número de identificación del emisor, es la primera parte del número de entre 10 y 19 dígitos que aparece en la parte delantera de las tarjetas. Actualmente, el número de identificación del emisor consiste en los seis primeros dígitos del PAN, pero se ampliará a ocho durante 2021.</p>

Nuevas tecnologías y productos

**La Empresa Municipal de Transportes (EMT) de Madrid, junto con Mastercard, Santander y la startup Saffe, han puesto en marcha un proyecto piloto que permitirá pagar el billete en los autobuses de la EMT con el reconocimiento facial.**

**Los buses urbanos de Sao Paulo (Brasil) inician piloto de pago mediante tarjetas de crédito, débito y prepago contactless,** así como mediante las aplicaciones de Google Pay y Apple Pay, con una limitación diaria de diez transacciones por titular de tarjeta. El proyecto tiene prevista duración de tres meses o alcanzar medio millón de transacciones.

**Mastercard está implementando un servicio que ofrecerá en abril de 2020 a retailers del Reino Unido: una comisión de 12p. por procesar transacciones de cashback o cashout** con pagos realizados en los POS con tarjetas de débito Mastercard. De este modo, contribuye a ampliar el número de puntos de acceso a dinero en efectivo, especialmente en áreas sin ATM.

**Inicia en todo México el funcionamiento de Cobro Digital (CoDi).**

**La Asociación Popular de Ahorro y Crédito de República Dominicana lanza nuevo servicio de emisión de tarjetas de crédito instantáneas.**

**American Express anuncia el próximo lanzamiento de un servicio de pagos inmediatos** que permita a consumidores británicos realizar pagos en ecommerce. La opción Pay with Bank Transfer permitirá a los comercios recibir pagos en tiempo real de sus clientes con cuentas bancarias en los principales bancos británicos.

**Amazon anuncia el lanzamiento en EE.UU. de Amazon PayCode,** que permite a los compradores pagar sus compras de la plataforma en efectivo en uno de los 15.000 puntos de Western Union..

Noticias corporativas

**Visa y Revolut alcanzan una alianza global para la emisión preferente de tarjetas Visa en su estrategia de expansión** a 24 países de Asia, Oceanía y Latinoamérica, entre ellos Brasil, Argentina, Chile, Colombia y México. Los usuarios de Revolut podrán pagar en más de 150 monedas y conservar y cambiar hasta 29 monedas y criptomonedas directamente en la aplicación, realizar pagos P2P.

**Mastercard se alía con R3** para desarrollar una solución blockchain de pagos transfronterizos.

Noticias normativas

**El Banco de España emite nota sobre prórroga PSD2 - SCA**

**Vence el plazo para cumplir con las Disposiciones de carácter general aplicables a las Instituciones de Tecnología Financiera en México** publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 10 de septiembre de 2018.

## Octubre 2019

## Nuevas tecnologías y productos

**Uber lanza Uber Money** para dar respuesta a las dificultades con que se encuentran algunos conductores y otros colectivos de la economía colaborativa para acceder a servicios financieros.

**La plataforma de ecommerce Wish anuncia el pago en cuotas sin intereses** para compras por encima de los 50 reales con tarjeta de crédito.

**Google Pay habilita pagos con tarjeta de débito en Brasil** (antes solo con tarjeta de crédito o boleto bancario), de momento solo con los emisores Banco do Brasil (VISA e Elo), Bradesco (Elo), Itaú Unibanco (VISA e Mastercard), Neon (VISA) y Next (VISA).

**Planet Portugal incorpora el servicio WeChat Pay** para permitir a los consumidores chinos realizar compras en Portugal utilizando dicha solución de pagos digitales.

**Starling Bank, banco digital de Reino Unido, anuncia una cuenta de empresa dual (euros, libras esterlinas)** que permite realizar pagos en estas monedas desde la misma tarjeta de débito.

## Noticias corporativas

**PayPal anuncia su salida de la Asociación Libra**, primer socio en abandonar, al que paulatinamente siguen Ebay, Visa, Mastercard, Stripe y Mercado Pago, entre otros.

**BNEXT, el neobanco español, anuncia su próxima llegada a México.**

**Nubank alcanza los 15 millones de clientes**, un 25% más que el registro de agosto de 2019.

**Vocalink, una empresa de Mastercard, gana la licitación de la red de ATM Link para provisión, durante diez años, de servicios de switching y liquidación 24x7 en tiempo real de los 70.000 ATM de Reino Unido**, incluida la consulta de transacciones en tiempo real y la gestión de pasivos, la conciliación y la liquidación a través de SWIFT al sistema LBTR del Banco de Inglaterra, atrajo ofertas de Visa, FIS, el actual proveedor Vocalink, junto con otras. En 2017 procesó más de 3.000 millones de transacciones.

**Revolut, app que surgió de la aceleradora de Mastercard StarPath en 2016, y que cuenta con siete millones de clientes en Europa, de los que la mitad son de Reino Unido, anuncia su entrada en el mercado de EE.UU. de la mano de Mastercard** a finales de 2019. Revolut integrará el servicio de transferencias P2P con cargo a la tarjeta Send.

**Se anuncia la gestación del proyecto PEPSI (Iniciativa de Sistema Paneuropeo de Pagos) liderada por una veintena de bancos europeos inspirado en el fracasado en 2020 Proyecto Monnet**, de alterativa a Visa y Mastercard con el propósito de preservar la soberanía europea en materia de pagos. Se plantea como un mecanismo basado en pagos inmediatos.

## Noticias corporativas

**Santander Chile cierra la venta de su participación en Nexus**, la principal procesadora de tarjetas de crédito en el país, a cuatro bancos del país (Banco de Chile, Scotiabank, BancoEstado y BCI) a los que se unirá el brasileño Itaú. Santander encargó a Credicorp Capital vender sus participaciones accionarias en tres sociedades de apoyo al giro bancario: Transbank, Nexus y Redbanc. De este modo, Santander toma el liderazgo en el proceso de pasar desde un modelo de tres partes en adquirencia a uno de cuatro partes, en el que lanzará su propia red de adquirencia y competirá con Transbank.

**Paypal es la primera plataforma de pagos extranjera autorizada a ofrecer servicios en China**, tras la autorización del People's Bank of China de la compra del 70% del capital de Guofubao Information Technology Co. (GoPay), que cuenta con licencia de pagos.

**Google compra Fitbit**, el fabricante de wearables, por 2.100 millones de dólares.

**Apple Pay supera a Starbucks como app de pago más utilizada en EE.UU.**

## Noticias normativas

La Autoridad Bancaria Europea (EBA) publica Opinión (EBA-Op-2019-11) sobre el Deadline para la migración a SCA para ecommerce y transacciones de pago con tarjeta y concluye con el aplazamiento de la plena aplicación de la norma de pago hasta diciembre de 2020.

Las cámaras de comerciantes de Costa Rica solicitan limitar las tasas de descuento. La Asociación Bancaria Costarricense (ABC) muestra su acuerdo con modernizar la estructura de comisiones de intercambio y con que el Banco Central de Costa Rica sea el órgano técnico encargado.

**La Superintendencia General del Consejo Administrativo de Defensa Económica (Cade) de Brasil presentó un recurso administrativo para investigar a Rede e Itaú por conducta anticompetitiva**, y determina que el adquirente Rede debe dejar de exigir a sus clientes que tengan una cuenta bancaria con Itaú para acreditar los pagos de sus ventas en 2 días.

**Visa anuncia la creación de un Roadmap de Seguridad para Perú** para garantizar un enfoque robusto para la seguridad de los pagos en el país, en un momento en el que se están incorporando nuevas tecnologías de seguridad -Tokenización, 3D Secure (3DS) y autenticación basada en riesgo- que mejoran la seguridad en las compras en internet y la UX.

**Los investigadores antimonopolio de la Unión Europea han comenzado el proceso para una posible investigación contra Apple y su servicio de pagos Apple Pay.** Preocupa que la elección de Apple de limitar el chip NFC para pagos sólo con Apple Pay y no otros servicios pueda impedir que otras empresas de pago se hagan un hueco en el mercado de los pagos móviles.

# La visión del sector

3





# Objetivo aspiracional: ser el top of mind

---

El dinamismo del sector de los pagos ha alcanzado cotas hasta hace poco inimaginables. Y lo mejor de todo es que la carrera -de fondo, no un sprint- no ha hecho más que comenzar.

Si pudiéramos asociar el año 2019 con un estado de ánimo de la industria de los medios de pago, lo calificaríamos de abrumado. Si hace apenas un lustro el negocio de los medios de pago de bajo valor era aparentemente invisible -por ser considerado meramente instrumental- e inocuo -sin grandes externalidades económicas y sociales-, hoy ocupa un espacio privilegiado en las agendas de todos los agentes involucrados, salvo en los que se sitúan en los extremos (usuarios finales). “Nunca los pagos y lo que está ocurriendo en el sector había trascendido a nivel tan alto”, afirma Javier Santamaría, Chairman del European Payments Council (EPC). “El de los pagos es uno de los sectores más dinámicos dentro de la banca”, ilustra Anna Puigoriol, Directora de Medios de Pago de Banc Sabadell. Desde la perspectiva de las autoridades, el sentir es similar, como describe Carlos Sanz, director del departamento de sistemas de pago del Banco de España: “La transformación digital y la innovación tecnológica ha traído mucha luz y atraído mucho interés por los sistemas de pago. Tradicionalmente ha sido un mundo aburrido y poco atractivo incluso”.

Los sistemas de pagos, tal como los define el BIS, son el conjunto de instrumentos, participantes, procedimientos y reglas para la transferencia de fondos, y se encuentran a nivel local, regional y global en plena mutación. Los instrumentos se diversifican (pagos inmediatos, dinero electrónico, criptomonedas), así como los participantes (fintech, bigtech) y los procedimientos y reglas (acceso, interoperabilidad, terciarización, segmentación). El año 2019 ha sido el año de la apertura efectiva a la competencia, del reconocimiento de la versatilidad de los pagos inmediatos de cuenta a cuenta y de la ocupación de espacios (brechas) desatendidos por los PSP tradicionales por agentes digitales (pequeño comercio, dispersión de nóminas / ingresos de trabajadores de la

gig economy, pagos en cuotas sin intereses). El regulador se está dando cuenta de que debe acercarse a las fintech y bigtech para entender cómo tiene que regular el futuro de las finanzas, para entender a los no bancarizados, las nuevas modalidades de onboarding digital y cómo crean modelos de negocio en partes de la cadena de valor en las que los bancos no han visto las oportunidades que esconden. Y para identificar mecanismos de reporting adecuado.

“Nunca los pagos y lo que está ocurriendo en el sector había trascendido a nivel tan alto”.

---

## Javier Santamaría

Chairman del European Payments Council (EPC)

La apertura a la competencia, si bien ha sido la tendencia declarada desde la década de 2010, ha necesitado una década para llegar efectivamente al punto de salida, y el big bang pronosticado no se ha producido hasta el momento. No obstante, a partir de ahora, en el periodo que inicia en 2020, el time-to-market será por fin trepidante, impulsado ahora sí por el más rápido y disruptivo, y no por la decisión o capacidad del más lento o establecido.

La lentitud evidenciada ha demostrado ser, en cierta medida, motivada por las estructuras de propiedad, de gobernanza y de operación prevalentes entre los administradores de los principales medios de pago en los distintos países, históricamente concentrados por los “economics” de un mercado de dos lados en los que escala, alcance y red son condiciones necesarias y cuya construcción ha requerido de grandes inversiones en infraestructura.

Hoy la inquietud por la concentración se está extendiendo para alcanzar a los proveedores globales de tecnologías, como bien describe Mary Pily Loo, Directora General de Supervisión de Riesgo Operacional y Tecnológico de la Comisión Nacional de Banca y Valores (CNBV) de México: “Empieza a constatarse de manera global que puede haber un problema de concentración respecto a las bigtech (Google, Amazon y Microsoft) en su condición de proveedores de tecnología, por ejemplo, de servicios en la nube. En México, las fintech están alojadas en la nube de alguno de los principales proveedores globales de servicios en la nube”.

Desde los PSP tradicionales y mayoritariamente propietarios de las infraestructuras de pagos domésticas que, por ser bancos, tienen que cumplir con rigurosas y crecientes exigencias regulatorias, el mensaje unánime queda bien expresado por Carlos Mier, Director de tarjetas y negocio emisor de Bankia: “La regulación ha de ser homogénea por tipo de actividad, no por tipo de entidad que ofrece el servicio”. Y esperan que, aunque la desigualdad regulatoria aludida ha podido servir de inicio para dinamizar la competencia y que los pequeños avancen (también los bigtech), “deben cumplir con la misma regulación en aspectos esenciales como la protección al cliente y de los datos”.

Los bancos centrales y autoridades financieras han asumido un liderazgo regulatorio que ya trasciende las funciones tradicionales de vigilancia de los sistemas de pago. De hecho, a la competencia se están uniendo los propios bancos centrales de algunos territorios –especialmente en aquellos que el banco central ha adaptado los sistemas LBTR que administra para ponerlos a disposición del segmento de bajo valor- con estrategias de masificación de los pagos inmediatos de cuenta a cuenta. “Tenemos ya más de 15 años de facilitar los pagos y cobros inmediatos a los clientes del sistema financiero, y ahora estamos abocados a estudiar las estrategias de pago soportadas en códigos QR para ofrecer medios alternativos dirigidos a los pequeños comercios”, ejemplifica Carlos Melegatti, Director de la División de Sistemas de Pago del Banco Central de Costa Rica (BCCR).. Con propósito similar está trabajando el Banco Central de Brasil (BACEN) en el marco de su Agenda BC+, desarrollando una plataforma de pagos inmediatos interoperable, abierta a nuevos agentes

“La regulación ha de ser homogénea por tipo de actividad, no por tipo de entidad que ofrece el servicio”.

**Carlos Mier**

Director de Tarjetas y Negocio Emisor de Bankia

fintech y de liquidación centralizada, que complemente la oferta de medios de pago digitales provista actualmente por bancos, adquirentes y esquemas de tarjetas en el país. Y aunque al margen del perímetro de este Informe, es relevante señalar que el debate y la “amenaza” competitiva del banco central ha llegado incluso a EE.UU. También es global el debate sobre los requisitos de acceso a los sistemas domésticos de pagos inmediatos por fintech y entidades no bancarias, amplificado y acelerado por la amenaza a medio plazo de irrupción de las criptomonedas que tan bien ha ilustrado el anuncio, interrumpido de momento, de Libra. Sobre este punto, Eduardo Prota, Country manager de N26 en Brasil apunta que “necesitas grandes jugadores para interconectar a todo el mundo, y Facebook ha hecho un intento en este sentido, de momento fallido, con Libra”.

La interoperabilidad es, de hecho, un objetivo de alto nivel que finalmente ha calado y, por ende, es perseguido explícitamente por el regulador como condición necesaria para la masificación del pago digital, condición necesaria para el adecuado desarrollo de la economía del siglo XXI. La capacidad de que diferentes sistemas, proveedores y medios de pago puedan conectarse tecnológicamente entre sí depende del consenso en torno a un estándar. Dicho consenso puede ser alcanzado de forma colaborativa pero descentralizada (como se espera ocurra en Europa para la implementación efectiva de PSD2), colaborativa y centralizada (EMVCo, ISO, PCII-DSS) o a instancia del regulador, como el establecimiento de un estándar para códigos QR en Argentina por el Banco Central, o la provisión directa de dicho estándar, como Banxico con CoDi.

Alcanzar consensos en torno a estándares ha sido una tarea que ha centrado los esfuerzos de los agentes en 2019 y cuyo perfeccionamiento se extenderá en los próximos años, tal como señala Jacobo Miralles, Head of Data, Engagement and Monetization de BNEXT: “En los próximos cinco o diez años el reto será la capacidad de las entidades de conectarse entre ellas, la interoperabilidad y apertura tecnológica completas, que no es tanto un reto de software - no es complejo montar una API- como de esqueleto tecnológico, de arquitectura, del legacy que hace que todos se muevan muy lentos”.

Además, “el debate de la interoperabilidad no es independiente del de la ciberseguridad, preocupación creciente en el mundo de los pagos”, constata Carlos Sanz, Director del Departamento de Sistemas de Pagos del Banco de España, en alusión a la reciente adopción de la Guía de expectativas de vigilancia sobre ciberresiliencia para las infraestructuras del mercado financiero<sup>3</sup> del Eurosistema y que, como recuerda Américo Becerra, Gerente de Operaciones y TI de Banco Ripley en Chile, “los ciberataques ya han sido situados en el cuadrante de riesgos de alto impacto y alta probabilidad de ocurrencia por el Foro Económico Mundial en su Informe de Riesgos Globales de 2019.”<sup>4</sup> “Cuanto más complejo se hace el sistema de pagos, cuanta más interconexión e interoperabilidad cross-border, mejores sistemas de vigilancia se requieren”, concluye Carlos Sanz de Banco de España. La Asociación Bancaria de Colombia anunció en septiembre de 2018 la creación de un Equipo de Respuesta ante Emergencias Informáticas (CERT, o CSIRT en inglés) mientras que la Junta Monetaria de República Dominicana aprobó en noviembre de 2018 el reglamento de Ciberseguridad -primero de la región- y el Banco Central de la República Dominicana (BCRD) se encuentra preparando un centro de respuesta inmediata ante eventos de ciberseguridad. Por sendas iniciativas, “República Dominicana es considerada pionera en la región”, declara Raúl Morales, Gerente de Infraestructuras y Mercados Financieros del CEMLA.

“El debate de la interoperabilidad no es independiente del de la ciberseguridad, preocupación creciente en el mundo de los pagos”.

**Carlos Sanz**

Director del Departamento de Sistemas de Pagos del Banco de España

Otra tendencia que caracteriza a 2019 es la protagonizada por el espectacular crecimiento de la denominada “gig economy” y las abundantes necesidades de servicios de pago que demanda (medios de pago para compras domésticas y cross-border; dispersión de salarios a freelancers o trabajadores independientes; acceso a sistemas de pagos). “Los GAFAs y las nuevas plataformas se han dado cuenta de la importancia del pago para ofrecer un producto integral”, declara Carlos Sanz de Banco de España. En Latinoamérica la “gig economy” contempla asimismo amplios segmentos de actividad económica informal, semi-formal o sub bancarizada, a diferencia de Europa donde el acceso a servicios financieros básicos es prácticamente universal.

La incorporación de trabajadores asalariados o independientes, emprendedores y pequeños comercios a la formalidad financiera (que no necesariamente fiscal) a través de la digitalización de sus ingresos en origen hasta ahora solo percibidos en efectivo, ha sido uno de los retos de la última milla en Latinoamérica. Hoy ya se observa su mutación a oportunidades reales de negocio para nuevos proveedores de servicios con modelos de negocio masivos y productos “no-frills” por los que las autoridades muestran interés genuino por su potencial de inclusión y universalización. “Vemos que las autoridades están abiertas a entender los nuevos modelos de negocio; si bien es un trabajo en proceso y la regulación hoy no es perfecta, el entendimiento y diálogo es bueno”, comparte Emilio González, Country Manager de Nubank en México, mercado donde están preparando el lanzamiento de la entidad tras superar

<sup>3</sup> Basada en la Guía internacional sobre ciberresiliencia de las infraestructuras del mercado financiero del Comité de Pagos e Infraestructuras del Mercado y el Consejo de la Organización Internacional de Comisiones de Valores (CPMI-IOSCO) de junio de 2016. Disponible en: <https://bit.ly/36BugsH>

<sup>4</sup> Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2019>

los diez millones de clientes en Brasil. “Efectivamente, las fintech tienen mucho apetito por interactuar con las autoridades”, confirma Raúl Morales del CEMLA, “pero también hay ambigüedad de su parte y les falta tener una mejor comprensión de la responsabilidad que implica los servicios que están proporcionando”.

Relacionado con la tendencia anterior, se observa un nuevo escenario global de inversiones que ha situado a Latinoamérica en destino prioritario, evidenciando que, tal como describe Edwin Zácipa, Director de Colombia Fintech, “en este campo de juego la competencia no está entre quién es más innovador y ágil entre bancos y fintech, sino entre bancos y fintech y otros jugadores bigtech, ya sea de forma directa o a través de inversiones estratégicas, entre las que destacan las de origen asiático”. Rappi, primer unicornio colombiano originariamente plataforma de delivery, recibió una inversión de 1.000 millones de dólares del japonés Softbank (quien también invirtió en el banco 100% digital Inter de Brasil), mientras que Mercado Pago recibió la confianza de PayPal materializada en una inversión de 750 millones de dólares. Estos son algunos ejemplos de la nueva dinámica de inversiones corporativas y de capital riesgo.

De hecho, 2019 ha marcado sucesivos récords en operaciones de fusiones y adquisiciones en numerosos mercados: desde las estrategias de integración y extensión de servicios de plataformas de movilidad y logística persiguiendo la construcción de ecosistemas autosuficientes (como la de Cabify con Easy Taxi y los patinetes de Movo para atender la multimodalidad en la movilidad urbana); hasta las de transformación de mono producto (pago con tarjeta) a multi producto o multi-raíl (añadiendo a su oferta los pagos desde cuenta) de Mastercard, quien ha replicado en 2019 el movimiento realizado en 2016 con la compra de Vocalink de Reino Unido con la adquisición de Nets; pasando por la compra de Worldpay, el mayor procesador de pagos a nivel mundial, por Fidelity National Information Services (FIS) por cerca de 40.000 millones de dólares o las de First Data por Fiserv y Total System Services por Global Payments, de en torno a 22.000 millones de dólares cada una.

## “Las autoridades están abiertas a entender los nuevos modelos de negocio”

**Emilio González**

Nubank

Si en la edición anterior se incluyó como novedad la inauguración del “Barómetro de tendencias en medios de pago” que ilustra tendencias y retos en la innovación a partir de las respuestas a un cuestionario ad-hoc, la presente edición va un paso más allá e incluye entre los países analizados a Reino Unido, “un país que marca tendencia”, tal como señala David Hernández, Head of Credit de Visa en Europa.

Arrancábamos esta introducción al capítulo aludiendo a un sentimiento (abrumación). La cerramos con un objetivo aspiracional que subyace a todas las estrategias de negocio de los agentes de la industria: ser el top of mind, el primero en mente de la gente y de los puntos de venta a la hora de pagar o cobrar según qué bien o servicio.

## Panorama de los medios de pagos: una visión global

### Competencia y concurrencia: fintech, bigtech, neobancos y challenger banks

Se observa a nivel global un fuerte impulso inversor de las bigtech en startups innovadoras, disruptivas y susceptibles de ser las grandes competidoras del sector. Amelia I Angulo, Directora de operaciones de medios de pago de Bankia clarifica que “las fintech tienen una oferta de producto limitada. Lo que hacen lo hacen muy bien, pero siempre limitada a esa oferta. No se pueden considerar un competidor global”. Por su parte, Francisco Sierra, Director general de N26 España percibe que “que las bigtech entren a competir asusta a los proveedores tradicionales, y la pregunta correcta no es si lo harán, sino cuándo lo harán, de modo que el reto es hacer que el negocio bancario se complemente con la oferta de valor que traen los proveedores globales de tecnología”.

“Que las bigtech entren a competir asusta a los proveedores tradicionales, y la pregunta correcta no es si lo harán, sino cuándo lo harán”.

#### Francisco Sierra

Director General de N26 España

Considera Francisco Sierra de N26 España que los bancos han tardado mucho en permitir que sus clientes disfruten de innovaciones como Apple Pay o Google Pay: “N26 creció mucho porque fuimos de los primeros en incorporar Apple Pay, lo que atrajo a muchos clientes de bancos tradicionales que no ofrecían el servicio”.

Hoy Bankia es la primera entidad en España en ofrecer todos los Pay. “No fuimos de los primeros porque esperamos a analizar si existía la necesidad”, explica Amelia I. Angulo de Bankia, “ya que, aunque todos los productos tienen su público, desde un punto de vista de rentabilidad lo óptimo es implantar los de una demanda mayor”. Confirma que “Apple Pay se anticipaba un éxito porque el cliente es muy fiel a esa marca y no

tenía alternativa de uso de los wallet bancarios si como emisor no incorporábamos el servicio. Una vez ofrecido decidimos ofrecer todos los Pay, incluso Paypal”. Por el lado del comercio Bankia ofrece desde mayo de 2019 una nueva plataforma de pagos para ecommerce (Waiap) con la misma filosofía: ofrecer a sus clientes todos los medios de pago para que escoja el que más le interesa. Banc Sabadell por su parte, fue el primer banco en ofrecer Amazon Pay incorporado como solución de cobro como TPV virtual. “El posicionamiento de Banc Sabadell es ser proveedor (hub) y facilitar todas las soluciones al cliente sin que deba preocuparse de buscarlas, solo de decidir cuáles utilizar”, explica Anna Puigoriol de Banc Sabadell. Para ello, cuenta con la plataforma Pay TPV que permite integrar soluciones online.

En relación a los recursos para enfrentar la competencia y concurrencia de agentes, Anna Puigoriol expone el convencimiento de que los nuevos agentes llegarán y que tienen fortaleza para competir. Ante esta evidencia, considera que “las alianzas son una buena solución, con los bancos aportando la llegada a los clientes y las bigtech las nuevas soluciones, ya que cada vez habrá más soluciones que los bancos no podrán desarrollar”. Pero aún con espíritu de colaboración, existen dificultades que pueden suponer un freno a las alianzas. “La integración nunca es fácil y existen dos alternativas: hacer una integración con la fintech solventando partes del legacy y seguridad, lo que implica priorizar porque los recursos son limitados; o no hacer una integración con la fintech, en cuyo caso el valor añadido que aporta el banco es su base de clientes”.

En este sentido, Rodrigo García de la Cruz, presidente de la Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI) anuncia que “veremos cómo los bancos se rearmen con fintech nacionales e internacionales para competir con las bigtech”, y también prevé una demanda de la industria bancaria para que otras industrias o sectores se sometan a la apertura de datos. “La regulación y cesión del dato será un gran tema a futuro”.

“La regulación y cesión del dato será un gran tema a futuro”.

#### Rodrigo García de la Cruz

Presidente de la Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI)

Desde Argentina, Jorge Larravide, CCO de Link destaca en esta línea que “una gran oportunidad para el desarrollo del mercado a nivel internacional, regional y local tiene que ver con la colaboración. En el mundo tecnológico, es importante tener capacidad de innovación y adaptación, además de poder interactuar y colaborar con todos los agentes y nutrirte de la experiencia y conocimiento de distintos agentes”.

Otros actores que se iniciaron como fintech son los neobancos y challenger banks, que Francisco Sierra de N26 nos ayuda a definir: “El concepto de neobanco en España se aplica a entidades sin licencia que ofrecen servicios alternativos (cuenta o método de pago) a través de acuerdos con terceros, generalmente emisores de dinero electrónico (EDE)”. En esta categoría se encuentran BNEXT y PecuniaCards EDE, si bien Jacobo Miralles explica que ni son neobanco ni pueden incorporar la palabra banco en su denominación por normativa, pero sí “queremos ser la entidad financiera principal de nuestros clientes, gestionar su identidad financiera y habilitar el acceso a todos los servicios de todos los proveedores del mercado”.

En España, de momento, el core de las propuestas de entidades nuevas como el alemán N26, el británico Revolut o el marketplace español BNEXT es habilitar muchas transacciones de pago sobre todo en el segmento de rentas altas con presencia internacional, para las que no cobran ni por el medio de pago, ni por tipo de cambio ni acceso a ATM en el producto básico o lite, y que complementan con servicios de valor añadido (premium) como seguros, acceso a salas vip y soluciones para ayudar a controlar el gasto o programar el ahorro (“spaces”). Los bancos digitales o mobile banks han demostrado su capacidad de simplificar los productos tradicionales (cuentas y tarjetas) enfocándose en (i) la inmediatez que permiten las plataformas digitales, (ii) clientes interesados (o habituados) a aprovechar oportunidades y experiencias globales, y (iii) ventajas, descuentos y servicios de valor añadido en alianza con otras compañías, como Monzo y N26 que ofrecen servicio de remesas con Transferwise.

“N26 es un banco móvil global (“the Mobile Bank”) porque todo se puede hacer desde el móvil, sea cual sea la gestión, y porque cuenta con una única plataforma tecnológica y único servicio para 26 países en todo el mundo, traducido a diferentes idiomas y con una capa “local” de productos para adaptar las pequeñas

“Una gran oportunidad para el desarrollo del mercado a nivel internacional, regional y local tiene que ver con la colaboración”.

**Jorge Larravide**

CCO de Link

diferencias que existen entre mercados (préstamos, datos disponibles, modelos de riesgo)”, nos explica Francisco Sierra de N26. Antes de lanzar IBAN español en abril de 2019, el uso mayoritario de sus clientes era como wallet (pagos y retirada de efectivo). A pesar que el IBAN alemán, según PSD2, es igual de válido que uno español, no contaban con un gran volumen en pagos desde cuenta, así como domiciliaciones de pagos y de nóminas, en parte “por desconocimiento y porque los softwares que las empresas utilizan para ordenar nóminas y débitos son antiguos y no reconocen un IBAN alemán. De ahí la importancia de adaptarnos y lanzar IBAN español”, explica Francisco Sierra de N26.

Salvo N26, los challenger banks europeos más relevantes en 2019 proceden de Reino Unido, si bien difieren en modelos de negocio: más parecidos Monzo, Revolut y Volt; menos parecido StarlingBank, que opera también en el segmento B2B y como banking as a service (BaaS). Revolut, N26, Monzo están ya llegando a EEUU. y Latinoamérica mientras que “BNEXT quiere ser referencia en el mercado de habla hispana y entrar en Latinoamérica este año, comenzando por México, luego Chile y Colombia”, tal como anuncia Jacobo Miralles.

La competencia es un bien público que todos los neobancos y challenger banks entrevistados consideran necesario cuidar. Así lo expresa Jacobo Miralles de BNEXT, cuando afirma que “es una ventaja para nosotros que haya neobancos y challenger banks; nosotros llegamos mucho después que N26 y Revolut y hemos conseguido superarles en parte gracias a que nos han situado en la cabeza de la gente con sus esfuerzos de marketing”.

“Muchos de nuestros clientes usan N26 para comprar online porque no se fían de hacerlo desde su banco principal donde tienen todo su dinero”, confirma Francisco Sierra. Tal y como explica, por ahora la gente no está guardando sus ahorros en los neobancos. “Los clientes de los bancos digitales no buscan la rentabilidad del ahorro, sino la experiencia de usuario que facilita los pagos del día a día, por lo que estamos desarrollando muchas funcionalidades en torno a la gestión de las finanzas del día a día con la app, como los “espacios” o subcuentas para distintos propósitos (ahorro programado, pago de préstamos), incluso “espacios compartidos” para invitar a terceros a ahorrar en común”. A la pregunta de si aspiran ser el banco principal de sus clientes, desde N26 responden que sus clientes les consideran una cuenta secundaria. De este modo, Sierra considera que “cualquier tipo de cambio e innovación que esté relacionada con una apertura de datos de clientes, compartir o conectar clientes entre otros a N26, como PSD2, es beneficioso para la compañía”.

“Hay ciertas cosas que las fintech necesitamos para crecer. La apertura es una de ellas, a la que aún le queda mucho recorrido con PSD2; otra es la eficiencia y eficacia de los pagos que requiere acceso a los sistemas de pagos o a alternativas como las criptomonedas o ecosistemas como los desarrollados en China, o inteligentes como el 1-click de Amazon; otra es la hiper personalización, la capacidad de adaptar el producto, la publicidad y la comunicación al usuario cumpliendo con la normativa de protección de datos”, declara Jacobo Miralles de BNEXT.

Desde los bancos tradicionales, si bien reconocen que muchas de las fintech (entre las que quedan englobadas los neobancos y challenger banks) han crecido en espacios donde los bancos no habían trabajado o no fueron capaces de eliminar ineficiencias en partes específicas de la cadena de valor (atención al cliente, onboarding, experiencia de usuario), existen asimetrías, tanto regulatorias como de relación con sus dueños: “Las no reguladas pueden permitirse márgenes superiores por no tener deberes de cumplimiento y las reguladas, al contar con una capacidad de inversión muy alta proveniente del capital riesgo y otros fondos de capital, pueden asumir riesgos superiores de los que asumen los bancos, con quienes sus accionistas son muy exigentes”, explica Juan Gabriel Rodríguez, Global Payments Solutions de BBVA. “El gran reto de los neobancos y challenger banks es demostrar que una vez se vuelvan públicos -IPO- sean realmente rentables, lo mismo que pasa con Uber y Lyft”, concluye.

“El gran reto de los neobancos y challenger banks es demostrar que una vez se vuelvan públicos -IPO- sean realmente rentables”.

#### Juan Gabriel Rodríguez

Global Payments Solutions de BBVA

Una vez superado el reto del onboarding digital, comienza a hablarse del offboarding digital: “Tiene que ser tan sencillo y fácil abrir una cuenta como cerrarla; hacer una transferencia como reclamar una transacción que no reconoce el cliente; la experiencia debe ser igual de sencilla en todos los puntos, ese es el valor de la digitalización y algo que nos han enseñado los neobancos y challenger banks: la sencillez y transparencia”, explica Juan Gabriel Rodríguez de BBVA.

En Latinoamérica las bigtech han comenzado a incursionar en la provisión de servicios financieros apalancándose en la información con la que cuentan a partir de la interacción de los usuarios con sus plataformas. Su tamaño, fortaleza financiera, alcance global y acceso a capital las hace candidatas a alcanzar, en un corto espacio de tiempo, una escala muy relevante en los sistemas de pagos domésticos, tanto que podrían transformar la arquitectura del sistema financiero global, como ha alertado el anuncio de Facebook sobre Libra. Estos atributos plantean cuestionamientos en materia de competencia, gobernabilidad, protección de datos, inclusión y estabilidad financieras, que se encuentran hoy ya en las agendas de las autoridades. Alfonso Estévez, Director general de EZ Wallet da por hecho que las bigtech van a ser los grandes competidores de los proveedores consolidados, con sus herramientas tecnológicas, sus bases de datos y su fortaleza digital. “Los bancos deberían estar más preocupados por ellos ya que la estrategia de las fintech no es competir con los bancos o los bigtech -con quienes no pueden hacerlo-, sino formar parte de sus ecosistemas o crear ecosistemas propios”. Considera que, si bien en muchos bancos se están creando áreas fintech, “lo hacen con la misma gente, las mismas ideas, los mismos ritmos y formas de hacer las cosas, y van a fracasar”. La agilidad es un atributo que reclama a los proveedores de tecnología Juan Vega Aguilera, Director corporativo core de negocio de Falabella: “Hacer un cambio en una app es como cambiarse de camisa, y hacerlo en un core no puede

tomar meses". En palabras de Milton Vega, Subgerente de Pagos e Infraestructuras Financieras del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), quien constata que las formas de pensar todavía no se ajustan a las cosas nuevas, "los legacy systems están ligados a legacy minds, y estos, a legacy business models".

En la región es más que evidente la irrupción de inversiones asiáticas, de los bigtech y fondos VC norteamericanos interesados en jugadores de mercados masivos. Además de las ya descritas de Softbank en Rappi y Paypal en Mercado Pago, han destacado las de PayU (propiedad de Napster y TenCent, que también ha invertido en Nubank y en la argentina Ualá), y Alipay que está explorando cómo ingresar en México, explica Edwin Zácipa de Colombia Fintech: "Las redes asiáticas, especialmente las chinas, están buscando crear una red de aceptación para pagar con la franquicia local china". Cada vez son más habituales las alianzas entre fintech y entidades financieras para crear nuevos servicios financieros digitales (caso Rappi y Davivienda en Colombia) y la incursión de soluciones de ecommerce en el mundo de los pagos. Ante esta avalancha de inversión extranjera, "en Colombia finalmente se produjo un cambio regulatorio demandado por el sector (Decreto 2443 de diciembre de 2018) que permitió a entidades financieras vigiladas invertir en fintech, y como primer outcome Bancolombia invirtió en la pasarela de pagos Blip", explica Edwin Zácipa.

"El regulador en Colombia ha puesto mucho énfasis en la innovación, la tecnología y el emprendimiento en el último año", constata Edwin Zácipa, y lo corrobora con avances concretos. La Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), además del sandbox inaugurado en 2018, cuenta hoy con un proyecto de circular sobre biometría y onboarding digital; otra de servicios financieros en la nube; y otra de ciberseguridad que crea el esquema de vigilancia indirecta de las pasarelas de pagos por los bancos. Además, el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 contempla iniciativas de apoyo al sector fintech, como la creación de un fast-track para obtención de licencias financieras modulares con requerimientos prudenciales acotadas a las actividades autorizadas.

“Las redes asiáticas, especialmente las chinas, están buscando crear una red de aceptación para pagar con la franquicia local china”.

---

#### **Edwin Zácipa**

Colombia Fintech

Edwin Zácipa de Colombia Fintech informa que en la agenda regulatoria de la Unidad de Regulación Financiera (URF) del Ministerio de Hacienda destacan el decreto sobre el sistema de pago de bajo valor para promover un sistema abierto, interoperable, transparente e innovador; el decreto de cuentas simplificadas para unificar y ajustar la regulación de los productos de depósitos a los mínimos posibles (idealmente uno), redefiniendo el concepto de captación; el estudio sobre Open Banking, autenticación digital y tendencias regulatorias internacionales (con apoyo del Banco Mundial); el decreto de corresponsales no bancarios digitales; el estudio sobre dispersión de subsidios para optimizar el modelo actual y habilitar modelos innovadores; y la reformulación de los programas de educación financiera para adaptarlos al contexto digital.

En cuanto al establecimiento de las reglas de juego en el nuevo contexto competitivo, la reglamentación de la ley fintech en México, pionera en la región, va acompañada por la complejidad de atender cada uno de los nuevos casos de uso y modelos de negocio teniendo en cuenta el componente digital y tecnológico de las propuestas. Entre septiembre de 2018 y marzo de 2019, Banxico publicó cuatro circulares relativas a las instituciones de fondos de pago electrónico -IFPE (C12/2018), la operación con activos virtuales (C4/2019), modelos novedosos (C5/2019), y operaciones en moneda extranjera de las instituciones de financiamiento colectivo (C6/2019). La totalidad de las disposiciones secundarias de las IFPE aún no están publicadas "porque toda la regulación sobre el sistema de pagos está muy blindada respecto a la protección al cliente y los datos del cliente, lo que ha supuesto hacer revisiones sobre uso de los medios electrónicos, factores de autenticación, onboarding y ciberseguridad<sup>5</sup>", explica Mary Pily Loo de CNBV.

<sup>5</sup> Disposiciones de carácter general aplicables a las Instituciones de Tecnología Financiera, publicadas en marzo de 2019 y disponibles en <https://bit.ly/32jAY2U>

“El mundo digital es dinámico y las regulaciones fintech tendrán que tener el mismo dinamismo”, señala Juan Gabriel Rodríguez de BBVA. En opinión de Mary Pily Loo de CNBV, “con las fintech no se trata de manera física, y los protocolos de la supervisión tradicional -ir a una entidad y ver su centro de datos- ya no son válidos, porque los datos están en la nube”. En la CNBV se encuentran desarrollando un proyecto de Suptech / Regtech ya que son necesarias nuevas competencias para el personal que hace la supervisión. “Ahora hay que bajar a una capa tecnológica que antes no era necesario supervisar con tanto detalle. Por ejemplo, Open banking ha llegado a establecer estándares en los mensajes e intercambios de información para garantizar la interoperabilidad (API), cuyo cumplimiento hay que supervisar, cosa que antes no era necesario en la supervisión tradicional bancaria”, detalla.

Alfonso Estévez de EZ Wallet constata que en México hay unas 350 empresas que califican para fintech, pero considera que solo el 10% o 15% que presenten su expediente conseguirán ser certificadas, por las exigencias de la regulación (onboarding, auditoría, oficial de cumplimiento, riesgos, ciberseguridad, etc.) que exige crear estructuras más grandes que las originalmente previstas.

“El mayor reto para la certificación es KYC y AML/CFT, proceso que pasa por la CNBV, Secretaría de Hacienda, Banxico y Condusef, que ha emitido reglas de protección al cliente”, explica Alfonso Estévez, y vaticina que “no vamos a lograr de salida ser 100% digital por la exigencia de la firma autógrafa en el contrato, cuestión que se prevé estará resuelta en 2020 porque ya se están certificando proveedores de firma digital”. Todo ello le hace concluir que “no nos podemos llamar fintech y tener un proceso manual”.

Ante la eventualidad de un bajo turn over de certificaciones, Daniela Robles, Directora de la Asociación Fintech México, anuncia que desde la Asociación están preparados para apoyar los procesos de autorización de sus socios y asistir a aquellos que tengan alguna oportunidad de modificar su modelo de negocio en caso de que ser una ITF regulada no sea aún un reto necesario para ellos. “Algunos de los retos para las fintech reguladas estarán relacionados con encontrar el nuevo equilibrio financiero con los costos y adecuaciones implícitas en ser una institución financiera regulada, el seguirse enfocando en las necesidades de los clientes para lograr mejorar la participación del mercado y entender los protocolos y procesos de las auditorías”, declara.

“Con las fintech no se trata de manera física, y los protocolos de la supervisión tradicional ya no son válidos, porque los datos están en la nube”.

**Juan Gabriel Rodríguez**

Global Payments Solutions de BBVA

Añade Daniela Robles que “la llegada de empresas internacionales a México ha sido y es muy importante, contribuyendo a que la Asociación se haya convertido en un ecosistema internacionalizado con comunicación muy fluida entre los asociados que buscan una voz común y un sano intercambio de ideas”, y considera que “la participación en la Alianza Fintech Iberoamérica permite conocer las mejores prácticas de la región, España y Portugal”.

Nubank México se autodefine como una empresa de tecnología que ofrece servicios financieros, sin sucursales. “Con tecnología hay mejor forma de hacer las cosas, sin letras pequeñas, enfocados al cliente”, afirma Emilio González, Country Manager de Nubank en México. Tanto Brasil, de donde procede, como México (y Argentina, su próximo destino), son mercados bancarios concentrados que, a pesar de contar con enormes segmentos sub atendidos, “no han sentido la necesidad de mejorar y modernizarse”. Este ha sido uno de los principales motivos de elegir México como segundo destino de operaciones en la región; el segundo, la existencia de reglas de juego: “En México hay hoy más claridad sobre lo que pueden o no pueden hacer las entidades”. Considera que lo más importante de la regulación no son las figuras legales, que “en México no se adaptan muy bien a lo que es Nubank, pero las autoridades están abiertas al diálogo y a entender nuevos modelos de negocio”, en alusión a las restricciones a ser 100% digital por el proceso KYC establecido en la norma que exige interacción física con el cliente (firma autógrafa, entrevista, videoconferencia).

Josafat Vargas, PR de Nubank, concluye que el propósito es “ser agente de cambio en el país, transformar el ecosistema para devolver a las personas el control de sus finanzas personales e inspirar a los bancos tradicionales a que empiecen a buscar modos de apoyar y empoderar a sus clientes con productos y servicios sencillos y comprensibles”.

Sebastián Ortiz co-fundador de TPaga, pone sobre la mesa una preocupación adicional del sector sobre uno de los atributos de los modelos de negocio que puede cambiar por cambios regulatorios inminentes: “Está entrando una regulación que prohíbe cobrar por las transacciones de pago”, lo que desde la perspectiva de TPaga considera un reto asumible porque “digitalizar la cadena del dinero en efectivo permite pensar en otros modelos de negocio diferentes a los que tienen los bancos, basados en el cobro por transacciones”. Considera que las compañías nuevas que crezcan aprovechando las oportunidades van a superar a los bancos consolidados, “demasiado lentos para tomar decisiones y que no suelen ver amenazada su posición hasta que ya se ha materializado la amenaza”. Anuncia que Nubank y Ualá (competidores de TPaga, son cuentas de captación) van a llegar pronto, ofreciendo además financiación. “En este momento el único segmento que no está amenazado es el de banca corporativa, pero ya hay iniciativas fintech interesantes de atención a pymes”, declara Sebastián Ortiz.

“En Argentina hemos sido testigos del nacimiento de bancos digitales nativos como Wilobank y BrueBank”, señala Santiago Benvenuto, Gerente de Medios de pago de BBVA Argentina. “Las fintech, con todos sus procesos digitalizados y autoservidos (DIY) y operando en un ambiente de apertura a la competencia, están forzando a los bancos a evolucionar sus servicios hacia canales más digitales y con UX mucho más avanzadas de las que venían ofreciendo”.

“En Brasil, el año 2019 ha estado muy animado” opina Carlos Alberto Moreira Jr. Director ejecutivo de desarrollo de negocios y productos de ELO. “Hoy las cuentas digitales tienen casi las mismas funcionalidades que una cuenta corriente, solo les falta el crédito, y están atrayendo la transaccionalidad bancaria de los clientes” con estrategias diversas: (i) agentes tradicionales y líderes, como Itaú, lanzando ITI, su plataforma de transferencias P2P habilitada también para negocios (con una tasa promocional de descuento del 1% y abono inmediato de saldos); (ii) adquirentes ocupando espacios en emisión (Pagbank de PagSeguro o Mercado Pago); (iii) neobancos y challenger banks como Nubank, Banco Original y Banco Neon (resurgido en 2018 tras la quiebra del banco de respaldo), Banco Inter y pronto el europeo N26. “Nubank ya tienen el mismo parque de tarjetas que Caixa Econômica Federal”, señala Carlos Alberto Moreira de ELO, quien confirma que ninguno de ellos emite ELO.

“Digitalizar la cadena del dinero en efectivo permite pensar en otros modelos de negocio diferentes a los que tienen los bancos, basados en el cobro por transacciones”.

---

**Sebastián Ortiz**

TPaga

N26, el challenger de origen alemán que en julio de 2019 inició operaciones en EE.UU., ha elegido Brasil como primer mercado de Latinoamérica en su propósito de convertirse en un banco global, además de pan-europeo. “A pesar de no ser un país en el que sea sencillo hacer negocios por la regulación laboral y fiscal, la del sector es amable, como muestra el reconocimiento de las Instituciones de Pagamentos (IP) y la previsión de que puedan ser participantes del Sistema de Pagos Brasileño (SPB)”, afirma Eduardo Prota de N26 Brasil. “El acceso de las IP al SPB es un gran reto para Visa y Mastercard, especialmente para productos de débito”, en opinión de Eduardo Prota de N26, que llega a Brasil tras la estela de Nubank, y se espera que el británico Revolut se sume pronto al mercado.

“El interés por Brasil responde a varias características del mercado”, comparte Eduardo Prota, “tamaño, gran penetración de tarjetas (más incluso que en Alemania), tasas de intercambio interesantes y, sobre todo, una población motivada para utilizar nuevos métodos de pago, experimentar nuevos servicios y disfrutar de una UX que los bancos tradicionales no han sabido o podido ofrecer”. Considera además que el BACEN ha sido astuto en relación a las exigencias de reporting de las IP.

Desde Chile, Nicolás Jaramillo, CEO de Global66 constata que “hasta ahora y por muchos años, el medio de pago ha estado ligado a la cuenta principal del banco, lo que está cambiando porque Rappi y MercadoPago son medios de pago que nunca estarán ligados a la cuenta principal; serán monederos para poder hacer pagos de forma más conveniente, obtener descuentos, y los bancos se van a quedar sin información de los pagos que, por otro lado, nunca han explotado”. “Toda la transaccionalidad se está yendo por estas redes on-us”, concluye Nicolás Jaramillo, en alusión a la reciente compra de la fintech chilena Cornershop (similar a Instacart) por Wal-Mart<sup>6</sup>. Patricio Sandoval, Country manager de Mastercard Chile considera que las fintech no han ingresado al país con la velocidad de otros países de la región y, de hecho, en Chile no trabajan con ninguna fintech, a diferencia de otros países. “Para Mastercard es importante que cualquier emisor esté debidamente autorizado por el regulador”, explica.

“Rappi ha entrado con fuerza en Perú”, confirma Toño Muñiz, Gerente del área de medios de pago y financiamiento al consumo del Banco de Crédito del Perú (BCP). Esta es una afirmación que ha aparecido en buena parte de las entrevistas en Latinoamérica. “Es una propuesta de valor muy potente, resuelve la cotidianeidad de la logística de la vida, embebiendo la cotidianeidad del pago, y es solo cuestión de tiempo que consigan masa crítica”. No obstante, considera Toño Muñiz que hubiera sido más fácil para Rappi si hubiera desembarcado antes de que hubiera una propuesta formal de QR (estándar Visa), ya que ahora, “en una tienda tendrás el QR Visa y el QR Rappi”. Dicho esto, considera positivo que entren los Rappi del mundo porque el enemigo es el cash. “Si no hubiera tanto cash estaría más preocupado”, concluye.

En Perú todavía no ha incursionado ningún banco digital, si bien todos los bancos establecidos están explorando esta opción con cualquiera de los sabores existentes (crear, aliarse con otro de fuera, hacer uno digital). “Los jugadores en Perú no han resuelto esta pregunta y tendremos que decidir este o el próximo año, porque hay señales de que van a llegar, están en todos los países de alrededor, y el tema no es si vienen o no vienen, sino

“Hasta ahora y por muchos años, el medio de pago ha estado ligado a la cuenta principal del banco, lo que está cambiando”.

**Nicolás Jaramillo**  
CEO Global66

cuándo vienen”, vaticina Toño Muñiz de BCP. Es más, “los bancos digitales están recibiendo fondos que apuestan no por un país sino por una región”. Comparte que en BCP lo están estudiando con rigurosidad científica, y considera que Yape podría ser el germen de un banco digital, a falta de poder crear cuentas digitales. Alberto Castillo, CEO de Tarjetas Peruanas Prepago (Tarjeta La Mágica y Ligo), EDE fundada en 2010, así lo reconoce: “Somos los más preparados para arrancar como neobanco en el Perú; nos interesa pensar que algún día podríamos ser banco”.

“Los retos tecnológicos para esta conversión son grandes. Como todos los bancos, tenemos un legacy con el que tenemos que lidiar”, admite Toño Muñiz de BCP. Intuye que el retraso de la llegada de neobancos o bancos digitales al Perú tiene que ver con la dependencia del efectivo, ya que estos arrancan con medios de pago digitales. Otro tema es la adquirencia, con POS aún no totalmente adaptados a NFC. “Esta situación da una ventaja temporal a los que ya estamos en Perú, pero es cuestión de tiempo”.

Milton Vega de BCRP confirma que todavía no ha visto un pedido claro de autorización de neobancos, a pesar de ser conscientes de que los bancos digitales podrían ser parte de la solución a la exclusión financiera en el Perú. “La visión es caminar hacia un sistema de pagos retail más seguro, eficiente, interoperable y en tiempo real, en un marco de mayor acceso y competencia”. En relación al mercado de pagos retail, confirma que se está “esperando a que INDECOPI publique la evaluación sobre el mercado de las tarjetas de pago”.

<sup>6</sup> COFECE resolvió en junio de 2019 no autorizar la concentración entre Walmart y Cornershop por generar incentivos para desplazar indebidamente o impedir el acceso de otros competidores a la plataforma de Cornershop y/o obstaculizar el desarrollo de nuevas plataformas. El agente resultante de la transacción obtendría el suficiente poder de mercado para obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia en el mercado del servicio logístico de exhibición, compra y entrega inmediata de productos ofrecidos por tiendas de autoservicio y club de precios a través de páginas de internet y apps a usuarios finales. Disponible en: <https://bit.ly/2NexTwT>

Ángel González, Director del Departamento de Sistemas de Pago del Banco Central de la República Dominicana (BCRD) confirma el surgimiento en el último año de iniciativas fintech orientadas al mundo de los pagos, las facturas y los préstamos, si bien en el país la emisión de tarjetas es exclusiva de los bancos. “Es un nuevo cosmos que se está abriendo en el país y que el BCRD está observando con interés de buscar regulación que dé certeza jurídica a sus actores y protección a los usuarios”. “Estamos estudiando las mejores prácticas europeas y de la región”. Ahora trabajan en una modificación del reglamento de sistemas de pago para regular las fintech orientadas a los pagos.

Comparte Raúl Morales de CEMLA que los bancos centrales de la región celebraron una reunión del Foro Fintech del CEMLA en marzo de 2019 en la que se acordó trabajar en dos líneas: i) monedas digitales soberanas y ii) requerimientos de información para empresas fintech, como las principales cuestiones de interés para la comunidad de la banca central de Latinoamérica y el Caribe. Anuncia Raúl Morales que “desde el CEMLA se ha trabajado conjuntamente con otros organismos internacionales para identificar cuáles son los requisitos mínimos de información que se debe exigir a las fintech”.

El BACEN ha optado por la exigencia de reporting transaccional modular para aquellas IP que operan en la modalidad prepago mediante las Circulares 3885, 3886 y 3887 de marzo de 2018. En ellas aprueba el requerimiento de información sobre cuentas prepago -valor y cantidad de transacciones, número de usuarios y volumen de recursos alojados - de los medios de pago integrantes y no integrantes del SPB que transaccionen más de 500 millones de reales al año, o que dispongan de más de 50 millones de reales en cuentas de pago, independientemente del medio de pago al que estén vinculadas. El enfoque adoptado por la autoridad brasileña ha sido muy bien valorado por los agentes del mercado entrevistados.

“ Los bancos digitales están recibiendo fondos que apuestan no por un país sino por una región”.

**Toño Muñiz**  
BCP

“ En Europa, NFC sigue siendo una apuesta fuerte y ofrece una UX mucho mejor que los códigos QR”.

**Paloma Real**  
Country Manager de Mastercard

## Pago móvil NFC y QR

De la experiencia que los expertos han compartido para este Informe se ha podido constatar la importancia del pago contactless como catalizador del pago digital, y de la adopción de otros hábitos deseables.

¿Por qué es tan importante el contactless? “El consumidor sabe que puede hacer tap and go para pagos de compras y, aunque el valor pagado sea pequeño, se genera una costumbre en el gesto del pago que facilita su adopción para pagos de importe más elevado cuando estos se presentan. Y usan la tarjeta de la que más se acuerdan, aquella con la que más pagos tap and go realizan (frecuencia vs importe), lo que genera un efecto top-of-mind”, explica David Hernández de Visa.

Sobre la posible confluencia de modelos NFC y QR, Paloma Real, Country manager de Mastercard afirma que “en Europa, NFC sigue siendo una apuesta fuerte y ofrece una UX mucho mejor que los códigos QR”, aportando como ejemplo también la experiencia de Singapur: “En medio de la exponencialidad del QR en China y buena parte de Asia, NFC se sigue utilizando como opción preferente, por UX y seguridad”, y añade que “la única perspectiva buena que tiene el QR es la rapidez del despliegue de la infraestructura, y aun así necesitas teléfono, cámara, lectura del código... lo que obligaría a descubrir una killer aplicación para despuntar en Europa”. Rodrigo García de la Cruz de AEFI coincide con Paloma Real sobre la importancia de la infraestructura, haciendo una comparativa con la situación en Latinoamérica: “Cuando no dispones de la infraestructura que tenemos en Europa, y con una dispersión geográfica elevada, el código QR es un elemento muy sencillo para unir el mundo físico con el mundo digital”, y anticipa que lo veremos también en España, sobre todo de la mano de empresas extranjeras. Ángel Nigorra, Director general de la Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. que administra Bizum, la solución de pagos inmediatos

P2P de la industria bancaria española anuncia que están explorando el código QR, “como casi todo el mundo”, pero destacando que no tiene por qué haber una única UX, sino que puede ser diferente y adaptarse a cada entorno para ofrecer la mejor experiencia al cliente. Para Jacobo Miralles de BNEXT “QR es una transición a métodos que ni siquiera necesitan activador de pago, es una manera de hacer más sencillo el pago, aunque requiere de una interconexión y un esfuerzo de integración entre la EP y los comercios. Es un puente a otra tecnología, un paso perfecto en el funnel efectivo - tarjeta contactless- pago sin gesto de pago”.

Paloma Real de Mastercard ve más futuro en los pagos invisibles: “Tener las credenciales de pago embebidas en la app, para que pagar ni siquiera implique un gesto, ya está establecido”. Incluso en comercio físico existen algunas experiencias incipientes inspiradas en la invisibilidad del pago de Amazon Go: Carrefour Pay, Decathlon, Inditex, son ejemplos en España. “Identificar al cliente de forma inequívoca con las credenciales de pago almacenadas será tendencia en el mundo retail, dotando de más autonomía al cliente para que se auto gestione y sea más autónomo”, concluye Paloma Real.

Entre las novedades del pago móvil, y comenzando con el segmento P2P, destaca la trayectoria de Bizum que en 2019 ha superado los cuatro millones de usuarios y prevé cerrar el año con seis millones de “bizumers” y cincuenta millones de transacciones (“bizums”) en el ejercicio. “El primero millón de usuarios se hizo esperar 15 meses, el último ha costado ya solo 4 meses, y aspiramos a que el próximo millón tarde apenas 2,5 meses”, señala Ángel Nigorra de Bizum, y añade que “estos datos, además de mostrar una tendencia de consolidación del pago móvil P2P en España, de forma sólida e irreversible, suponen una muy buena base sobre la que ofrecer nuevas funcionalidades de valor en los próximos meses”. A este respecto, una lección aprendida ha sido que, si bien la promoción del servicio por parte de los bancos Bizum ha resultado fundamental, más lo ha sido su difusión por los propios usuarios, que, en cuanto lo usaban, pasaban a recomendarlo entre su círculo más próximo. “Esto es precisamente lo que íbamos buscando, una cierta viralidad del servicio”, resalta Ángel Nigorra. “Como todo, y más en pagos, los nuevos servicios siempre tienen una determinada curva de adopción, hay que incentivarlos, promoverlos y hacerlos fáciles”, y añade que “para Bizum es muy importante haber generado ese “efecto red” y la confianza que despierta en los usuarios saber que los bancos estén detrás de Bizum, gestionando sus pagos”.

“Como todo, y más en pagos, los nuevos servicios siempre tienen una determinada curva de adopción, hay que incentivarlos, promoverlos y hacerlos fáciles”.

---

**Ángel Nigorra**

Bizum

Un segundo hito de Bizum en 2019 ha sido el arranque de la operativa en ecommerce, con la inclusión de un botón de pago Bizum en el check out del comercio. “Si bien al ver su funcionamiento podría interpretarse de otro modo, Bizum no es un PISP (un iniciador de pagos) ya que el servicio de pago en sí mismo lo presta el banco asociado, sin intermediarios”. Como tercera novedad, aspira a aprovechar Bizum en casos de uso concretos, incluso en comercio presencial, en nichos donde aporte valor, así como en primeras experiencias de interoperabilidad con otros países europeos. “En Europa, sin duda, son referencia en servicios similares los países nórdicos y Reino Unido. El resto está en distintas fases de desarrollo”, explica Ángel Nigorra. “En España, nuestro principal rival siempre es el efectivo, pero tenemos otros servicios competidores, cada uno con sus características”, y afirma: “Que haya esa variedad de oferta nos mejora a todos y es bueno para el consumidor, que tiene mayor posibilidad de elección. Luego cada uno podemos poner el foco en diferentes aspectos. Sin duda, para Bizum es clave su universalidad y la confianza que trasmite ser un servicio de la banca española”.

Trasladándonos a Latinoamérica, en octubre de 2017, Visa fue la primera red de pagos en emitir un mandato sobre la tecnología de pagos sin contacto para toda Latinoamérica; en 2018, otras redes emitieron requerimientos similares, conminando a emisores y adquirentes a migrar sus tarjetas de pago y terminales POS a la tecnología contactless para el año 2023. Si bien la penetración de tarjetas sin contacto ha alcanzado cifras significativas en Chile y Costa Rica, en mercados grandes como Brasil y México la penetración es muy baja. Entre tanto, ha aparecido el código QR en la región, acaparando casi cada nueva iniciativa de terminalización. En Perú, de hecho, ha modificado sustancialmente las estrategias de pago contactless de la industria.

Raúl Morales del CEMLA comparte los resultados de un estudio regional sobre innovaciones en medios de pago que está previsto publicarse a finales de 2019, destacando que las tecnologías NFC y QR se consolidan en México, Argentina, Bolivia y Perú. “Cada país está haciendo una apuesta diferente, pero no se percibe que sea una decisión estratégica de la industria o porque haya una maduración en el sector financiero. La tecnología móvil (Huawei, Xiaomi) está aportando que sean más accesibles los teléfonos de alta gama, algo importante para la extensión del QR”.

Pero la lógica con la que entra el QR es diferente según el país, por lo que el diseño de los productos de pago sigue siendo una cuestión fundamental para aprovechar al máximo las nuevas tecnologías, como señala Raúl Morales. Por ejemplo, el caso de México y el proyecto CoDi, cuyo diseño puede dificultar su contribución a reducir la informalidad a pesar de que las transferencias inmediatas con SPEI han tenido un crecimiento muy bueno. Ello, por que “CoDi se asocia a Banxico, y aunque con gran respaldo institucional, se percibe como un mecanismo muy formal aún. Habrá que ver qué tipo de comerciantes comienzan a adoptarlo”. Daniela Robles de Fintech México, anticipa una dificultad adicional en la adopción de CoDi, precisamente en la confluencia entre segmentos ya bancarizados y los no bancarizados: “Los que estamos bancarizados ya nos administramos de una manera bancarizada, con medios de pago bancarios, de modo que la última milla de la eliminación del cash con el uso de CoDi en interacciones de pago entre esos dos segmentos, la veo a priori complicada, sin embargo espero que esta herramienta permita la generación de una mayor inclusión financiera en toda la República”.

“Costa Rica es el único mercado en América Latina en el que el Banco Central ha hecho obligatoria la tecnología contactless para los pagos con tarjeta”, señala Carlos Melegatti. En 2019 siguen avanzando en las iniciativas iniciadas en 2015. “Hemos avanzado en la infraestructura y el reto está ahora en completar el ecosistema y avanzar en la cultura de pago”. Están haciendo campañas educativas para que el POS salga del control del vendedor y pase a estar frente al cliente para que este no deba entregar la tarjeta y, a partir del 1 de enero de 2021, los adquirentes deberán asegurarse que los comercios ubiquen los POS en un lugar accesible al cliente. Sobre el ecosistema, si bien está definido el pago tap and go en 15.000 colones (unos 30 dólares), para pagos superiores todavía no está desarrollado el PIN o mecanismo biométrico alternativo, que tendrá que estar listo en 2021.

“El QR todavía no es el estándar de pagos del futuro como sí se ve en otros países como India o China”.

**Santiago Benvenuto**

BBVA

En relación al QR, “lo estudiamos como un mecanismo potencial para las transferencias de fondos en tiempo real dirigido a los pagos de pequeños comercios, porque creemos que SINPE móvil puede transformarse rápidamente en un mecanismo que provea estas soluciones”, explica Carlos Melegatti.

Santiago Benvenuto de BBVA Argentina comparte que los bancos se encuentran en pleno proceso de catch-up digital, empujando la innovación en pagos a través de la migración de los plásticos a tecnología NFC y del fortalecimiento de sus apps bancarias, agregando transaccionalidad e incluso chatbots. “También están tratando de emular a competidores como Mercado Pago -en alianza con partners como TodoPago- pero con un estado de funcionalidades menor”. “El QR todavía no es el estándar de pagos del futuro como sí se ve en otros países como India o China”, afirma. “Sí tuvo mucho éxito para Mercado Libre, apalancada su estrategia en descuentos, pero todavía queda por definir cuál es el éxito del NFC, y si hay lugar para las dos tecnologías, cosa que creo factible”.

Jorge Larravide de Link señala que en Argentina el principal jugador junto con las billeteras digitales de los bancos es Mercado Pago: “Los pagos con QR han crecido mucho y la regulación permite que todas las billeteras puedan interconectarse y que todos los QR puedan ser escaneados con cualquier billetera, aunque por ahora la gran mayoría operan en un ecosistema cerrado”. En relación a los pagos NFC, Jorge Larravide constata que “son muy pequeños en Argentina, principalmente porque los bancos han tardado en migrar y los adquirentes están iniciando la actualización de los dispositivos de captura (POS)”.

### 3. La visión del sector

En Brasil, tal como expone Carlos Alberto Moreira de ELO, “si bien todos los POS de comercios están adaptados para contactless, las tarjetas comenzarán a emitirse masivamente en septiembre de 2019”. El pago con móvil está comenzando, pero al ser transacciones con ticket medio mayor, requiere autenticación fuerte. “Actualmente, el modelo de compra en Brasil es un proceso pesado para el usuario, el establecimiento y el emisor, y el mercado está trabajando para entregar no solo el protocolo 3DS 2.0 sino formas de autenticación que sean seamless, como los token de larga vida para cada establecimiento”, comparte Carlos Alberto Moreira de Elo. Sobre los Pays, Oscar Pettezzoni, Director Ejecutivo de Merchant de Visa Latin America and Caribbean explica que Samsung pay llegó a Brasil para los JJOO de 2014 y se observa que “los pagos contactless se están iniciando con el teléfono, no con la tarjeta, que no están preparadas aún, como sí lo están los POS”. Esto ha llevado a que los emisores prioricen la virtualización de sus tarjetas de pago en el teléfono alojadas en las wallets. “La clave es crear el ecosistema de aceptación, y después el emisor”, concluye Oscar Pettezzoni.

“Los códigos QR ya se ven en Rappi (Rappi pay) y Mercado Pago; incluso Cielo, que acepta todas las banderas, tiene una solución para QR dinámicos -CieloGO- aunque no se observa un patrón con QR, posiblemente porque el uso de la tarjeta está muy extendido”, constata Carlos Alberto Moreira de Elo. “La clave de los códigos QR es contar con una gran base de usuarios, y una gran base de comercios, de modo que no sea necesario hacer el intercambio, como en China”. Dicho esto, Eduardo Prota de N26 también percibe que “en Brasil no terminan de acostumbrarse al contactless por una cuestión cultural y de hábitos, demostrando ser un reto en el país” y añade que “con pagos inmediatos P2P será más fácil y barato para el comercio, ya que el problema del pago con tarjeta lo sufre fundamentalmente el comercio por las elevadas tasas de descuento y los tiempos de liquidación largos”, añade. “Una solución sería que hubiera un nuevo adquirente, interoperable, una pasarela para códigos QR que active pagos inmediatos”, concluye. En este sentido, Mercado Pago está creando una red de aceptación de códigos QR en Brasil.

En República Dominicana “el cambio hacía contactless ha sido paulatino: de los 25 bancos emisores, alrededor de 5 ya tienen tarjetas contactless, y los adquirentes están sustituyendo el parque de POS”, confirma Ángel González del BCRD. Sobre QR, saben que algunas entidades reguladas están desarrollando pruebas para entrar con el servicio.

En Chile, cuenta Nicolás Jaramillo de Global66, “está el camino de pago móvil a través de las redes, si bien se han desarrollado mucho las redes on-us con QR, donde están Rappi, Mercado Pago y MACH”. “Las redes on-us hay que montarlas, pero la tecnología es muy barata, mientras que en las redes que ya existen hay que trabajar con las marcas y los dueños de los equipos, cosa que no es fácil”.

Falabella en Chile está explorando el QR, pero quieren antes llegar a tener una tarjeta digital. “Para tener QR requieres tener una infraestructura en las tiendas, que no es fácil de obtener. La presencia física hace que este tipo de cambios de hardware sean muy costosos”, señala Juan Vega de Falabella.

Chile disfruta de una fuerte penetración del contactless, tal como describe Patricio Sandoval de Mastercard: “Más del 50% de las transacciones de crédito son contactless no presencial, con el débito en tendencia similar, lo que permitirá una interacción NFC con wallets muy buena”, wallets de las que Santander ya ha lanzado la suya propia, “habiendo la SBIF flexibilizado el uso del PIN en débito”, anuncia José López Molina, Jefe DPTI Sistemas Producto Santander Chile.

Santander Chile adquirió una fintech para lanzar SuperDigital -wallet orientada a no bancarizados y millenials- con enrolamiento de cuentas digitales en línea. Las tarjetas pueden ser físicas (sin CVV) o virtuales (abierta a ecommerce) y los pagos de servicios y transferencias se ordenan a través de la agenda de contactos, y las notificaciones por Whatsapp. “Santander es pionero en tarjeta prepago física”, afirma José López de Santander Chile, matizando que MACH de BCI lo fue en la modalidad de prepago virtual. El Grupo Santander tiene previsto extender Superdigital a Argentina y Uruguay.

Explica José López que todos los emisores querrán ofrecer los Pays cuando se incorporen al mercado chileno (el primero, Google Pay, ya lo ofrece BCI a sus clientes), ingreso que ha sido complicado durante mucho tiempo por el modelo de adquirencia de tres partes. “Santander tuvo la oportunidad de traer Apple Pay a Chile a través de Mastercard, pero al no llegar a un acuerdo Apple Pay se fue a Brasil”. Anuncia que buscan ofrecerlo en esta fase para liberar la billetera a sus clientes con iPhone, que representan el 50%.

En México, la estrategia contactless de la ABM comenzó en 2016, pero sin gran impulso: “No teníamos cómo identificar en el sistema de qué dispositivo provenían las transacciones, y hoy ya estamos liberando esta información para el emisor, además de trabajando en tokenización”, informa Lourdes Herrera, Coordinadora del Comité de Tarjetas de la Asociación de Bancos de México (ABM).

El QR, según Felipe Vásquez, Gerente general de Pagos Digitales Peruanos (PDP), administradora de BIM, “está de moda y es ya conocido por la gente, si bien no como un activador de pago sino como medio de identificación (entradas de cine, billetes de avión)”. En Perú se está discutiendo cuál es el mecanismo que va a funcionar mejor entre el QR estático y dinámico, y añade que “en otros países emergentes es el estático del comercio el más habitual, porque depende mucho de los dispositivos que pueden leer”. Sin embargo, considera que más allá de los QR, “la biometría va a tomar protagonismo como activador del pago; en Perú, el Registro de identidad está trabajando en este repositorio de información biométrica”.

Ricardo Kanna, COO de BANBIF explica que los emisores están arrancando la emisión contactless y las marcas van a lanzar una campaña de comunicación en el segundo semestre de 2019.

## Libra y criptomonedas

Facebook sacudió el panorama financiero al presentar el pasado mes de junio Libra (□), su nuevo proyecto de criptomoneda digital y global, respaldada por una cesta de activos subyacentes y construida sobre la base de la tecnología blockchain. La reacción de las autoridades al anuncio del proyecto no se hizo esperar, mostrando preocupación sobre su eventual efecto sobre las políticas monetarias y la concentración de poder de mercado en un reducido número de empresas. De hecho, en julio, Facebook anunció la paralización del proyecto hasta resolver las dudas regulatorias y obtener las licencias pertinentes.

Libra podría enmarcarse en la categoría de stablecoins, criptomonedas respaldadas por un colateral (activos financieros, oro, etc.), diseñadas para minimizar su volatilidad, contando como respaldo con la Reserva

“Se ha abierto un debate genuino y sincero sobre la factibilidad de una criptomoneda de curso legal con expectativas de convertirse en divisa global”.

**Paloma Real**  
Mastercard

Libra, que acumularía activos reales, estables y de buena reputación, como depósitos bancarios y bonos soberanos con baja inflación y bajo riesgo de impago. El proyecto contempla(ba) que Libra esté gestionada por un consorcio de grandes multinacionales agrupadas bajo la Asociación Libra (organismo independiente y sin ánimo de lucro, con sede en Ginebra, administrador de la Reserva Libra), entre las que se encontrarían los 28 miembros fundadores (Visa, Mastercard, Paypal, eBay, Lyft, Stripe, Uber o Spotify, entre otras)<sup>7</sup> y el resto de los 100 miembros a los que el proyecto tenía previsto incorporar antes de 2020, únicos autorizados a ejercer de nodos validadores de las transacciones. El patrimonio de la Reserva Libra provendría de las inversiones de los socios y de los propios usuarios de la criptodivisa al intercambiar sus monedas por Libra.

Mastercard, uno de los socios fundadores de la iniciativa cree que “se ha abierto un debate genuino y sincero sobre la factibilidad de una criptomoneda de curso legal con expectativas de convertirse en divisa global. La gobernanza del proyecto es un condicionante esencial para su eventual desarrollo”, comparte Paloma Real de Mastercard.

El anuncio, a pesar de haber interrumpido (¿temporalmente?) su continuidad, ha removido el ecosistema por ser la primera gran tecnológica en hacerlo abiertamente, y por la seguridad de que se sucederán, a partir de ahora, anuncios en este sentido de otras grandes corporaciones (analógicas o digitales) que buscan crear medios de pago tokenizados para sus ecosistemas. Un elemento adicional de abrumación.

<sup>7</sup> Algunos de los fundadores anunciaron paulativamente su retirada del proyecto en el mes de octubre de 2019, el primero de ellos Paypal, al que pronto siguieron Visa, Mastercard, eBay, Stripe y Mercado Pago, entre otros.

## Panorama de los medios de pago en Europa

La Comunicación publicada por la Comisión Europea en diciembre de 2018 “Towards a stronger international role of the euro”<sup>6</sup> emite un mensaje rotundo sobre la gobernabilidad de los sistemas de pagos y el interés de que se refuercen en Europa los pagos instantáneos desde cuentas. Ello, para disminuir la dependencia de los esquemas internacionales de tarjetas y la influencia de los nuevos ecosistemas asiáticos, en consonancia con otros elementos transversales con impronta europea como la universalización de los servicios básicos (entre los que se encuentran los pagos desde 2014) y la protección de la privacidad y de los datos.

Desde otras geografías incluida EE.UU. están observando con interés lo que ocurre en Europa tanto con PSD2 como con pagos instantáneos, y en algunas jurisdicciones han adoptado la literalidad de PSD2. “Es algo de lo que enorgullecerse en Europa porque por primera vez estamos en la vanguardia de la innovación”, ilustra Javier Santamaría, Chairman del European Payments Council (EPC).

La agenda de 2019 ha estado centrada en la culminación del proceso de implementación de PSD2, con el mes de septiembre como fecha límite original para el establecimiento de SCA y la apertura de las API de los ASPSP a los TPP. Como reflexión global, incluso antes de la implementación total de PSD2, Anna Puigoriol de Banc Sabadell se pregunta si la normativa lleva a donde quería llevar, si va a garantizar que los TPP puedan ofrecer bien sus servicios.

En esta fase de tránsito entre PSD y PSD2, ya se ha iniciado el debate sobre dos aspectos de fondo: en primer lugar, sobre la necesidad de ir más allá de la “P” de pagos (Open Banking); en segundo lugar, sobre la extensión del modelo de datos abiertos a otras industrias no financieras (Open Data) tales como utilities y telecomunicaciones, por citar dos ejemplos. No obstante, “antes de Open Banking hay que cerrar bien la implementación de PSD2, todo el funcionamiento de API, que haya consenso sobre la información que debe fluir en el marco de PSD2 y, una vez esto esté cerrado, se podrá ir hablando de Open Banking en sentido más

amplio”, sugiere Carlos Sanz de Banco de España. Dicho esto, ya se están creando task forces en el ámbito del European Retail Payments Board (ERPB) para abordar Open Banking y para evaluar la eventual necesidad de contar con un SEPA API Access Schemes.

### A las puertas del Open Banking... ¿o no?

Uno de los motivos de abrir estas páginas a Reino Unido es precisamente contar con una visión experimentada para contestar dicha pregunta y aprovechar las lecciones aprendidas del proceso de apertura que el país inició en enero de 2018. Jim Tomaney, COO de Renovite destaca como elemento positivo de muchas iniciativas “la colaboración y el patrocinio del gobierno en PaymentsUK, que ha generado una sensación de hagámoslo juntos”, idea que concilia muy bien con la trasladada por Rodrigo García de la Cruz de AEFI, cuando afirma que “en el mundo no anglosajón, la distancia entre el regulador y la industria es muy amplia, mientras que en el anglosajón está más cerca, favoreciendo la innovación”.

“En el mundo no anglosajón, la distancia entre el regulador y la industria es muy amplia, mientras que en el anglosajón está más cerca, favoreciendo la innovación”.

#### Rodrigo García de la Cruz

AEFI

Además de la aludida colaboración, la comunicación es un elemento clave. “Son ejemplos de buenas prácticas, en las que cabría inspirarse, las campañas televisivas para el pago contactless y las de prensa escrita sobre Faster Payments, que consiguieron calar en el mindset de las personas, experimentar con la inmediatez del pago hasta ser considerarlo hoy una commodity y modificar hábitos de pago”, constata Jim Tomaney de Renovite. “Los efectos secundarios del impulso de contactless y de los pagos inmediatos han sido muy beneficiosos para preparar a las personas al nuevo paradigma que inaugura Open Banking”, añade. El reto de la comunicación también es señalado como clave por Jamie Cooke, Director general de FSCom -compañía

<sup>6</sup> Disponible en: [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication\\_-\\_towards\\_a\\_stronger\\_international\\_role\\_of\\_the\\_euro.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication_-_towards_a_stronger_international_role_of_the_euro.pdf)

regulada de asesoramiento en cumplimiento normativo-, tanto a nivel interno –“el diálogo entre los profesionales de compliance y los desarrolladores IT no es fácil”- como externo –“la gente no entiende Open Banking, no está al tanto de las nuevas posibilidades que tienen a su alcance: la cobertura mediática ha sido de muy alto nivel y no ha sido suficiente para que los clientes descubran y entiendan”. Considera asimismo que el término Open Banking es confuso porque solo aplica a un servicio (pagos) y no a todos los servicios bancarios.

En cuanto a los avances y nuevos despliegues del Open Banking en Reino Unido Jim Tomaney de Renovite confirma que la práctica totalidad han estado centrados en soluciones de consolidación y acceso a información que, si bien han ayudado a confirmar que la conectividad funciona, no se han identificado nuevos tipos de transacciones, nuevos servicios apalancados en las facilidades que proporciona Open Banking. “Open Banking no es aún visible, pero el vehículo está preparado para comenzar a hacer realidad lo que hasta ahora ha estado solo en la imaginación”, confirma.

En la dimensión interna de los agentes de la industria, Jim Tomaney de Renovite enfatiza la necesidad de que las entidades bancarias interioricen la importancia de los servicios en la nube para afrontar el nuevo contexto competitivo, admitiendo que “si bien los retos de adoptar una nueva tecnología mientras se mantiene el negocio operativo son enormes, los beneficios de acelerar la independencia del legacy lo son más aún, por lo que los bancos tienen que tomar decisiones radicales en materia de tecnología”. Considera que las infraestructuras bancarias en las que los TPP deben confiar para monetizar sus ideas de negocio no son aún lo suficientemente flexibles.

El 14 de septiembre también ha sido hito para Reino Unido, si bien justo un mes antes de esa fecha la FCA anunció una extensión de plazo de 18 meses para la industria. Jamie Cooke de FSCom describe el proceso de adaptación en dos etapas: una primera en la que muchas empresas tardaron en iniciar el proceso de (re) autorización; una segunda protagonizada por el reto de comprender SCA y, una vez entendida, desarrollar la tecnología que la habilite de acuerdo a la normativa.

“ Los efectos secundarios del impulso del contactless y de los pagos inmediatos han sido muy beneficiosos para preparar a las personas al nuevo paradigma que inaugura Open Banking”.

**Jim Tomaney**  
Renovite

“Este reto se ha agudizado por la complejidad técnica de la norma y la falta de claridad en la interpretación de los detalles, provocando que el nivel de preparación sea relativamente bajo, esto es, que muchas empresas están sufriendo para llegar a la fecha debidamente equipadas con SCA”. Y no solo los TPP. Los nueve bancos que fueron comandados a abrir sus API en enero de 2018 (conocidos como los CMA9) también sufrieron en el proceso, algunos incluso requiriendo extensiones de plazo. “El hecho de que haya supuesto un esfuerzo tan enorme para los bancos da pistas de la dificultad que están enfrentando los TPP, que son empresas pequeñas, y que no han sido guiadas por los bancos en el proceso”, concluye Jamie Cooke de FSCom.

Uno de los efectos que se intuyen es una suerte de arbitraje regulatorio evidenciado por la gran cantidad de EDE y EP que obtienen sus licencias en países como Letonia y Eslovenia, aunque expertos como Javier Santamaría del EPC considera que puede tratarse más de un arbitraje administrativo asociado a una mayor eficiencia administrativa fruto de que “algunas Autoridades Nacionales Competentes (ANC) son más abiertas y ágiles en responder, comportamiento que no es exclusivo del sector financiero y que se observa también en otros ámbitos.”

Otro reto no superado en opinión de John Irwin, General Manager de Modulr Europe, EDE que provee API y cuentas digitales a sus clientes en Reino Unido, con aspiraciones paneuropeas y con España entre los posibles destinos candidatos, son las API. “Queremos traer el modelo Open Banking-Faster Payments a Europa”. En el mundo actual, insiste, “los ciclos de los pagos son cada día más inmediatos e implica estar conectado al sistema de Faster payments”. En relación a la Apificación, Rodrigo García de la Cruz señala que “es muy compleja; supone poner a mucha gente de acuerdo para hacer algo y seguramente se irá a una API única para una serie de servicios obligatorios”. Enfatiza, asimismo, que los modelos de colaboración abierta, de integración de innovación externa, serán los predominantes a largo plazo.

“Los ciclos de los pagos son cada día más inmediatos e implica estar conectado al sistema de Faster payments”.

#### **John Irwin**

General Manager de Modulr Europe

De lo que no cabe duda es de que nos encontramos en una transición, en medio de un proceso continuo y gradual que se intensificará, ya sí, a partir de 2020 y que “supondrá problemas para el que no sepa, no pueda o no quiera anticipar los cambios de futuro, para quien infravalore el largo plazo y sobrevalore el corto plazo”, concluye Rodrigo García de la Cruz de AEFI.

“Se ha diseñado PSD2 para dar un acceso más seguro, regulado y abierto a los datos de los clientes que a pesar de no estar aún implantada, ya se ve que no es suficiente”.

#### **Anna Puigoriol**

Banc Sabadell

#### **Autenticación reforzada**

“A pesar de que la banca ha realizado grandes inversiones para habilitar los canales API, todo el mundo prevé ya que PSD2 no va a sustituir el screen scraping a partir de septiembre de 2019, porque el canal se ha quedado corto”, sentencia Anna Puigoriol de Banc Sabadell, y añade que “se ha diseñado PSD2 para dar un acceso más seguro, regulado y abierto a los datos de los clientes que a pesar de no estar aún implantada, ya se ve que no es suficiente”.

Desde las ANC como la española, no se concibe cambio de fecha de implementación. “La ley está en vigor, pero al constatarse que la industria -emisores, adquirentes, comercios, consumidores y usuarios- no está suficientemente preparada, la EBA ha sugerido optar por mantener un diálogo con la industria y adoptar una aplicación flexible de la SCA en comercio electrónico”, comparte Carlos Sanz de Banco de España. El 11 de septiembre el Banco de España emitió una comunicación anunciando una revisión de los planes de migración que presenten los proveedores de servicios de pago de acuerdo con la flexibilidad condicionada que contempla la EBA.

La dificultad de llegar debidamente preparado a septiembre aplica también a Reino Unido, donde “ningún banco ha comunicado aún a sus clientes -en agosto de 2019- el nuevo método de autenticación de aplicación a partir de septiembre, y el comercio tampoco está preparado” según Jim Tomaney de Renovite.

Paloma Real de Mastercard España confirma que, de acuerdo con la última opinión de la EBA, la fecha sí habrá de mantenerse para comercio físico, no así para ecommerce: “Existen todavía aspectos de comunicación que hay que tratar de cara al consumidor final, que es uno de los más afectados, el que menos conoce, a pesar de que los bancos han priorizado PSD2 al máximo”. Además, considera que, si bien “los comercios grandes están más preparados porque reciben más información de sus bancos, la pequeña empresa y pequeño comercio están expuestos a una vorágine de cambio muy fuerte, con gran impacto para ellos, de los que no son suficientemente conscientes y que son clave para acertar con una solución que cumpla la normativa pero que no deteriore la UX”. Carlos Mier de Bankia considera una preocupación que los clientes y comercios entiendan bien los sistemas de autenticación que están preparando los bancos.

Por su parte, Javier Santamaría del EPC achaca el retraso a la lentitud en la definición de reglas -a la fecha de la conversación en julio, la EBA tenía aún pendiente un buen número de preguntas sin contestar- así como en su adopción y, en definitiva, a que “sigue habiendo cosas que no están absolutamente claras y a que no ha habido tiempo suficiente para hacer pruebas. En definitiva: los tiempos han sido exigentes y no ha habido suficiente claridad en muchos de los puntos”. Un ejemplo de dicha falta de claridad la ilustra Amelia I. Angulo de Bankia cuando explica que las especificaciones de las marcas para el pago con tarjeta -el estándar 3D Secure 2.2- con el que pueden viajar 130 datos adicionales y dar cabida a las excepciones al 2FA, no estarán listas hasta el primer trimestre de 2020, motivo por el cual su adopción en ecommerce no puede cumplir con la fecha límite establecida por PSD2. PSD2 tiene en este momento ese grado de incertidumbre, como explica Carlos Mier de Bankia: “En años anteriores la presión venía por la apertura a terceros -API; hoy estamos más preocupados por el efecto de SCA en la UX por la incertidumbre que impone en la fricción del pago y su efecto en el check-out en una parte del negocio (ecommerce) de alto crecimiento”.

Y es que el consumidor final, hoy ajeno a lo que se viene, puede percibir una enorme disparidad en el punto de venta: que en un comercio al pagar con su tarjeta contactless no tenga que introducir el PIN y en otro, sí se lo exija. “No solo en ecommerce, que quizá sea más fácil porque podrán contemplarse soluciones de IA y de autenticación biométrica, sino en comercio

“A nivel operativo y funcional el banco siempre estará presente, es el custodio del dinero de los clientes, pero la última milla y la UX asociada caen en la fintech, con la responsabilidad que ello exige”.

**Jacobo Miralles**  
BNEXT

físico, lo que puede provocar recelo de los clientes ante eventuales declinaciones de operaciones y un riesgo de retorno al uso del efectivo”, alerta Paloma Real de Mastercard. “En los pagos, las normas tienen que estar claras, estandarizadas y funcionar bien. La gestión de las expectativas, saber lo que va a pasar, es muy importante”, matiza.

“La última parte de la interacción del pago con el usuario es fundamental” según Jacobo Miralles de BNEXT, poniendo como ejemplo a ApplePay que, siendo un producto cuyos costes asumen los bancos emisores ya que han de compartir la tasa de intercambio con Apple, el rédito de la experiencia de pago lo capitaliza Apple. “Es un ejemplo que debemos entender las fintech: a nivel operativo y funcional el banco siempre estará presente, es el custodio del dinero de los clientes, pero la última milla y la UX asociada caen en la fintech, con la responsabilidad que ello exige”.

La biometría se postula como una tecnología óptima para operativizar el segundo elemento seguro en el futuro, pero todavía hay varios desafíos que sortear, tal como reconoce Paloma Real de Mastercard cuando afirma, por ejemplo, que hay muchos clientes que no disponen de dispositivos inteligentes. “Es posible que ante este reto haya dos tiempos para que clientes con y sin dispositivos inteligentes con biometría, se familiaricen”.

Anna Puigoriol de Banc Sabadell señala otro riesgo importante, “que falle la operativa, teniendo en cuenta que PSD2 no es de ámbito doméstico sino pan-europeo, y que una parte importante de la operativa es cross-border”, en alusión a la adopción de planes país autorizados por la EBA para dar cumplimiento a la norma una vez superada la fecha del 14 de septiembre (pospuesta a diciembre de 2020).

## Awareness y top of mind

¿Están los usuarios al tanto? Es lo que todo el mundo se pregunta, reconociendo que hace falta educación, formación y enseñanza de las nuevas formas para llegar a una masa crítica suficiente en la adopción. “La normativa y las exenciones son tan complejas que explicar a los usuarios con claridad y sencillez va a ser muy complicado, probablemente lo más difícil de toda la directiva”, reconoce Paloma Real de Mastercard. “Es muy complicado hacer comunicaciones de este tipo”, añade.

Otro elemento reconocido como esencial, tal como lo expresa Javier Santamaría del EPC, es que “la adopción requiere, como condición necesaria y previa a la educación y proactividad en la venta, que la experiencia de pago demuestre ser mejor, no igual o peor que lo que ya tenemos, y que aporte valor más allá del simple gesto del pago, que en sí mismo pierde relevancia”.

“La normativa y las exenciones son tan complejas que explicar a los usuarios con claridad y sencillez va a ser muy complicado, probablemente lo más difícil de toda la directiva”.

**Paloma Real**  
Mastercard

Rodrigo García de la Cruz de AEFI alude a la trampa del cliente: “En temas de innovación, la gente no sabe lo que quiere porque no lo conoce, y en España hace falta mucha educación financiera y educación digital”. Considera que el mundo fintech viene a romper esos espacios de desconocimiento, a generar transparencia en las decisiones aprovechando que tiene más grados de libertad que los bancos, por inercias, reputación o stoppers internos. En este sentido también se pronuncia Francisco Sierra de N26 España: “Los clientes son conscientes de los productos cuando comienzan a usarlos, y han estado históricamente muy vinculados a un solo proveedor con quien realizaban cualquier operación financiera (medios de pago, ahorro, préstamo, hipoteca, seguros, nómina, etc.). Ahora los clientes tienen la opción de probar algo, gratis, sin compromiso, sin condiciones, sin vinculación, para aprender, eligiendo en función de cada tipo de necesidad, lo que es maravilloso”.

“Los clientes son conscientes de los productos cuando comienzan a usarlos, y han estado históricamente muy vinculados a un solo proveedor con quien realizaban cualquier operación financiera”.

**Francisco Sierra**  
N26 España

La confianza y la transparencia son atributos esenciales que todos los agentes reconocen como elementales para animar la adopción y atraer a clientes con nuevas propuestas de valor, atributos que las fintech asocian al concepto de simplicidad, como expone Jacobo Miralles de BNEXT: “Hacer las cosas simples y que el usuario se sienta inteligente, comunicando cosas complejas de forma sencilla y pasando de un enfoque lucky to be a client a un enfoque user centric”.

Y en este punto, es necesario hablar del dinero en efectivo, que sigue siendo el rey a pesar de que las transacciones de pago electrónicas crecen a dos dígitos (tarjetas y transferencias inmediatas). “El efectivo se sigue usando con independencia de la eficiencia de los pagos por los factores culturales que aún imperan en países como España y Alemania que ejercen una resistencia aún importante, haciendo difícil romper con hábitos arraigados en ausencia de señales claras de las autoridades”, explica Javier Santamaría de EPC. Un ejemplo de esta ausencia de señales es la eliminación del párrafo que recogía el anteproyecto de transposición de PSD2 y que se no se mantuvo en el texto final, que establecía la obligación para comerciantes y profesionales de ofrecer a los consumidores la elección al menos un medio de pago alternativo al efectivo para transacciones de pago superiores a los 30 euros.

Se observa por tanto que el efectivo sigue siendo el medio de pago generalmente preferido por defecto en un contexto regulatorio, como el español, donde la propia regulación de los trabajadores autónomos (tributación por módulos) asume tácitamente la existencia de economía sumergida. “La obtención de dinero en efectivo depende de canales bancarios como los ATM y las sucursales, pero cada vez hay menos sucursales y empleados, tendencia que no se va a revertir”, afirma Rodrigo García de la Cruz de AEFI, días antes de que BBVA anunciara la interrupción indefinida de la recepción y entrega de efectivo en sus oficinas. Otras motivaciones están asociadas a la privacidad, como señala Amelia I. Angulo de Bankia: “Hay gente que prefiere el uso del efectivo por preservar el anonimato y la privacidad, más aún fuera de ámbitos urbanos”. O al simple ejercicio de la libertad de elección, como constata Carlos Mier de Bankia.

No obstante, no hay transacción de pago que no pueda hacerse a través de canales digitales (banca online, banca móvil), en ATM o POS. “La creciente variedad y conveniencia de medios de pago alternativos al efectivo hará que la gente vaya dejando poco a poco el cash; será un trasvase natural a menos que haya un impulso regulatorio”, afirma Amelia I. Angulo de Bankia añadiendo que “la gente se preocupa por la seguridad por lo que es muy importante, para animar la adopción, dar a conocer que todo está cubierto y respaldado, que existe un reglamento de reclamaciones y disputas que permite reclamar y recuperar los fondos en caso de fraude; incluso Bizum cuenta con un reglamento de disputas y reclamaciones”.

Juan Gabriel Rodríguez Ampudia de BBVA explica el reto de la adopción, el awareness y la consecución del ansiado top of mind desde una perspectiva más holística, iniciada en la pasada edición de este Informe cuando aludía a la responsabilidad de la industria de contribuir a la inclusión financiera e inclusión fiscal yendo un paso más allá: “Debemos hablar de un sistema plenamente inclusivo para todas las personas, que favorezca la autonomía personal teniendo en cuenta su diversidad (funcional, intelectual). Este es el siguiente paso que debemos dar: la ergonomía de las soluciones, la asesoría y la UX debe evolucionar para ser 100% accesibles, tanto en el mundo digital como en el físico”.

“La obtención de dinero en efectivo depende de canales bancarios como los ATM y las sucursales, pero cada vez hay menos sucursales y empleados, tendencia que no se va a revertir”.

---

**Rodrigo García de la Cruz**  
AEFI

## Servicios de iniciación de pagos

Conforme se acercaba el 14 de septiembre se evidenciaba que la probabilidad de ocurrencia de un big bang en servicios de iniciación de pagos es tendente a cero. En esta nueva etapa los agregadores de información han estado bastante generalizados, no así los iniciadores de pago, menos conocidos en España que en otros países como Alemania (Sofort) y Suecia (Trustly), TPP promotores de la incorporación de los PIS en PSD2 y de la recientemente constituida European TPP Association (ETPPA) que ejerce como representante del sector en la mesa del ERPB.

Jamie Cooke de FSCom, que asesora a EP y EDE en el proceso de interpretar la normativa PSD2 y Open Banking y guiar en el desarrollo de la tecnología necesaria para su cumplimiento, considera que en Reino Unido no hay una comprensión clara del servicio de iniciación de pagos, que sí es ampliamente utilizado en países como Alemania, Suecia y Holanda y que “el reto se encuentra en cambiar las dinámicas de pago, del pago con tarjeta al pago desde cuenta, sin contar con la protección sobre contra cargos que contemplan las tarjetas, por lo que se verá un aumento en el fraude por este motivo”. En este sentido se pronuncia Paloma Real de Mastercard, cuando afirma que “no es fácil ofrecer servicios de pagos con las garantías que las marcas han dedicado 50 años en perfeccionar, con una red de pagos interoperables y con reglas claras y reconocidas a nivel mundial y una propuesta de valor difícil de replicar”.

Javier Santamaría del EPC considera que a partir de septiembre veremos que las entidades que no requieren ser TPP porque ya tienen licencia (bancos) iniciarán estas actividades con las maneras de los nuevos agentes (bancos haciendo algo que antes no hacían), pero no veremos muchos nuevos agentes porque los nichos ya están cubiertos y la regulación lo que hace es regular y vigilar una actividad que ya existía pre-PSD2, con screen scraping. “Ya había un ecosistema de TPP que no creo que vaya a eclosionar, pero sí hay otros jugadores - grandes merchants tipo Carrefour, IKEA- que ya contaban con una faceta y experiencia como EP que les motivará a ejercer de PISP para eliminar intermediarios y costes asociados al pago con tarjeta, y explotar la relación directa con el cliente”. En palabras de Javier Santamaría, “veremos un nuevo disfraz de los jugadores de toda la vida más que la entrada de nuevos jugadores”.

Juan Gabriel Ampudia de BBVA confirma esta postura: “Todos los bancos están haciendo algo al respecto, si bien es muy incipiente y un tema desconocido”. Asimismo, considera que “PSD2 puede retrasar el surgimiento de soluciones potentes de PISP porque todo el mundo está prestando hoy más atención al pago con tarjeta, pero en los próximos años veremos un panorama interesante, con muchas fintech y soluciones novedosas con diferentes marcas que pertenecen a los propios bancos”.

Dicho esto, “la iniciación de pagos es una incertidumbre”, como bien describe Carlos Mier de Bankia, que anuncia que es un servicio que van a ofrecer a partir del primer semestre de 2020 con la expectativa de ver cómo se comporta, ya que va a competir con un medio de pago (tarjeta) muy establecido y con mecanismos de pagos automatizados desde cuenta para suscripciones y otros pagos recurrentes.

“La iniciación de pagos es una incertidumbre”.

**Carlos Mier**  
Bankia

A la fecha, tal como relata Juan Gabriel Rodríguez de BBVA, “el ecosistema PSD2 está hoy un poco huérfano de reglas que sean aceptadas por comercio y emisor y que sean conocidas por el usuario final: no hay modelos de negocio, reglas de contra cargos, infraestructura y reglas de juego integradas”. Que el cliente sea consciente de a qué tercero está permitiendo acceso a información de sus cuentas, que los PISP actúen de acuerdo a la normativa y que las reglas de los PISP sean tan confiables y robustas como las de la adquirencia en la aceptación / afiliación de comercios son condiciones necesarias para la adopción y para que no se produzcan problemas con PISP que vayan en detrimento del desarrollo del sector. “Colocar las credenciales de pago dentro de estas nuevas infraestructuras de pago no será fácil, y tardará bastante tiempo en permear y escalar en Europa”, anticipa Juan Gabriel Rodríguez de BBVA.

Affirm, Klarna y otras compañías ofrecen ya financiación en el POS con pagos desde cuenta, lo que permite diseñar productos parecidos a la financiación con tarjeta de crédito, sin utilizar estos esquemas, que por otro lado cuentan con infraestructuras y reglas muy seguras y solventes. Otra dificultad es recrear la afiliación de comercios adheridos y de clientes equipados con el medio de pago.

#### **Oportunidades para las tarjetas de pago: Card on file, financiación de consumo y loyalty**

Según el Banco Central Europeo (BCE), en 10 de los 13 principales mercados los pagos con tarjeta crecen más que cualquier otro medio de pago electrónico, desplazando a domiciliaciones y transferencias bancarias, aunque con amplio margen de crecimiento en muchos de ellos, como en España. David Hernández de Visa nos traslada el siguiente mensaje: “¿Qué hace falta para que las tarjetas continúen desplazando domiciliaciones y transferencias? La respuesta es card on file, la domiciliación de pagos recurrentes en la propia tarjeta”.

Con PSD2, las transacciones de pago iniciadas por el comercio (PISP) están exentas de SCA en algunos casos tras la primera transacción (ver exenciones: pagos recurrentes, listas blancas). En los esquemas de tarjeta, sin embargo, se está habilitando la tokenización de card on file, lo que implica, de cara al cliente, que la credencial

de pago o token es única para el comercio o proveedor del servicio contratado, reduciendo el riesgo de fraude y facilitando el reemplazamiento en el caso que este se produzca. Para el comercio, por su parte, el PAN permite domiciliaciones globales más fáciles y rápidas que el IBAN, al menos aún hoy. La mayor comprensión del PAN frente al IBAN junto con los avances en la tokenización puede convertirse en una dificultad nueva para los esquemas domésticos de tarjetas, habida cuenta del crecimiento de los pagos transfronterizos en ecommerce, como los que subyacen, por ejemplo, a prácticamente la totalidad de los servicios digitales que contratan los consumidores (Netflix, Spotify, Uber, Apple y Android stores, entre muchos otros).

Observando el split de tarjeta de débito y de crédito en países europeos, el predominio es el débito y sigue abriéndose el gap motivado por diferentes factores: (i) restricciones a la concesión de crédito y al funcionamiento de la modalidad revolving; (ii) preferencia por la sensación de control del gasto entre los consumidores; y (iii) el surgimiento de mecanismos más convenientes y rápidos de préstamo como las soluciones de pago en cuotas de Paypal en España (en asociación con Aplázame de Wizink) o la de Amazon Paga en cuatro, con financiación de COFIDIS. “Están surgiendo alternativas de tomar financiación en países donde no hay consolidado un modelo de préstamo en POS basado en la tarjeta (pago en cuotas sin intereses)”. De hecho, “Visa está desarrollando soluciones de pago aplazado en el punto de venta combinando los estándares de ISO y API, con soluciones para tiendas, adquirentes y emisores”, anuncia David Hernández de Visa.

Sobre las tarjetas de crédito revolving, Amelia I. Angulo de Bankia explica que la calidad de la comercialización de este producto, que requiere explicaciones claras y sencillas de su funcionamiento, es muy importante. “Los productos más complejos hay que explicarlos bien y acompañar la comercialización al perfil del cliente, sin letra pequeña, más aún en un ambiente tan competitivo en el que la confianza del cliente es clave”.

Sobre los programas de loyalty, si bien existe interés, no hay mucha claridad sobre los economics de la tarjeta (propuesta de valor, quién lo financia -comercio, emisor, esquema). Se observa cierta revitalización de productos

premium, pero los emisores siguen sin tener claro cuáles son los beneficios y atributos que interesan a los clientes y que les compense por pagar una cuota de emisión. Los seguros ultra personalizados a las circunstancias temporales, incluso momentáneas, del titular son una de estas propuestas que ya se observan en el mercado.

Para los consumidores que viajan y que aprecian la sensación de control sobre el gasto y sobre los costes de las transacciones, un segmento en crecimiento, existe un gran espacio en el acceso a divisa sin coste, comparte David Hernández de Visa: “Visa está desarrollando una solución para que las entidades puedan habilitar la liquidación en distintas monedas, un producto por el que las entidades han mostrado interés”.

Las tarjetas prepago han sido el producto estrella de los neobancos, asociadas a una cuenta digital de dinero electrónico, aunque algunos expertos consideren baja su utilidad frente a alternativas más completas como la tarjeta de débito o de crédito. Amelia I. Angulo de Bankia considera que “no es la opción más cómoda para el cliente para los pagos recurrentes ya que exige estar pendiente del saldo cargado en la misma; incluso para los casos de uso más habituales - compra en ecommerce - en el que el cliente las utiliza por sensación de seguridad, se debe conocer que el resto de tarjetas cuentan también con toda la protección de la normativa de reclamaciones y disputas”. Carlos Mier de Bankia, por su parte, explica que innovar en un mercado maduro como el de las tarjetas de pago es un reto, a pesar de lo cual Bankia ha lanzado nuevas funcionalidades: “La tarjeta DUPLA es como tener dos tarjetas en una sola; es una tarjeta de débito que ofrece la funcionalidad de aplazar el pago a fin de mes, a 3, 6, o 10 meses en el momento del pago siempre que se utilice con chip, no en la modalidad contactless”.

Para finalizar, David Hernández de Visa expone las grandes tendencias en 2019 están centradas en la tokenización en todos los casos de uso -incluido card on file- y la verificación digital de la identidad en la apertura de cuentas que permite la emisión instantánea, uno de los pilares del éxito de la oferta de las fintech junto con usabilidad (diseñadas para el móvil, no adaptadas al móvil) y la fortaleza de unos cuantos atributos.

## Sandbox

Los beneficios del campo de pruebas vigilado se han evidenciado en Reino Unido, país pionero en adoptar este enfoque de regulación – supervisión de innovaciones financieras. Jamie Cooke de FSCOM apunta que “un gran beneficio del sandbox es que cualquier empresa puede entablar un diálogo con el regulador, algo que tradicionalmente no era habitual entre las entidades del sector financiero; otro es que mejora el conocimiento y capacidad de interpretación de la innovación y las tecnologías complejas por parte de supervisores, como ha demostrado la Financial Conducts Authority (FCA)”. Añade Jamie Cooke que “la participación en el sandbox hace más probable conseguir una autorización o licencia, la apertura de una cuenta bancaria, o recibir autorización para participar de forma directa en la ACH”. Echa en falta, no obstante, poder contar con un esquema pan-europeo para adaptar las aún diversas idiosincrasias de las múltiples jurisdicciones en el entorno SEPA, donde se encuentran aún requisitos y enfoques diferentes que juegan en contra de la armonización.

“El proyecto de sandbox debería ser más “te ayudo a hacer” que “te dejo hacer”, como ocurre en Reino Unido”.

**Jacobo Miralles**  
BNEXT

“El planteamiento del sandbox en España está bien, es muy avanzado a nivel internacional; el problema es ponerlo en marcha y que se lleve a cabo, como ocurre con PSD2”, afirma Jacobo Miralles de BNEXT, quien añade que “el proyecto de sandbox debería ser más “te ayudo a hacer” que “te dejo hacer”, como ocurre en Reino Unido”. La AEFI considera que es la herramienta ideal para poder desarrollar innovación conjunta entre la industria y el regulador en un contexto en que si bien la gran mayoría de fintech que existen se encuentran en uno de dos espacios (actividad regulada y que requiere licencia, como los pagos; actividad que no requiere regulación financiera, p.e. desarrollo de tecnología para analítica de datos), hay una serie de modelos de negocio innovadores, genuinamente nuevos que es preciso regular y supervisar con nuevas reglas, tiempos, perfiles y herramientas.

“El regulador ha asumido casi todas las propuestas de la industria”, explica Rodrigo García de AEFI: “El sandbox español será abierto a que pueda incorporarse cualquier compañía con sede en Europa, contará con equipos técnicos muy preparados en el supervisor, lo que agilizará el proceso y podrá ser un espejo donde mirarse muchos países de Latinoamérica”. En esto mismo coincide Paloma Real de Mastercard, añadiendo que será importante que se permita su uso de manera ambiciosa, ya que “en otras geografías hemos visto que, si se limita demasiado el número de aplicaciones, el tipo de entidad, el número de clientes que pueden participar, etc., los resultados son pobres”.

## Panorama de los medios de pago en América Latina

Latinoamérica ha superado un año de dinamismo trepidante en lo que a medios de pago se refiere. Si el año pasado México recibía buena parte de la atención por su innovadora y precursora Ley de Tecnologías Financieras, el presente año comparte protagonismo con otros países de la región en los que se han sucedido innovaciones muy significativas, impulsadas por la presión competitiva que proveedores digitales han evidenciado con rotundidad.

El manido reto de la extensión del acceso tanto por la vía del equipamiento de los comercios y trabajadores independientes (aceptación) como de los particulares, muchos de ellos no bancarizados o sub bancarizados, se encuentra en vías, ahora sí constatadas, de solución en gran medida gracias a la digitalización. No en vano, como apunta Sebastián Ortiz de TPaga, “la inclusión financiera digital es el concepto que maneja el G20 porque lo digital elimina la barrera de los costos y de las distancias”. Eduardo Prota, country manager de N26 en Brasil, expone que “la atención a los no bancarizados se ha intentado en numerosas ocasiones desde distintos enfoques (microcrédito, cuenta de ahorro básicas, transferencias públicas condicionadas) sin éxito. Hoy, muchos agentes digitales están haciendo crecer el ecosistema y el mercado por la vía de los pagos”. El sentir en la región es que los sistemas y ecosistemas de pago se va a transformar bastante en los próximos años.

Las autoridades y los proveedores digitales han encontrado en la inclusión financiera y digital el revulsivo para el establecimiento de un diálogo abierto y constructivo que transforme los sistemas financieros locales y den respuesta y soluciones de pago a las mayorías. Mayorías que no son uniformes sino diversas, como bien describe Carlos Alberto Moreira Jr de ELO Brasil: “Los sistemas financieros se han retrasado en reconocer la diversidad de nuestros países, han sido muy conservadores y esta falta de visión está hoy pasando factura”, porque los nuevos agentes ya ocupan cuotas crecientes de mercado, y en algunos casos con crecimientos exponenciales sabiendo aprovechar los amplios espacios no atendidos por las entidades bancarias y los proveedores de servicios de pago de su órbita, control o propiedad. “Mis competidores no son los bancos, ni es Visa ni Mastercard, sino mis propios gaps, resultantes de la segmentación y unbundling de la cadena de valor de los pagos; los gaps que vamos dejando los están ocupando las fintech, gaps que poco a poco se convierten en brechas de negocio muy grandes”, ilustra Carlos Alberto Moreira Jr. de ELO. “No se pueden dejar gaps porque hoy sí se ocupan”.

“No se pueden dejar gaps porque hoy sí se ocupan”.

**Carlos Alberto Moreira Jr**  
ELO Brasil

El BACEN aprobó el Sandbox en junio de 2019, denominado “Laboratorio de Finanzas”, y se une de este modo a México (Modelo Novedoso) y Colombia (Espacio InnovaSFC) que concibieron sus sandboxes, con características descritas más adelante, en 2018. Está en debate el modelo Open Banking, que según Carlos Alberto Moreira Jr. de Elo “va a ser más divertido que en Europa porque la concentración bancaria en Brasil es mayor”, y vaticina que “los bancos van a invertir en muchas empresas y se abrirá una guerra en un mercado que hoy es caótico”. Las nuevas figuras autorizadas por el BACEN son, además de las instituciones de pago (IP) -que a pesar de estar reguladas desde 2010, solo ha sido a partir de la emisión de las Circulares 3885, 3886 y 3887 de marzo de 2018 que facilitaban el proceso de autorización, cuando han ingresado nuevos agentes en modalidad EDE-, las sociedades de crédito directo (SCD) y las sociedades de préstamo entre personas (SEP), instituciones financieras reguladas por la Resolución

“Los sistemas financieros se han retrasado en reconocer la diversidad de nuestros países, han sido muy conservadores y esta falta de visión está hoy pasando factura”.

**Carlos Alberto Moreira Jr**  
ELO Brasil

4.656 de 26 de abril de 2018, especializadas en la prestación o intermediación de préstamos por medio de plataformas electrónicas.

La concentración aludida está siendo evaluada -en el ámbito de los sistemas de tarjetas- por las autoridades de competencia tanto de Perú (Indecopi) como de México (Cofece), siguiendo la estela de Argentina (CNDC) y Brasil (Cade) en 2016, lo que presumiblemente resultará en algún anuncio de modificación regulatoria en los próximos meses.

En la región están emergiendo nuevos emisores, en su mayoría fintech, con los que las marcas alcanzan acuerdos para incorporarlas en la cadena de valor y con quienes generan aprendizajes mutuos, tal como comparte Oscar Pettezzoni de Visa Latin America and Caribbean: “Visa ha alcanzado un acuerdo regional con Rappi para la emisión de medios de pago”.

Desde la perspectiva de la Asociación de Bancos de México (ABM), los grandes temas que ocupan la atención del sector en 2019 y 2020 son el nuevo mecanismo de cobro digital de Banxico (CoDi), 2FA, pago contactless y cumplimiento normativo, tal como expone Lourdes Herrera de la ABM. Desde la perspectiva de la CNBV, “el reto pendiente en 2019 son las autorizaciones fintech (que por el artículo octavo transitorio de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnologías Financieras, todas las Instituciones Fondos de Pagos Electrónicos, -IFPE y las de Financiamiento Colectivo, crowdfunding- que ya se encontraban operando antes de la emisión de la referida Ley, deben presentar su solicitud de certificación autorización antes del 25 de septiembre); los cambios pendientes a la regulación que está solicitando el mercado y revisar las consideraciones que se están teniendo de manera global respecto a las bigtech”, explica Mary Pily Loo de CNBV.

“Perú ha tenido un avance sustancial en el último año, dejando gradualmente de ser un mercado anclado en los años 90 en lo que se refiere a su infraestructura de sistemas de pago”, describe Juan Gabriel Rodríguez de BBVA. “El salto tecnológico, cultural y de mindset de los participantes del sistema ha sido muy importante: va a abrirse la adquisición de mono a multimarca; los bancos están construyendo nuevos servicios digitales para facilitar el acceso de cuentas digitales a segmentos de mercado que no estaban atendidos; y ya hay payment facilitators que han incrementado la aceptación en puntos de venta. Además, Vocalink (de Mastercard) está transformando la ACH del Banco Central a real time”. Sobre BIM, opina Juan Gabriel Rodríguez de BBVA que “fue un esfuerzo de la industria con la visión de incrementar la penetración de servicios financieros en segmentos subatendidos, pero en ese momento la tecnología, en sentido amplio, no estaba madura. Hoy, el esfuerzo de BIM va a ser sustituido por una nueva tecnología y con el propio movimiento del sistema financiero”.

## Buscando ser el top of mind de la economía popular

“Los gig economy están buscando pagos inmediatos”, constata Ricardo Kanna, COO de Banbif en Perú. Proveedores de cuentas digitales (EDE) como La Mágica y Ligo (de Tarjetas Peruanas Prepago) están ofreciendo medios de pago a conductores y riders de las plataformas de nuevos servicios de movilidad y logística, así como a trabajadores independientes o empleados de pequeñas empresas, que se caracterizan por vivir al día, en efectivo, y por necesitar medios de pagos (y cobros) rápidos. El argumento de la exclusión financiera o la dependencia del efectivo o del recurso a los pay-day-loans por los trabajadores sub bancarizados no es algo exclusivo de Latinoamérica o de países emergentes o en desarrollo: en EEUU también se está empleando este argumento para que la Reserva Federal comience a ofrecer pagos inmediatos (FedNow, anunciado su inicio para 2023 o 2024) y compita con los bancos que cuentan con infraestructura propia (The Clearing House).

“EZ Wallet, además de ser un medio de pago, tiene acceso a SPEI<sup>9</sup>, por lo que se puede ofrecer el producto a empresas para pago de nóminas, comisiones y trabajadores eventuales”, explica Alfonso Estévez de EZ Wallet. “Hemos creado un ecosistema alrededor de

## “Los gig economy están buscando pagos inmediatos”.

**Ricardo Kanna**

COO de Banbif en Perú

EZ Wallet con asistencias (fontaneros, etc.), las mismas que, por ejemplo, ofrece Banamex”, detalla. “El mercado no bancarizado, cuando intentas bancarizarlo, tanto por fiscalización como por costumbre, lo que hace es vaciar las tarjetas, de modo que para que no las vacíen y las usen debemos añadir servicios de valor añadido”. Las tarjetas prepago de EZ Wallet tienen detrás una SOFIPO, de modo que están sustentadas por un BIN de débito que habilita transferencias en SPEI.

La demografía en Latinoamérica está cambiando rápidamente y, con ella, las demandas de medios de pago de la población. “En Chile, la tasa de natalidad apenas llega a la de reposición y sin embargo está creciendo significativamente la inmigración, lo que desvela nuevas formas de consumo y de sub bancarización que se traducen en grandes oportunidades de negocio en pagos, tendencia que se replica en toda la región”, explica Nicolás Jaramillo de Global66. “Estas características no existían en la región hace apenas tres o cuatro años”.

Toño Muñiz de BCP constata que “el reto aún no resuelto por la industria es entrar a la cotidianeidad de los pagos pequeños, en un país donde los pagos en efectivo son predominantes”. “Los cambios en el ecosistema de pagos se han centrado en el segmento P2P, para el que prácticamente todos los jugadores del mercado tienen ya una billetera”. La primera (Yape), del BCP, cuenta ya con 1,1 millón de usuarios clientes de BCP y con la capacidad de leer todos los QR con estándar Visa y los propios.

## “El reto aún no resuelto por la industria es entrar a la cotidianeidad de los pagos pequeños, en un país donde los pagos en efectivo son predominantes”.

**Toño Muñiz**

BCP

<sup>9</sup> Circular 14/2017 Reglas del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI), disponible en: <https://bit.ly/2WDTkdZ>

Concluye Toño Muñiz con una lección aprendida con Yape: “La gente no tiene datos en sus smartphones, y hay diferentes categorías de smartphone. Nunca nos habíamos preguntado cuánto pesa la aplicación del banco y hoy sabemos que los clientes, si no tiene espacio, van a borrar antes la app del banco que la de Facebook, WhatsApp, sus fotos...de modo que si eres una app que pesa mucho, eres candidata a que te borren”. Los temas puramente ingenieriles (peso de la app, rapidez en apertura, etc) son importantísimos, aunque no son obvios.

La iniciativa del Banco Central de Costa Rica (BCCR) para integrar el pago contactless con tarjeta bancaria en el 100% del transporte público sigue adelante, habiendo alcanzado el acuerdo de que sea un único sistema. “El transporte público representa el 30% de las transacciones en efectivo que se realizan en el país, son micro pagos que ascienden a 600 millones de operaciones al año, vs los 400 millones que se efectúan en los puntos de venta del comercio”, explica Carlos Melegatti, del BCCR, “además que el pago en el Transporte Público presenta otras externalidades, ya que genera hábito de pago, y es una excelente estrategia para apoyar los procesos de inclusión y educación financieras”. Concluye Carlos Melegatti que “el transporte público termina siendo un motor de la inclusión financiera y de la masificación de los pagos al detalle”.

Toño Muñiz de BCP confirma esta tendencia en la búsqueda de la masificación de los pagos cotidianos: “Uno de los caballos de Troya con los que buscamos entrar es el transporte público, sobre el que ya estamos desarrollando con otros bancos y Visanet pilotos en prepago para pago en buses”. “En el transporte público ganarle al cash es todo un reto que hay que abordar antes del momento de subirse al bus. La batalla empieza el día anterior, con el reparto en la casa del efectivo entre los miembros de la familia para los gastos del día siguiente”. Con esta evidencia y el estudio del journey mapping, tratan de entender los hábitos de la gente.

Otro reto en este ámbito es el equipamiento contactless, ya que “a pesar de que toda la emisión de BCP ya es contactless, el resto de bancos no están siguiendo el ritmo y todavía queda mucho porque sin adaptar y mucha gente por equipar”. “Estamos –añade Toño Muñiz de BCP- frente al reto de encontrar el balance perfecto entre adquirencia y emisión, y en ese desequilibrio están apareciendo jugadores con prepago”.

Ricardo Kanna de Banbif explica que en el metro de Lima, cuya línea 2 se encuentra en desarrollo, se espera que pueda contar con un medio de pago abierto. “De esta forma, al entrar alguna de las marcas, la adopción digital va a subir a dos o tres millones de personas de la noche a la mañana, probablemente con algún producto de prepago”.

Brasil también está empujando la digitalización de los pagos en transporte público, y este es uno de los tres pilares de la estrategia de Visa en Brasil y en la región, tal como comparte Oscar Pettezzoni: “Crecimiento en la aceptación para vencer al principal competidor (efectivo); transformación del contexto, comenzando con transporte público con un modelo inspirado en Transport for London; y expansión de los usos de la tarjeta más allá de los casos habituales”.

## Efectivo

Oscar Pettezzoni de Visa Latin America and Caribbean considera que la aún enorme presencia del dinero en efectivo es resultado del sesgo cultural y del contexto fiscal, cuya reducción solo será posible si el ecosistema en su conjunto acuerda actuar al unísono proporcionando los incentivos adecuados para que la gente no dependa tanto de él. “En Brasil, la violencia incorpora un coste adicional al uso del cash”, añade.

Existen proveedores de servicios financieros, como las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú (CMAC), cuyo perfil de cliente (microempresarios de segmentos C y D+) vive en un mundo de efectivo. “Las CMAC prestan cash y cobran cash”, confirma Francisco Salinas Talavera, Gerente de la Federación de CMAC, que representa por ley a las once CMAC que en conjunto atienden a seis millones de clientes, y que muestran una amplia heterogeneidad en apetitos y capacidades en cuanto al uso de la tecnología. “Las más grandes hacen más uso de la tecnología; las más pequeñas son más tradicionales y analógicas y dependen de la Federación para soluciones con tecnología más avanzada, incluso para participar en BIM”, explica Francisco Salinas. Algunas disfrutan de acceso al sistema LBTR del BCRP y ninguna emite tarjetas de crédito, para lo que requieren de una autorización especial que han solicitado por medio de un proyecto de ley tras la aprobación en 2018 de la nueva Ley de Cooperativas que sí contempla la emisión de tarjetas de crédito a las más grandes. Ricardo Kanna de Banbif anticipa que tanto las CMAC como las cooperativas van a entrar con medios de pago, actividad para la que las fintech pueden ser de gran ayuda.

Una visión interesante e innovadora es la que plantea Toño Muñiz de BCP, quien ha optado por entender la preferencia del uso del efectivo desde el punto de vista de la seguridad con un resultado aparentemente contra intuitivo. “La gente prefiere llevar efectivo que una tarjeta de débito ante el riesgo de robo del medio de pago, que puede resultar en dos quebrantos adicionales: el dinero de la cuenta y la suplantación de identidad en ecommerce”. Por este motivo, afirma que es habitual que la gente bloquee por seguridad la funcionalidad de compra en ecommerce, gesto del que luego no se acuerda, y recurre al efectivo. En el mundo físico también existe espacio para innovaciones en dispositivos (llaveros, wearables que pasen desapercibidos para hacer pagos en POS, limitados a compras y no retirados en ATM, etc), “porque la gente tiene miedos genuinos. Entender a la gente nos obliga a cambiar el chip y el enfoque a los problemas de ambos mundos (offline y online) para la base de la pirámide, el long-tail”, concluye.

#### La apertura de la adquirencia se viraliza en la región

“Hay fintech que ya están atendiendo activamente a segmentos de población que los bancos no atendían. Como bancos, debemos ser constructores de mercado, aumentar la aceptación y buscar nuevas tecnologías más allá de los raíles de tarjetas porque cada nuevo punto de venta aumenta el ecosistema de pagos, crecimiento que beneficia a todas las partes”, señala Juan Gabriel Rodríguez de BBVA, quien alude a las soluciones que ahora ofrecen agregadores de pago tanto en el mundo físico como en el online. Reconoce Juan Gabriel Rodríguez que los bancos no han visto el valor del mundo online y hoy es necesario contar con una oferta de valor omnicanal.

En Argentina, desde enero de 2019, tanto Prisma Medios de Pago (antes único adquirente de Visa) y First Data (antes único adquirente de Mastercard), son adquirentes multimarca, lo que habrá de traer mayor competencia y modernización al mercado de adquirencia, si bien todavía no ha ingresado un nuevo adquirente al mercado. “El tamaño del mercado no lo hace tan atractivo como en Brasil, pero sí vendrán algunos especialistas, sobre todo para el canal ecommerce”, anticipa Santiago Benvenuto de BBVA Argentina. El hecho de que 2019 sea año electoral, con la incertidumbre política que suscita, puede estar inhibiendo nuevas inversiones en el sector en el corto plazo. Sobre los ATM y la apertura

de la competencia inaugurada regulatoriamente en 2018, todavía no se ha visto despliegue. A este respecto, Jorge Larravide de Link explica que en Argentina la ley garantiza a todas las personas que disponen de una cuenta sueldo (aquella en la que cobran su nómina, pensión o beneficios sociales) el uso gratuito de los ATM, y que los modelos de negocio basados en pago por servicio, como el previsto por Odyssey para su red de ATM Octagon, cuentan con una base pequeña de clientes potenciales.

“Entender a la gente nos obliga a cambiar el chip y el enfoque a los problemas de ambos mundos (offline y online) para la base de la pirámide, el long-tail”.

**Toño Muñiz**  
BCP

En República Dominicana hay tres grandes adquirentes (Cardnet, Servicios Digitales Popular y Visanet) a los que se han unido dos bancos, animando la competencia. Asimismo, este año el país cuenta con dos nuevas redes privadas de ATM (Cardnet y Triinet), que se unen a la red existe que interconecta a los ATM propiedad de los bancos.

Carlos Alberto Moreira describe 2019 en Brasil como el año de la guerra de los adquirentes, donde compiten adquirentes y sub-adquirentes. La apertura en Brasil a adquirentes no bancarios se inició con la reforma de 2013. Antes de esa fecha las marcas tenían exclusividad con los bancos. En el nuevo contexto, PagSeguro, Mercado Pago y Paypal, todas ellas fintech grandes y veteranas en Brasil, están enfocadas a comercios y emprendedores, y han ejercido incluso de benchmark para el BACEN cuando diseñó la regulación y las exigencias de reporting.

La historia de Mercado Pago en Brasil, tal como la describe Tulio Xavier Oliveira, Country Manager de Mercado Pago, sirve también de ejemplo para Argentina y para México. Mercado Pago, Institución de Pagamentos desde octubre de 2018, nació en 2004 como forma de facilitar pagos entre compradores y vendedores en el marketplace de Mercado Libre (su único cliente hasta 2011), recordando el origen de Paypal y eBay.

En 2011 abrió la plataforma para procesar pagos online para cualquier ecommerce o empresa fuera del marketplace que necesitara una solución de pagos online. En 2015 comenzaron la expansión al mundo físico con el lanzamiento de m-pos (Mercado Pago Point) a trabajadores independientes que necesitaban aceptar pagos, pero no querían o no podían hacerlo con la banca tradicional. También lanzaron ese año la app de Mercado Pago que después se transformó en lo que hoy es su wallet o cuenta digital. “A ese público específico le solucionamos un problema, y ya no necesita tener una cuenta bancaria porque Mercado Pago atiende todas sus necesidades”. En 2016 lanzan la solución de crédito -primero a vendedores, ahora también a compradores de la plataforma de Mercado Libre- y en 2018 pasaron a remunerar el saldo en cuenta, por lo que pasó a ser un producto de ahorro/ inversión además de pago, propuesta de valor que supera a la alternativa más popular en Brasil, PagSeguro.

José López Molina de Santander Chile confirma que “lo más disruptivo ha sido el cambio a cuatro partes, la interoperabilidad (para que pase todo por las marcas) y propiciar un entorno de multiadquirencia”. Preparados para la interoperabilidad en débito, la previsión es que los primeros POS estén listos en el último trimestre de 2019. “Queremos diferenciarnos por servicio más que por precio: al ser emisor y adquirente podemos ofrecer una oferta de valor más completa y digital, y cuidar más al comercio, ofrecer todo tipo de POS y soluciones host-to-host que nos permita diferenciarnos de un modelo de adquirencia tradicional”, anuncia José López de Santander Chile. “También queremos potenciar a nivel local la marca propia MAGNA, ofreciéndola a los retail para que localmente sea una marca de referencia más allá de Mastercard, Visa y AMEX”.

En Perú los retos se sitúan tanto en emisión como en adquirencia. “Todavía faltan POS en Perú. Las capitales están bien equipadas pero el long-tail y mid-tail están descuidados”, afirma Toño Muñiz de BCP “y es aquí donde tendrá relevancia el QR de Visa, que ayudará ampliar la adquirencia, sobre todo en el long-tail”. A pesar de que Perú es un mercado de monoadquirencia, tanto Visanet como Procesos MC han señalado que están trabajando en una futura interoperabilidad y ya en 2018 lanzaron los agregadores VendeMás (VisaNet) o IZIPay (Procesos MC) interoperables, ofreciendo m-POS con precios de venta y tasas de descuento promocionales. Krealo, unidad de negocio de Credicorp (holding al que pertenece BCP),

“Lo más disruptivo en Chile ha sido el cambio a cuatro partes, la interoperabilidad, y propiciar un entorno de multiadquirencia”.

**José López Molina**  
Santander Chile

adquirió en diciembre de 2018 Culqui, pasarela de pagos para pequeños comercios, primera inversión del grupo en una fintech peruana. Milton Vega del BCRP comparte que se viene evaluando una regulación de las transferencias de fondos utilizando códigos QR como una solución para la inclusión de los pequeños comercios a los pagos digitales.

Viendo lo que ha pasado en Chile, Argentina, Brasil y México, en Perú están valorando si pasar a un modelo de interoperabilidad o multiadquirencia, animados por la investigación que INDECOPI, la autoridad de defensa de la competencia y protección al consumidor, inició en octubre de 2018. “El tema es cuando, no si Perú debe seguir siendo monoadquirente, lo que dinamizará el mercado, mejorará la oferta de valor y vendrán más payment facilitators y/o adquirentes”, constata Toño Muñiz de BCP. En esta línea, “los QR serán relevantes por el menor coste de implementación, la velocidad, porque las billeteras y aplicativos P2P ya leen estos códigos, el hardware del usuario ya existe y solo falta el de los comercios (imprimir el código QR en una hoja)”.

Ricardo Kanna de Banbif explica el momento de confluencia en el que se encuentran al pago en el POS y el QR en el país. “El ecosistema está cambiando, y la entrada de nuevos actores está obligando a acelerar los desarrollos”. En un primer momento el primer escenario contemplado para QR estaba asociado al pago de recibos, pero finalmente “se ha priorizado la salida para pago en comercios con la intención de acelerar la adopción digital, la interoperabilidad y también la expansión de la aceptación a bajo costo, siempre con el objetivo de reducir el uso del cash y desarrollar el ecosistema para estar preparados para la entrada de nuevos competidores de talla mundial”, sostiene. “Esto ha obligando a los bancos a correr y re priorizar el QR”.

Otro tema es cambiar la experiencia de pago en los comercios, que es mala aun en supermercados grandes. “El POS debe ser client-facing; nadie debe tocar la tarjeta más que el cliente”, constata Toño Muñiz de BCP. También tienen que trabajar con el regulador para poder autenticar al cliente sin ID. “Como industria y como país debemos homologarnos en la autenticación; el regulador podría tomar una postura más activa en el tema de pagos, por ejemplo, potenciando el uso de tarjetas de crédito y débito como medios de pago y no solamente como instrumentos de crédito o una “llave” para obtener dinero de una cuenta, respectivamente”.

De acuerdo con el estudio “Pagos sin contacto en Costa Rica<sup>10</sup>”, sólo tres instituciones financieras (BAC Credomatic el principal adquirente de Costa Rica con una participación aproximada de terminales POS de un 60%, Banco Nacional y Banco Nacional de Costa Rica) representan más del 80% tanto de la emisión como de la adquirencia. “Cualquier tarjeta puede pasar por cualquier POS (son interoperables), pero los acuerdos comerciales de cada banco con los comercios son diferentes”, matiza Carlos Melegatti del BCCR.

La Comisión Federal de la Competencia Económica de México (COFECE) investiga desde octubre de 2018<sup>11</sup> posibles barreras a la competencia en el sistema de pagos con tarjeta: tarifas, cuotas y protocolos que realizan las Cámaras de Compensación (PROSA y E-Global) para procesar pagos con tarjeta. Entre tanto, México ya cuenta con una tercera cámara (Mastercard, autorizada en diciembre de 2018<sup>12</sup>).

Mary Pily Loo de CNBV explica que “existen agregadores de pagos con amplia cobertura de mercado como Mercado Pago o PayPal, e incluso algunos como Clip o Conekta han tenido rondas de inversión importantes. Algunos agregadores están explorando qué figuras financieras adicionales encajan mejor en su visión de extender el negocio (IFPE, SOFOM, SOFIPO), porque su modelo de negocio es más amplio que el que permite la regulación de IFPE. Por su parte, Rappi, que ha comprado PayTip, tiene intenciones de obtener autorización para operar como IFPE”.

“Hace falta una homogeneización en la normativa de remesas para construir una infraestructura que permita digitalizar las puntas”.

**Juan Gabriel Rodríguez**  
BBVA

### Remesas internacionales y pagos cross-border

México es la tercera economía receptora de remesas en el mundo tras India y China, la primera en Latinoamérica y el principal receptor de remesas enviadas desde EEUU. En 2018, alcanzaron los 33.470 millones de dólares, un 10.5% superior al año anterior, materializadas en 104 millones de envíos (a razón de 285.000 remesas diarias) de 322 dólares de importe promedio.

Juan Gabriel Rodríguez de BBVA sugiere que las normas que afectan a las remesas internacionales deben armonizarse porque existen silos regulatorios muy relevantes. Por ejemplo, EEUU, uno de los principales puntos de emisión de remesas, y los países receptores, tienen reglas totalmente diferentes, por lo que “hace falta una homogeneización para construir una infraestructura que permita digitalizar las puntas”. Eduardo Prota de N26 Brasil confirma este punto: “Transferwise -con quien N26 tiene una alianza global- está interesada en el mercado brasileño pero la regulación es muy compleja”.

Por su parte, Nicolás Jaramillo de Global66, fintech especializada en remesas internacionales y envíos de dinero para personas naturales y empresas con un modelo similar a Transferwise, observa una enorme oportunidad de negocio en el caso de Chile, “mercado que ha crecido mucho en los últimos tres años por la inmigración colombiana, venezolana, haitiana”. Global66 compite con el envío tradicional dominado por Ria, Western Union, Money Gram y algún otro proveedor local “siempre con una casa de cambio intermediando, según el método tradicional”. Aclara Nicolás Jaramillo que el envío de remesas no es un negocio regulado en

<sup>10</sup> AMI (2019) “Pagos sin contacto en Costa Rica: Un análisis profundo de un ecosistema contactless emergente”, disponible en <https://bit.ly/34x18Cp>

<sup>11</sup> <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/10/DOF-IEBC-005-2018-26102018.pdf>

<sup>12</sup> <http://www.banxico.org.mx/apps/autorizaciones/%7BC92E680F-F7E5-B39B-27BC-AD93EDDEFB4%7D.pdf>

Chile. “Con nuestro modelo de negocio y por el diseño del reporting, el Banco Central solo ve parte del volumen de dinero que entra y sale del país porque, por ejemplo, la ruta Perú-Chile está equilibrada. Esto es relevante por motivos macroeconómicos, ya que las remesas es una industria de exportación hoy gigantesca”.

Sebastián Ortiz de TPaga vaticina que “soluciones 100% digitales basadas en una eventual combinación de criptomonedas y Whatsapp Pay (o esquemas similares) serán un éxito en países como México, y el banco que se sume acogiendo esas cuentas de WhatsApp triunfará, mientras Western Union y MoneyGram tenderán a desaparecer”.

El modelo de Hispanocard (precursor de EZ Wallet) es el proyecto original que creó Alfonso Estévez de EZ Wallet para bancarizar a los hispanos en EEUU. “La tarjeta se otorga con dos identificaciones del país de origen (acta de nacimiento, pasaporte o DNI), sin importar el estatus migratorio en EEUU”. HispanoClub fue la siguiente empresa que, a través de una membresía y cuota mensual de unos 30 dólares, ofrece servicios (médico, dentistas, oculistas, laboratorio, descuentos, pagos de servicio) a los tenedores de las tarjetas Hispanocard en EEUU. “El propósito de EZ Wallet es unir las dos iniciativas para ofrecer envío de remesas, con el mejor tipo de cambio y una cuota fija de seis dólares, de momento mediante transferencias entre cuentas bancarias (por SPEI) pero explorando con criptomonedas, que será el siguiente paso”, explica Alfonso Estévez.

## Pagos inmediatos

Juan Gabriel Rodríguez de BBVA considera que “aunque hoy son pocos los mercados que cuentan con sistemas de pagos inmediatos, el día de mañana será un estándar en Latinoamérica que generará nuevos casos de uso y nuevos desafíos (seguridad, rentabilidad para los participantes, conveniencia)”. Oscar Pettezzoni de Visa Latin America and Caribbean concibe un futuro en el que todos seremos un marketplace, por lo que los pagos inmediatos P2P serán fundamentales.

El CEMLA publicará un estudio regional sobre innovaciones en pagos desde la perspectiva de los Bancos Centrales de América Latina y el Caribe. Algunos de los hallazgos que se presentarán en este informe

## “Una de cada cuatro innovaciones es de pagos inmediatos”.

**Raúl Morales**  
CEMLA

tienen que ver con que “una de cada cuatro innovaciones es de pagos inmediatos<sup>13</sup>, el 100% basados en el LBTR que administra el banco central con fines de alto valor que se extienden para dar servicio a los pagos minoristas, apalancándose la industria sobre ello”, describe Raúl Morales del CEMLA.

Un ejemplo singular es la iniciativa CoDi que Banxico describe como una plataforma que permite solicitar pagos, realizar operaciones de compra-venta de bienes o de pago de servicios de forma inmediata y habilitado 24/7 para pagos de hasta 8.000 pesos y sin comisiones. La operación es iniciada por el vendedor del bien o servicio a través de un mensaje de cobro representado a través de un código QR estático, QR dinámico o mensaje NFC en el caso de las ventas “de mostrador” con terminales que utilicen esta tecnología; o por vía electrónica para pagos en ecommerce o pagos recurrentes (en cuyo caso, se aprueban de manera periódica), que el comprador recibe y acepta. El resultado de la aceptación del mensaje de cobro por parte del comprador es una transferencia inmediata, inter o intra bancaria, con notificación en tiempo real. Las pruebas piloto iniciaron en julio de 2019 y la fecha límite de implementación es el 1 de octubre. Por parte de CNBV, según informa Mary Pily Loo, “estamos haciendo algunos ajustes a la regulación porque eran necesarias flexibilizaciones para el pago SPEI en la banca móvil”.

Sebastián Ortiz de TPaga explica que “STP es una compañía conectada a SPEI que vende servicios de conectividad a SPEI (gateway) a las fintech proporcionándoles una CLABE, servicio que es caro pero transparente”. CoDi contempla que algunas operaciones (generación y lectura del código, notificaciones) las puedan realizar terceros certificados de acuerdo a la normativa. En contraste con los avances en pagos inmediatos observados en México, Sebastián Ortiz de TPaga describe que la interoperabilidad en Colombia solo está contemplada en alto valor, algo que “hoy no tiene sentido”.

<sup>13</sup> Las otras tres innovaciones son QR/NFC, pasarelas de pagos /gateways y dinero electrónico.

Mary Pily Loo de CNBV desvela que casi coincidiendo en el tiempo con el anuncio de CoDi por Banxico en la Convención Bancaria (marzo 2019), dos bancos anunciaron sendos servicios de pagos por mensajería instantánea (SMS, WhatsApp, Facebook Messenger): “Santander Tap”, en colaboración con la fintech SWAP, y “Banorte Go”.

Milton Vega del BCRP señala que, por la concentración bancaria en Perú, los pagos intrabancarios pesan mucho respecto a los interbancarios; asimismo, los débitos no se han desarrollado (ni inter, ni intra), y los programas de fidelidad de las tarjetas de crédito favorecen que se pague servicios, pagos recurrentes y suscripciones con tarjeta de crédito, en lugar de hacerlo desde una cuenta. Por otro lado, se ha registrado un crecimiento significativo de las transferencias inmediatas vía la Cámara de Compensación Electrónica.

Volviendo al mercado de pagos, Milton Vega del BCRP señala que es muy interesante el enfoque que expresó el gobernador del Banco de Inglaterra en julio: “Tiene una visión holística del rol a futuro del Banco Central en pagos en un momento en el que la economía digital necesita una solución de pagos inmediatos universal, evitando soluciones close-loop”.

Milton Vega indica que se viene trabajando con la Cámara de Compensación Electrónica para que se amplie el servicio de pagos inmediatos a 24/7, lo que se implementará en el primer semestre de 2020, con la plataforma tecnológica que Vocalink pondrá a su disposición y que contará con todas las características que tiene en otros países: 24/7, directorios de alias, etc. Ante esta innovación, Ricardo Kanna de BANBIF se pregunta qué ocurrirá cuando haya controversias con los pagos P2P.

El acceso de los EDE y otras de las nuevas figuras fintech, tal como ocurre en Europa, no está resuelto ni es homogéneo en toda la región. “En Perú los EDE no tienen permitido el acceso a la cámara de compensación”, apunta Alberto Castillo de La Mágica y Ligo. Sí está reconocido el acceso en México y Brasil.

Brasil ha sido testigo en 2019 de numerosas iniciativas P2P (de momento, intrabancarias) antes de que el Banco Central desarrolle el sistema que ha propuesto para estar operativo en 2020. Carlos Alberto Moreira de ELO describe la de Itaú (ITI): “Con un 40% del mercado de emisión y adquisición de tarjetas, ha lanzado su

“ El gobernador del Bank of England tiene una visión holística del rol a futuro del Banco Central en pagos en un momento en el que la economía digital necesita una solución de pagos inmediatos universal, evitando soluciones close-loop”.

**Milton Vega**  
BCRP

aplicativo para P2P para atender a aquellas personas que no podían permitírselo, por sus menores costes”. Facebook quiere testar P2P con WhatsApp antes de concluir 2019 utilizando la infraestructura de mercado (los raíles de las banderas), de un modo que recuerda al modelo de India. “Telegram tiene un problema en Brasil por revelación de conversaciones y por guardar mensajes en servidores”, aclara Carlos Alberto Moreira.

En Argentina, las nuevas funcionalidades del sistema de pagos para débitos inmediatos (DEBIN) o créditos inmediatos (CREDIN) no han registrado gran escala. No obstante, la creación por el BCRA de un nuevo medio de pago (PEI - Pago Electrónico Inmediato) es considerada por Jorge Larravide de Link un “cambio en las reglas de juego de la industria de los medios de pago en Argentina, en la medida en que los comercios que aceptan pago con tarjeta han de esperar 2-3 días para recibir los fondos en su cuenta -y más días si es tarjeta de crédito-, mientras que con PEI la acreditación es inmediata”. Esta diferencia temporal, en un contexto de elevada inflación como el argentino en la actualidad, es muy relevante para el comercio.

En República Dominicana, comparte Yilmery Rosario del BCRD, actualmente cuentan con tres modalidades para transferencias: fast-payments a través de la plataforma del BCRD (servicio de 7am a 11pm 365 días con un máximo regulatorio de 15 minutos que en la práctica es de 3-4 minutos y única que admite transferencias en dólares); ACH (créditos y débitos diferidos, con 2 horarios de corte); y T-Pago pagos móviles, también en tiempo real.

Nicolás Jaramillo de Global66 explica que en Chile “todas las transferencias en línea son instantáneas y gratuitas por ley, pero los bancos han establecidos límites (cinco millones de pesos, unos 6.000 dólares por seguridad y acuerdos de industria. Por ese motivo, “el cheque está aún muy presente, sobre todo en el segmento B2B”. En relación a los débitos, explica que los bancos ofrecen dos servicios -pago automático de cuenta (PAC) y pago automático de tarjeta (PAT)- “que no funcionan bien por problemas técnicos y provoca que las personas desconfíen y terminen pagando sus cuentas en Servipag u otros puntos, en modalidad push”.

Carlos Melegatti del BCCR anuncia que en 2019 terminarán el proceso de estandarización de las cuentas reemplazando la actual numeración por el IBAN (22 posiciones) “para que el estándar nacional de cuentas de Costa Rica sea como el internacional y estar cerca de los estándares europeos, ya que el sistema nacional de pagos (instantáneos) opera en colones, dólares y euros”. Considera que la estandarización de cuentas es un gran esfuerzo que permite a los países crear sistemas muy eficientes. Anuncia que la reforma del Reglamento del Sistema de Pagos de 2018 contempló la posibilidad de que las fintech pudieran acceder al SINPE (de momento solo han ingresado dos, con la figura de remesadoras) y actualmente se encuentran analizando los riesgos inherentes a este tipo de organizaciones los cuales podrían potencialmente impactar el Sistema Nacional de Pagos.

Por su parte, “Visa desarrolló Visa Direct, la solución de pagos en tiempo real de la empresa, la cual permite que ahora los fondos se depositan o se envían directamente a la cuenta, lo cual habilita pagos rápidos, seguros y sin fricción en tiempo real entre personas y/o empresas a través de cualquier dispositivo, en cualquier lugar del mundo”, comparte Oscar Pettezzoni de Visa Latin America.

## Ecommerce

Aunque el ecommerce es fundamentalmente un canal para las tarjetas de pago, ya se ha constatado en anteriores secciones que hoy compiten con otros medios de pago nativos digitales inspirados en el modelo WeChat y Alipay de China (por ejemplo, Mercado Pago, o incluso CoDi). Sin embargo, en países como Perú, que por la intensidad del problema sirve de ejemplo para el

“Abrir el débito al ecommerce ha sido empuje del mercado, facilitado por la aparición de herramientas para dar seguimiento al riesgo”.

### Ricardo Kanna

Banbif

conjunto de la región, la característica del ecommerce es que el efectivo sigue siendo el medio de pago preferido. En palabras de Milton Vega del BCRP, “la desconfianza es el tema más complejo del ecommerce en Perú”.

Toño Muñiz de BCP explica que en materia de seguridad ecommerce en Perú hay dos grandes problemas: un físico y otro de pago. “No están claras las reglas ante entregas no realizadas (primer problema, que con Amazon no ocurre) y ante consumos no reconocidos (segundo problema). “Los jugadores retail no están cuidando la experiencia de producto, entrega y pago, y la gente no sabe si es culpa del retailer o del banco, incertidumbre que junto a las malas experiencias del reclamo y los contra cargos, frenan mucho al ecommerce”. En medio de estos dos problemas aparece el pago contra entrega, “lo más letal para el negocio, pero una buena solución para el cliente que suple una necesidad que no han sabido solucionar los retailers y los bancos”. En contraste, Toño Muñiz de BCP comparte que las transacciones in-app (Netflix, Spotify, y Uber, taxis, etc.) sí funcionan muy bien.

Ricardo Kanna de Banbif confirma que el débito estaba cerrado al ecommerce porque no eran transacciones cotidianas de los clientes, pero debido al cambio en los hábitos de consumo de los clientes se ha abierto en 2019, “como el resto de bancos, tomando las debidas precauciones y empujados por satisfacer los nuevos hábitos de consumo de los clientes en su día a día como son los servicios de aplicativos”. “Abrir el débito ha sido empuje del mercado, facilitado por la aparición de herramientas para dar seguimiento al riesgo”, concluye.

### 3. La visión del sector

El débito en Brasil sigue cerrado al ecommerce salvo con algunos grandes retailers (Uber, Netflix) con los que cada emisor-bandera-comercio alcanza acuerdos bilaterales para asumir el fraude. “No es un acuerdo de industria global, no es una lista blanca, pero casi”, explica Carlos Alberto Moreira de ELO. En relación a la bandera doméstica del Brasil, “en el mundo existen más de 30 banderas domésticas como ELO, que han nacido en los últimos años y que están estableciendo acuerdos bilaterales entre ellas”, explica Carlos Alberto Moreira. La bandera Elo era un sistema cerrado en sus inicios, emitida por los tres bancos más grandes de Brasil y alcanzó una gran cuota de mercado. Con el despegue del ecommerce, que en gran parte son compras internacionales y con los millenials como usuarios intensivos, la cuota de mercado global ha caído. Además, no es una tarjeta high-class.

Oscar Pettezzoni de Visa explica que el crecimiento del uso de la tarjeta no presente es muy notable y que Cybersource, plataforma de Visa, ofrece nuevas funcionalidades para pasarelas de pago y comercios online. Explica que Brasil es un país en que el cliente está acostumbrado a utilizar más la tarjeta de crédito que la de débito por el recurso a la financiación y al pago en cuotas sin intereses, pero el equipamiento de crédito no está generalizado como el de débito, cuyo uso tratarán de impulsar una vez esté habilitado el protocolo 3D Secure y el estándar PCI para contra cargos en operaciones de débito en ecommerce.

La novedad en República Dominicana en relación con las tarjetas de pago con el objetivo de dinamizar el ecommerce ha sido la prohibición a los adquirentes, vigente desde junio de 2019, de permitir la opción de procesamiento con planchado (adresógrafo o “bacaladera”), lo que obligaba a presentar siempre la tarjeta física para confirmar el pago de algunas ventas de ecommerce. Los adquirentes modificaron sus contratos con los comercios afiliados para eliminar esta opción.

En Chile, de acuerdo al Informe anual de la Comisión de los Mercados Financieros (CMF, antes SBIF<sup>14</sup>), la industria de tarjetas se ha caracterizado por una alta concentración en dos emisores de un total de diez:

Promotora CMR Falabella S.A. (60%) y Servicios y Administración de Créditos Comerciales Líder S.A. (19%). “Falabella está en cinco países de la región, en tres de ellos como banco”, explica Juan Vega Aguilera de Falabella.

Américo Becerra de Banco Ripley constata que “el retail está perdiendo ventas de forma preocupante”, análisis que comparte y amplía Juan Vega Aguilera de Falabella: “Los competidores, o las amenazas, son los marketplace globales / regionales de venta por internet, como Amazon y Mercado Libre, lo que nos conduce a apalancar la oferta con una gama completa tanto en online como en tiendas físicas”. “Si bien en ecommerce las ventas suben, en presencial están flat”, concluye.

El Banxico emitió en octubre de 2018 dos circulares (reglas de 2FA para tarjetas de crédito y de débito) para transacciones de tarjeta presente y no presente<sup>15</sup>, que aumentan la protección a los usuarios y equiparan las reglas para crédito y débito, declara Jorge Garizurieta, PMO del Programa de Impulso a los Medios de Pago. Electrónico. Lourdes Herrera de la ABM explica que “Banxico no exige ninguna herramienta específica de autenticación (es agnóstico) y, a diferencia de otros países donde las marcas (Visa y Mastercard) establecen las reglas, en México las establecen los participantes de la red de medios de pago”, participantes que desde diciembre de 2018 acogen una tercera cámara de compensación, de Mastercard, aún no operativa.

Con estos antecedentes, el mercado local está construyendo un elemento seguro adicional que permita al emisor autenticar al cliente cumpliendo con la nueva normativa. No ocurre lo mismo con las reglas PCI, detalla Lourdes Herrera de ABM: “Antes teníamos una versión mexicana, pero desde 2018 CNBV obliga a usar PCI, el estándar internacional, y aunque el proceso fue complejo y caro para los comercios, ya están certificados al 99%, y entienden que les ayuda a ofrecer mejores servicios y a reducir el fraude”. Destaca Lourdes Herrera el espíritu de colaboración generado entre la autoridad y el sector privado en la toma de acciones contundentes para mejorar la seguridad en el pago con tarjeta presente y no

<sup>14</sup> Comisión de Mercados Financieros desde mayo de 2019 según dicta la Ley N°21130

<sup>15</sup> CIRCULAR 14/2018 dirigida a las Instituciones de Crédito y la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero, relativa a las Modificaciones a la Circular 3/2012 (Protección Tarjetas de Débito) que modifica la Circular 3/2012, disponible en: <https://bit.ly/2PIX4JG>

presente. Espíritu que Mary Pily Loo de CNBV corrobora: “Con la ABM estamos trabajando más allá de tarjetas, en la prevención del robo de identidad (regulación que entra en vigor en marzo de 2020) con validaciones de huella dactilar con el Instituto Nacional Electoral (INE), regulación que también incluye a los bancos digitales al establecer controles para la apertura de cuentas y la contratación de créditos de manera no presencial”.

## Dinero electrónico

Son numerosos y muy variados los modelos de negocio en torno al dinero electrónico. Desde un enfoque B2B adoptado inicialmente por La Mágica y Ligo en Perú o EZ Wallet / Hispanocard en México y ambos avanzando en el B2C; hasta los neobancos de prácticamente todas las geografías que inician sus operaciones con una tarjeta prepagada, encontramos dinero electrónico en todas partes, menos en las estadísticas públicas de las autoridades domésticas e internacionales.

El usuario medio de estas propuestas es una persona no bancarizada o sub bancarizada (con acceso a una cuenta bancaria que no utiliza, generalmente por conveniencia o precio), que necesita un medio de pago para comprar en ecommerce o para recibir o transferir dinero P2P o P2B. También empresas, como EasyTaxi (de Cabify) y Glovo, que ya pagan a sus drivers y riders, respectivamente, a través de una cuenta digital de La Mágica, a modo de payroll. Otro ejemplo es Visanet y Procesos MC que, con sus agregadores VendaMás e IziPay, ofrecen a vendedores informales aceptar pagos con tarjeta con un m-pos sin necesidad de abrir una cuenta bancaria, solo con una cuenta digital, como las provistas por La Mágica.

Alfonso Estévez de EZ Wallet declara que “mi mercado es el de las operaciones que se hacen en efectivo, y el reto que hay que romper con los clientes es el tabú de que sea un tema para fiscalizar”.

La billetera móvil y solución de industria BIM, nombre comercial del Acuerdo de Pago de Dinero Electrónico administrado por Pagos Digitales Peruanos (PDP), continúa el crecimiento de sus operaciones, con 600.000 cuentas activas al cierre de 2018 animadas por la expansión de los puntos de cash-in y cash-out a través de la red de agentes de BCP y BBVA y ATM de BBVA y Banco de la Nación; la conexión de las cuentas de depósito y las cuentas de dinero electrónico de BCP, BBVA e Interbank para realizar cash-in (unidireccional);

“Mi mercado es el de las operaciones que se hacen en efectivo, y el reto que hay que romper con los clientes es el tabú de que sea un tema para fiscalizar”.

### Alfonso Estévez

EZ Wallet

así como la ampliación de los casos de uso como (i) el desembolso y la recuperación de créditos solidarios otorgados por entidades microfinancieras, (ii) el pago de operadores y utilities; además de (iii) la incorporación de Facebook Messenger como un canal de registro, activación y pagos. “Cuando el producto se lanzó en 2016 operaba con mensajes USSD; a inicios de 2018 lanzamos la app para smartphone cuando constatamos la evolución del parque de teléfonos inteligentes, lo que ha mejorado la UX y nos ha dotado de mayor independencia para la implementación de adecuaciones que antes teníamos que pedir a los operadores de telefonía”, explica Felipe Vasquez de PDP, quien añade “que la aplicación no consuma datos de los clientes es clave”. Un cambio relevante que amplía los casos de uso es la próxima conexión a la red de adquirencia Procesos MC para facilitar la compra en comercio con las cuentas BIM. “Esto cambia nuestra postura desde un perfil bajo y silencioso a uno más activo: solo con la alianza con la red de POS ya vamos a iniciar marketing con pegatinas en los comercios”.

Va a iniciar en 2020 la labor de convencer a entidades, empresas y Estado de la importancia de digitalizar el dinero en origen, “que fondeen este ecosistema para que el dinero ya llegue en formato digital a los usuarios”, ofreciendo los resultados de una experiencia piloto desarrollada en el norte del país, con asalariados que ya están recibiendo sus ingresos quincenales de este modo. Uno de los aprendizajes que comparte Felipe Vásquez de PDP es que “en realidades como las de Perú, que ya tienen infraestructura desplegado (ATM, POS, corresponsables), hay que aprovechar lo que hay y pensar en alternativas para aquellos lugares donde no existe la infraestructura”.

Milton Vega de BCRP cree que el problema de BIM fue el lento desarrollo de la infraestructura de cash-in y cash-out y que ha tomado tiempo encontrar casos de uso, como el desembolso y cobro de prestamos solidarios en áreas alejadas del país. Por otro lado, la banca viene desarrollando sus billeteras, primero en el ámbito intrabancario, enmascarando las cuentas con un número de celular (alias), facilitando la operatividad a sus usuarios. Sobre estas billeteras reconoce que “el verdadero reto es que sean interoperables”.

## “Estamos en la fase caótica del prepago”.

**Carlos Alberto Moreira**  
Elo

“Estamos en la fase caótica del prepago”, anuncia Carlos Alberto Moreira de Elo. “Todo el mundo hace prepago, incluso para empresarios, siguiendo la estela de PagSeguro, Mercado Pago y Paypal”, en alusión a la oferta de neobancos como Nubank que operan bajo la figura de Institución de Pagamentos, de las que a cierre de 2018 el BACEN contabiliza un total de diez a las que se une Paypal desde mayo de 2019 en modalidad EDE. Tulio Olivera de Mercado Pago Brasil admite que “el usuario no percibe la diferencia entre dinero electrónico o dinero fiduciario, no diferencia entre una cuenta bancaria o una cuenta de pago, solo tiene que saber que el sistema es seguro”.

Quizá el caso de Argentina en relación al dinero electrónico es el más “osado”, vista su dimensión en ausencia de regulación del concepto. En abril de 2019, el BCRA (Comunicación A 6668) obliga a los bancos a que acepten que los comercios vinculen su código QR a una cuenta en una billetera virtual (a través de una CVU), no solo a una cuenta bancaria (CBU). El enfoque laissez-faire que las autoridades inauguraron en Argentina en su relación con las fintech parece estar llegando a su fin, aunque todavía no se habla de una ley fintech o similar. “Van a comenzar a regular al mundo fintech, sobre todo por motivaciones tributarias para eliminar la asimetría que hoy hace más conveniente recaudar a través de un agregador (empresa no bancaria) que a través de un banco por temas de retención impositiva.” Aunque no hay datos oficiales sobre el volumen de cuentas virtuales, se presume que algunas empresas como Mercado Pago o Ualá han alcanzado una dimensión y cuota de mercado significativos.

## “Se presume que los nuevos operadores de cuentas digitales han contribuido a mejorar los niveles de formalidad”.

**Santiago Benvenuto**  
BBVA

Junto con mayores exigencias de reporting a los nuevos agentes proveedores de servicios de pago, otra cuestión pendiente de análisis es el efecto de la innovación regulatoria y tecnológica sobre la informalidad de la economía. “Se presume que los nuevos operadores de cuentas digitales han contribuido a mejorar los niveles de formalidad, pero también se ha producido una migración de comercios que antes aceptaban tarjetas a través de la adquierecia regular (POS), y ahora cobran a través de un dispositivo conectado al móvil (mpos) o QR facilitado por empresas fintech, que disfrutaban de menos retenciones y de mayor acceso a financiación alternativa” apunta Santiago Benvenuto de BBVA.

“La interoperabilidad entre CBU y CVU es la gran innovación en la que se está trabajando, incluyendo casos de uso como el cobro de los salarios en estas cuentas virtuales, que tendría sentido”, funcionalidades que comienzan a observarse también en otros mercados de la región como Brasil con las cuentas salario. “No es menor lo que han hecho con las cuentas virtuales”, enfatiza Santiago Benvenuto de BBVA, “además, van a canibalizar transacciones de tarjeta de débito que antes se utilizaban para fondear (cash in) cuentas virtuales, pagar servicios y compras”.

## “La interoperabilidad entre CBU y CVU es la gran innovación en Argentina”.

**Santiago Benvenuto**  
BBVA

“Lo que hizo BCRA con las cuentas virtuales y la regulación del estándar del código QR fue abrir el entorno bancario, que era bastante rígido, a estos nuevos players fintech que antes no se podían fundear directamente de una cuenta bancaria. Ahora lo pueden hacer a través de transferencias inmediatas”, confirma Santiago Benvenuto de BBVA en Argentina. “Ha sido un único player –el más grande de Argentina y en camino de ser el más grande a nivel regional- el que ha tenido la capacidad de viralizar el tema del QR en la región”.

En Chile, los hitos relevantes en 2018 y 2019 fueron las autorizaciones –primera de las dos necesarias para operar- de los primeros emisores de Tarjetas de Pago con Provisión de Fondos: Multicaja Prepago S.A., Los Andes Tarjetas de Prepago S.A. y Sociedad Emisora de Tarjetas Los Héroes S.A. Nicolás Jaramillo de Global66 recuerda la historia de este proceso regulatorio que se ha extendido más de un lustro: “Con la anterior ley (que solo permitía emitir prepago a los bancos) ninguna entidad emitió prepago, solo Scotiabank hizo un intento que no prosperó. Luego llegó MACH (de BCI) con una lógica distinta pero el prepago seguía sin avanzar. La promulgación de la ley de prepago no bancario comenzó a abrir el apetito de MetroSantiago, Cajas de compensación, retailers, telcos, etc, pero a día de hoy, no hay todavía ningún prepago no bancario en el mercado, aunque sí tres empresas trabajando para emitir: Caja los Héroes, Caja los Andes, y Multicaja”. El primer emisor de prepago en el país fue por tanto BCI (MACH tarjeta virtual) a quien en 2019 se ha unido Superdigital de Santander (virtual y física), cuya entrega está prevista que se pueda realizar en el Work Café (innovación de Santander Chile).

El prepago en Chile tiene sentido para atender a los sub bancarizados. “En Chile no hay no bancarizados porque la cuenta RUT de Banco Estado es de acceso universal, pero es un producto pobre” describe Nicolás Jaramillo, “ya que no permite acceder al ecommerce, motivo por el cual el propio Banco Estado está preparando la emisión de una tarjeta de débito Visa, de aceptación internacional”. Juan Vega Aguilera de Falabella considera que “en Chile no ha prendido la tarjeta prepago, como tampoco lo hizo la de débito cuando salió; lo hizo en el segundo intento, ya a principios de los 2000”. La opción que considera interesante para Chile es para reducir la presencia del cheque, aún muy utilizado por cultura y por la seguridad que ofrece por las sanciones impuestas ante la falta de fondos.

## “Se están creando ecosistemas en el ámbito del transporte”.

**Edwin Zácipa**  
Colombia Fintech

En Colombia por fin inicia la batalla de las billeteras digitales, con las primeras SEDPE ya en el mercado: Movii, Powi y Tecnipagos (actualmente en el Sandbox, como otras dos adicionales). “Estas (SEDPE), son las vigiladas, pero hay otras no vigiladas como RappiPay, TPaga, Mercado Libre (y su billetera Pronto) que también están muy fuertes”, describe Edwin Zácipa de Colombia Fintech. “Se están creando ecosistemas en el ámbito del transporte, e incluso Uber y Cabify están viendo cómo ofrecen una billetera digital a sus conductores”.

La historia de TPaga merece unas líneas. Sus creadores fundaron previamente (2012) la app de movilidad Tappsi, vendida a la brasileña EasyTaxi, ya disponible en nueve países y 170 ciudades de Latinoamérica, que fue comprada posteriormente por Cabify (que ha integrado también patinetes / scooters Movo). En Colombia, TPaga lanzó el producto de billetera digital para conductores y taxistas no bancarizados, pero la regulación SEDPE (licencia de payments' bank, no de EDE como en México) motivó explorar México tras la promulgación de la Ley Fintech. Bajo el octavo transitorio de la Ley, TPaga adquirió una IFPE a través de la cual opera en México. Vieron que en el resto del mundo donde los pagos digitales ya habían avanzado en el segmento informal se utilizan QR estáticos, de modo que decidieron lanzar su propuesta enfocada a este mercado. Trabajando en la idea, Banxico publicó en diciembre de 2018 el borrador de CoDi, lo que “fue una constatación de que nuestra idea no era tan loca”, señala Sebastián Ortiz. Lanzaron una app para que el público bancarizado (consumidores) alojara sus tarjetas tokenizadas y pudieran pagar en comercios informales, subbancarizados. A la fecha de elaboración de este Informe “TPaga se encuentra en proceso de convertirse en IFPE y conseguir licencia de emisor de dinero electrónico para poder participar en SPEI, que es donde está CoDi”. Sebastián Ortiz lo tiene claro: “Estoy convencido de que el primer lugar de Latinoamérica donde el dinero electrónico va a triunfar es México”.

Hemos visto que son variados los sabores del dinero electrónico en la región, e indudable su crecimiento, a pesar de no contar con estadísticas oficiales que corroboren esta segunda afirmación. Raúl Morales del CEMLA categoriza los países de la región en función de su concepción del dinero electrónico: “Muchos países pequeños -sobre todo caribeños- han optado por soluciones de e-money asociadas a esquemas de tarjetas prepagadas o monederos electrónicos con una tarjeta detrás, fundamentalmente P2P, sin contar necesariamente con una entidad emisora. Otros apenas están empezando a visualizar el efecto de la regulación de e-money, una vez resueltas cuestiones de protección al consumidor. En otros países se han establecido requisitos para que empresas ajenas a la industria de los pagos incursionen con un mínimo de seguridad para los usuarios”. Comparte asimismo que la evaluación de las autoridades es bastante heterogénea a nivel regional, y que no se encuentra un patrón establecido.

“El reporting del dinero electrónico no se va a resolver pronto”.

**Raúl Morales**

CEMLA

Desde la perspectiva del supervisor, el reporting (la ausencia de, más bien) del dinero electrónico sigue siendo una preocupación “El reporting no se va a resolver pronto”, vaticina Raúl Morales del CEMLA. De hecho, tal como informa Mary Pily Loo de CNBV, “la regulación no obliga a las IFPE a reportar el detalle de las transacciones”.

### Inicio del Open Banking en Latinoamérica

México contempla Open Banking en su Ley Fintech, si bien aplica al sector financiero en su totalidad: “Es en realidad un enfoque de Open Finance”, matiza Mary Pily Loo de CNBV, “aunque en esta primera etapa la apertura se exigirá solo a nivel informativo para datos abiertos (aquellos que no incluyen información sensible y no requieren el consentimiento del cliente) y no para nivel datos transaccionales, como ya opera en Europa”. La información que ha de abrirse será de tres tipos: datos abiertos sobre productos, sucursales o ATM; datos agregados o estadísticos relacionados con operaciones realizadas por o a través de entidades financieras; y datos transaccionales referentes al comportamiento

“México contempla Open Banking en su Ley Fintech, si bien es en realidad un enfoque de Open Finance”.

**Mary Pily Loo**

CNBV

financiero de los clientes de las entidades, en este caso, solo con la autorización expresa del cliente. El plazo para la emisión de las reglamentaciones secundarias que habiliten el Open Banking en México (entre ellas, las API) vence en marzo de 2020.

El Directorio del BCRA resolvió formalizar la Mesa de Innovación Financiera a inicios de 2019 como un espacio de diálogo entre agentes organizados en grupos de trabajo que desvelan los retos del futuro inmediato de los pagos en el país: estrategias de abordaje a Open Banking y Sistema de Identidad Digital (SID) del ReNaPer para la firma electrónica; medios e infraestructuras de pagos; soluciones blockchain; tecnologías y sistemas transversales y canales alternativos de crédito y ahorro; interoperabilidad entre billeteras electrónicas (CVU) y cuentas bancarias (CBU); mejora funcional y de usabilidad del Débito Inmediato (DEBIN); estandarización de pagos con QR; interacción entre clientes y entidades financieras a través de intercambios ágiles de credenciales (OpenAuthorization); y onboarding digital. Desde Link, Jorge Alfredo Larravide afirma estar “ilusionados con el amplio campo que abre Open Banking, paradigma para el que nos estamos preparando y contamos con una plataforma de API utilizada por banca, retailers y desarrolladores”. Con este objetivo, Link participa activamente en la aceleradora de startups de Bankia “Insomnia” y mantiene líneas de colaboración con CECABANK (España).

“El Open Banking se viene estudiando y estamos evaluando las experiencias en otras regiones a nivel de regulación y de buenas prácticas”.

**Milton Vega**

BCRP

El BACEN anunció en abril de 2019 el Comunicado N° 33.455, que divulga los requisitos fundamentales para la implementación en Brasil del Sistema Financiero Abierto (Open Banking), aplicable a instituciones financieras, instituciones de pagos y demás autorizadas contemplando, como mínimo, los siguientes datos, productos o servicios: (i) productos y servicios ofrecidos por las instituciones; datos de contacto de los clientes; datos transaccionales de los clientes (cuentas de depósito, operaciones de crédito y otros contratados); y servicios de pago (iniciación de pagos, transferencias de fondos, pagos de bienes y servicios). El Comunitario anuncia la publicación de las reglamentaciones para consulta en el segundo semestre de 2019 y la expectativa de iniciar el segundo de 2020.

En Colombia, la URF está analizando Open Banking con apoyo del Banco Mundial, junto a la búsqueda de un estándar de interoperabilidad en el sistema financiero.

En Costa Rica, Chile, República Dominicana y Perú no hay un debate abierto en torno a Open Banking. Milton Vega del BCRP define la situación de este modo: "El tema se viene estudiando y estamos evaluando las experiencias en otras regiones a nivel de regulación y de buenas prácticas".

En relación a los campos de pruebas o experimentación (sandbox), a todas luces necesarios para acompañar los procesos de innovación financiera desde una perspectiva regulatoria y supervisora, se han producido avances en algunos de los países de la región. En 2018 la Superintendencia Financiera de Colombia anunció el lanzamiento del sandbox de supervisión, que ya se encuentra en producción. "Hay cinco entidades en modo de pruebas, tres de ellas fintech: (i) Wallet, un asesor digital del mercado de valores que permite comprar fondos de inversión colectiva desde tres dólares y que busca un onboarding simplificado, que requiere cambio regulatorio; (ii) TPaga, también para onboarding simplificado; y (iii) Tecnipagos (de Credibanco), para realizar adquisición a comercios de una manera digital", detalla Edwin Zácipa de Colombia Fintech.

“La autoridad vigilante depende del tipo de servicio explorado que se pretenda proveer”.

---

**Mary Pily Loo**  
CNBV

Mary Pily Loo de CNBV explica que el Modelo Novedoso de México contemplado en la Ley Fintech está abierto a cualquier tipo de entidad, regulada o no regulada, con la diferencia de que la entidad regulada sólo podrá solicitar excepciones a lo establecido en regulación secundaria, mientras que las no reguladas podrán solicitar excepciones a lo establecido en Ley, si bien hasta el momento no se han recibido muchas iniciativas de IFPE. Señala que "la autoridad vigilante depende del tipo de servicio explorado que se pretenda proveer (bancario, bursátil, seguros, afore, etc.) El sandbox mexicano tiene una duración prevista de dos años, con el objetivo de que los modelos de negocio lleguen con mayor grado de maduración al mercado, en caso de ser exitosos.

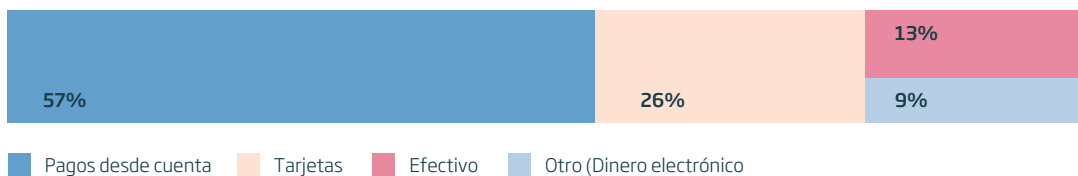
En junio de 2019 las autoridades financieras de Brasil -Ministerio de Economía, BACEN y Comisión de Valores y la Superintendencia de Seguros Privados- anunciaron sus planes de implementar un sandbox regulatorio para impulsar modelos de negocio con tokens digitales (tecnologías DLT y blockchain).

## Barómetro de tendencias de innovación en medios de pago

La presente edición da continuidad al instrumento colaborativo de medición de tendencias en innovación en medios de pago, construido a partir de las respuestas facilitadas por buena parte de los y las expertas entrevistadas a un cuestionario ad-hoc<sup>16</sup>. Permite cuantificar las valoraciones cualitativas recogidas en las secciones panorámicas previas, y arrancar una línea de base sobre la que contrastar a futuro las percepciones actuales sobre algunas de las tendencias en innovación más relevantes.

**Que los pagos inmediatos se conviertan en una forma de pago habitual en 2020 es una visión prácticamente unánime**

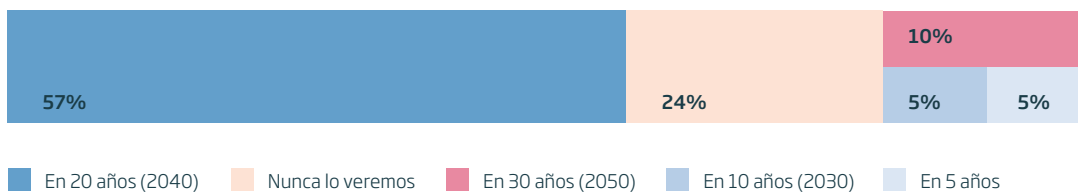
**Figura 3.1:** ¿Cuál considera que será el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario en su país en 2030? Señale la opción que considere oportuna.



Cerca de seis de cada diez considera que el medio de pago de bajo valor de uso mayoritario en 2030 serán los pagos desde cuenta (transferencias, débitos directos, domiciliaciones). Las tarjetas ocupan la segunda posición (26%, o uno de cada cuatro), permaneciendo el dinero en efectivo en tercera posición (13%), muy

cerca del dinero electrónico (9%). La alternativa de las criptomonedas no ha recibido ninguna respuesta afirmativa. Recordemos que, en la pasada edición, pagos desde cuenta y pagos con tarjeta se encontraban prácticamente en empate técnico.

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

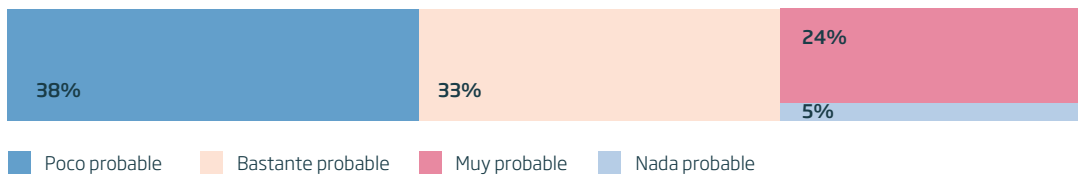


Es también mayoritaria la opinión (67%) de que la eventual desaparición del dinero en efectivo no tendrá lugar hasta dentro de al menos veinte años, e incluso uno de cada cuatro considera que nunca llegaremos a ser

testigos de esta eventualidad. Los más optimistas (10%) consideran que la desaparición del efectivo sí puede ser una realidad en los próximos diez años.

<sup>16</sup> Se han recopilado un total de 21 respuestas de los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, México, Perú, España, República Dominicana y Reino Unido.

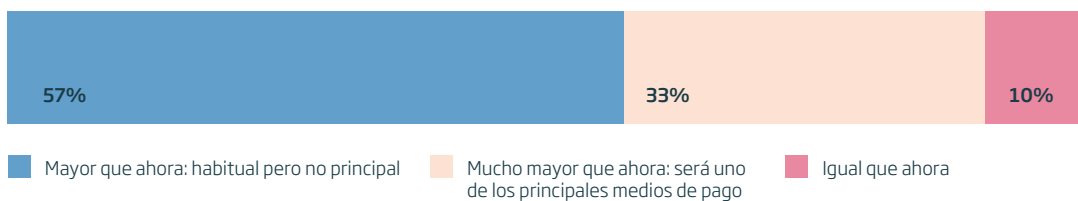
**Figura 3.3:** ¿Considera que el pago desde cuenta sustituirá al pago con tarjeta en su país/mercado en los próximos 10 años (en 2030)? Señale la opción que considere oportuna.



Sobre la “amenaza de canibalización” del pago con tarjeta por el pago desde cuenta, de nuevo cerca de seis de cada diez considera que su materialización es bastante o

muy probable en los próximos diez años, en línea con la percepción de la pasada edición. Solo uno de cada veinte considera que esta posibilidad es muy remota.

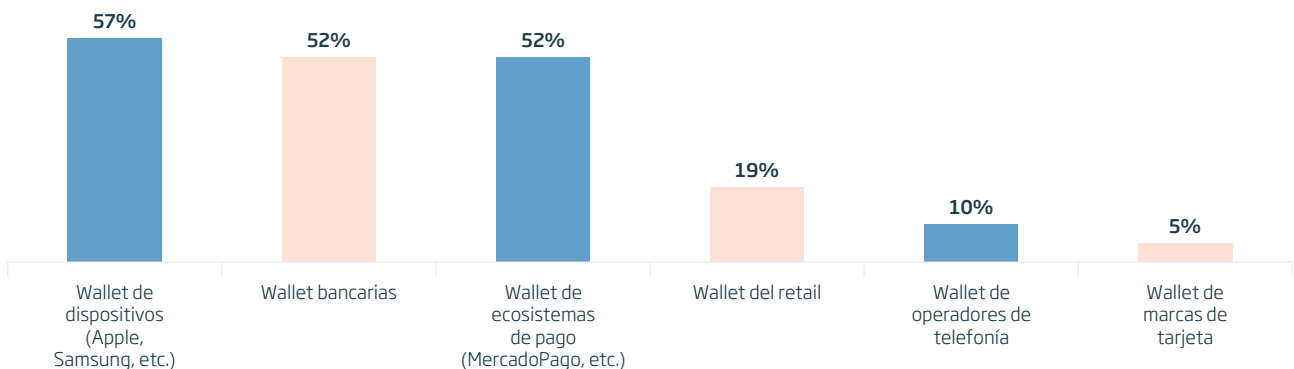
**Figura 3.4:** Grado de impacto de los pagos inmediatos en 2020 (en 1 año). Señale la opción que considere oportuna.



Que los pagos inmediatos se conviertan en una forma de pago habitual durante el año 2020, aunque no llegue a ser la principal, es una visión prácticamente unánime

(90%) entre los entrevistados, sin cambios sustanciales respecto a la pasada edición.

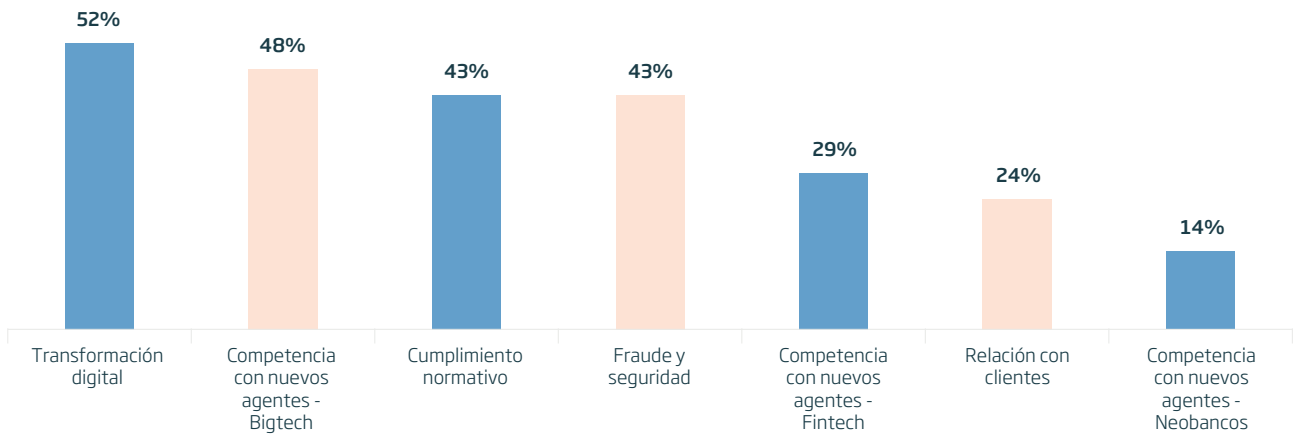
**Figura 3.5:** ¿Cuál de las siguientes modalidades de wallet de pagos considera que tiene mayor probabilidad de supervivencia en 5 años? Seleccione un máximo de 3 opciones.



Ofreciendo la opción de seleccionar hasta un máximo de tres alternativas de respuesta, la opción que mayor número de respuestas recibe (el 57%) es la que refleja que las wallet de los fabricantes de dispositivos son aquellas que disfrutan hoy de una mayor probabilidad de supervivencia de aquí a cinco años, en línea con los resultados del barómetro de la pasada edición. Les

siguen muy de cerca (52%) tanto las wallet bancarias como las de los ecosistemas de pago (tipo MercadoPago en Argentina). El reconocimiento de estas últimas ha crecido sustancialmente en el último año, y desbancado de la tercera posición a las wallets de las marcas de tarjetas.

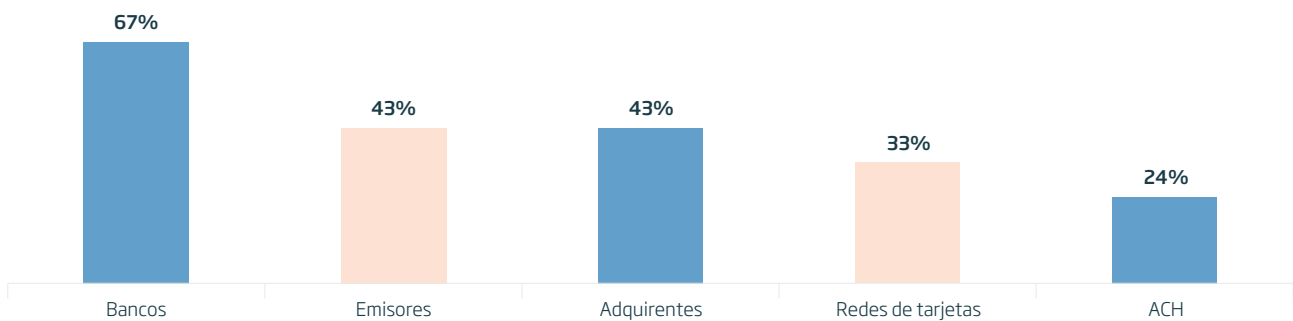
**Figura 3.6:** ¿Cuál considera que es en 2019 el mayor reto para los agentes de la industria de los medios de pago? Seleccione un máximo de 3 opciones.



Los mayores retos para los agentes de la industria de los medios de pago se centran en la transformación digital (52% la consideran uno de los tres principales, en línea con la pasada edición), la competencia con nuevos agentes tecnológicos de dimensión global o bigtech (48%, algo menos que la pasada edición) y,

compartiendo la tercera posición en relevancia (43%), el cumplimiento normativo y el fraude y seguridad, cuando el pasado año la ocupaba el fraude y seguridad. El cumplimiento normativo ha escalado posiciones en este sentido.

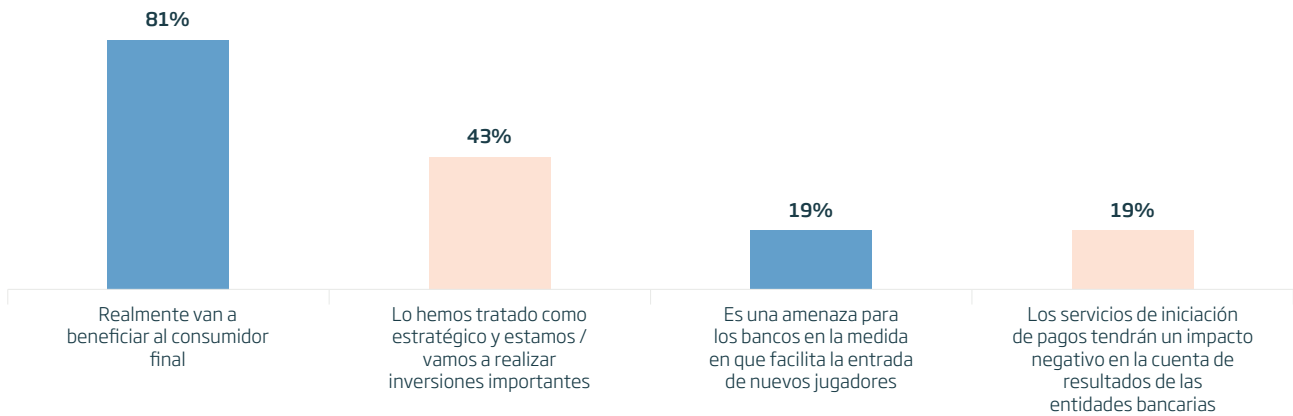
**Figura 3.7:** ¿Cuál(es) de los siguientes agentes de la industria considera que está(n) más expuesto(s) a la amenaza de nuevos entrantes? Seleccione un máximo de 3 opciones.



Los bancos son, para dos de cada tres, los agentes de la industria que se encuentran más expuestos a la amenaza de la incursión de nuevos entrantes en el negocio de los pagos, manteniendo dicha consideración una intensidad similar a la recabada la pasada edición

del barómetro. La segunda posición (43%) en cuanto al grado de exposición a dicha amenaza la comparten emisores y adquirentes, cuando la pasada edición esta la ocupaban adquirentes, seguidos de las redes de tarjetas, en lugar de los emisores.

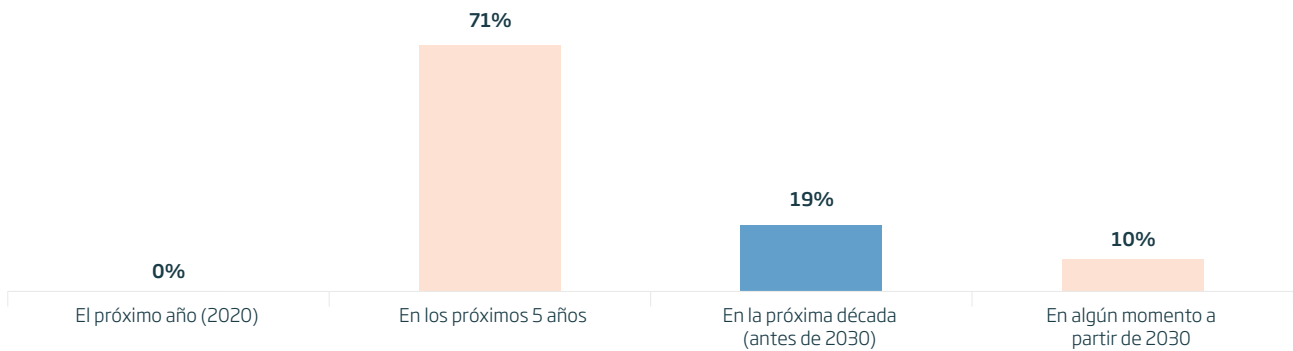
**Figura 3.8:** Sobre el impacto de PSD2 u otras leyes fintech seleccione las opciones con las que está de acuerdo. Seleccione un máximo de 3 opciones.



Es casi unánime (81%) la percepción de que las leyes que favorecen la innovación financiera (leyes fintech y asimiladas) tendrán un impacto positivo en el consumidor final, en línea, si bien con más intensidad, de la percepción recogida en la pasada edición. Algo

menos de la mitad, sin embargo, considera dicho impacto estratégico y movilizador de inversiones, sin cambios respecto al pasado año. La consideración de amenaza para los bancos, sin embargo, sí ha caído sustancialmente en el último año.

**Figura 3.9:** Sobre el impacto de PSD2 u otras leyes fintech seleccione las opciones con las que está de acuerdo. Seleccione un máximo de 3 opciones.

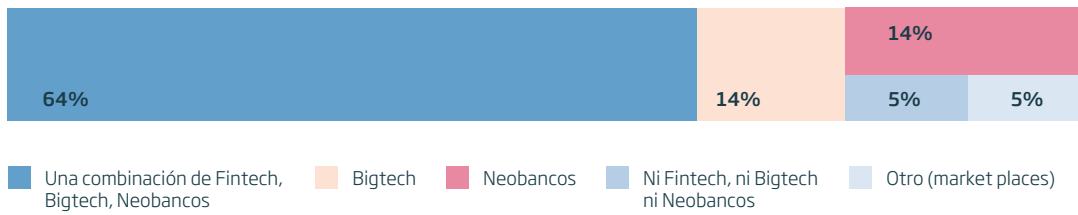


El sentir mayoritario (71%) respecto al Open Banking es que será un estándar en los próximos cinco años, más que duplicando la percepción recabada en la pasada edición para dicho plazo temporal. Por otro lado, ni

siquiera en Reino Unido, único país donde se encuentra regulatoriamente vigente el estándar de Banca Abierta, se espera que sea la práctica habitual durante 2020.

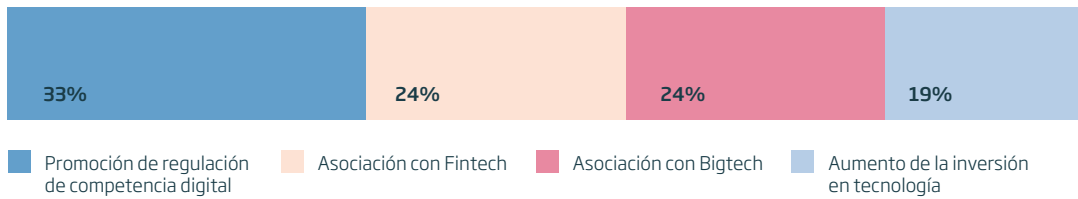
### 3. La visión del sector

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



Para dos de cada tres, la combinación de nuevos agentes como fintech, bigtech y neobancos –no así cada uno de ellos de forma autónoma- serán los principales competidores de las entidades financieras a diez años vista.

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



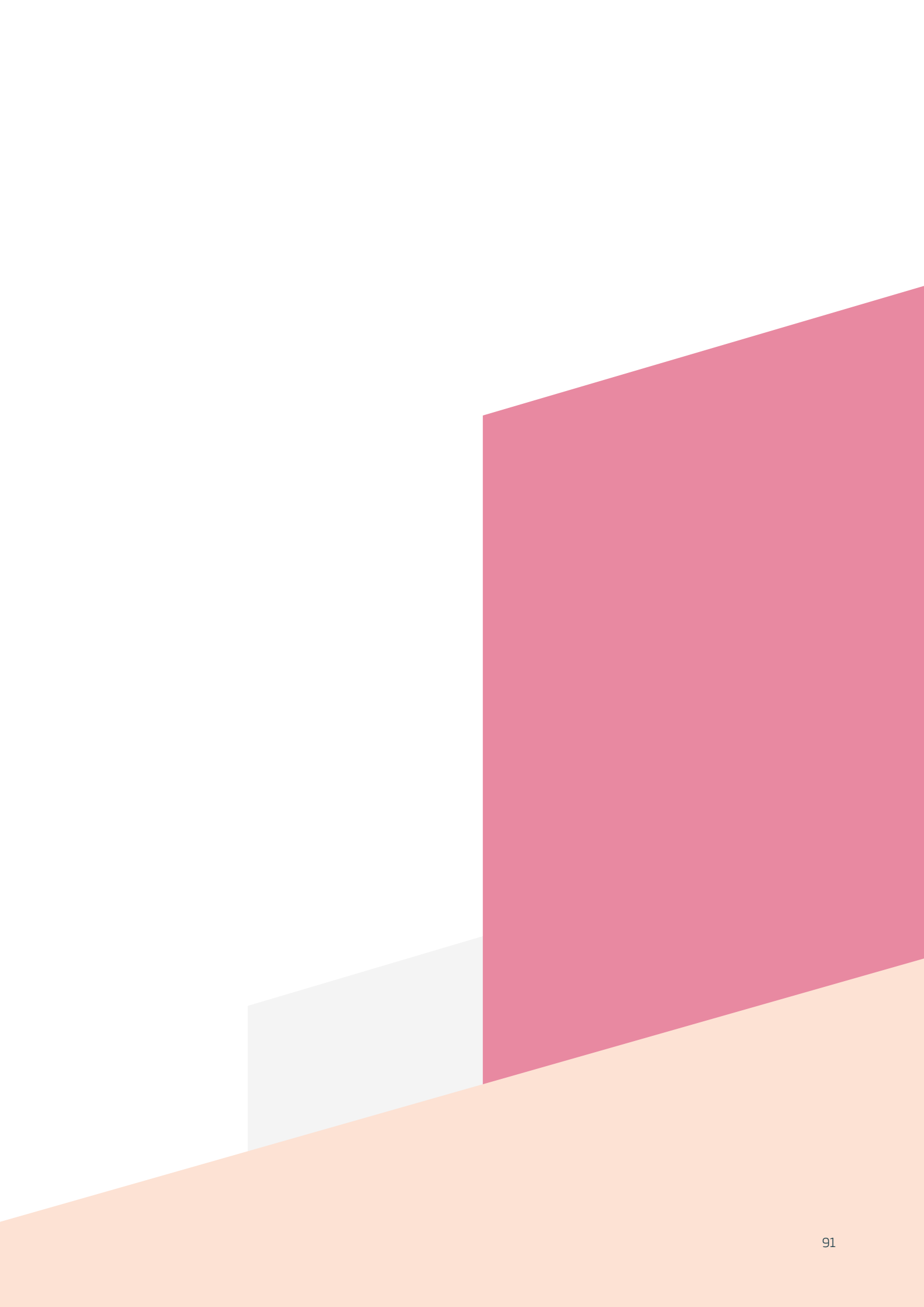
Uno de cada tres considera que la promoción de una regulación de competencia digital será la reacción mayoritaria de la industria bancaria ante la eventual entrada de las bigtech en la provisión de servicios

financieros. Uno de cada cuatro asocia dicha reacción con un espíritu colaborativo y de búsqueda de alianzas con dichas bigtech, y otro tanto reconoce la búsqueda de estas alianzas con el segmento fintech.

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



La consideración de blockchain como sustituto parcial de los actuales esquemas de medios de pago durante la próxima década ya es considerada por cerca de seis de cada diez, mejorando la percepción del potencial disruptivo de dicha tecnología con respecto a la pasada edición de este barómetro.



# El sector en cifras

4





# El push vence al pull

A pesar del nuevo contexto y de las nuevas capacidades de tratamiento de información estadística, no se han producido avances significativos en el reporting de transaccionalidad en materia de pagos minoristas.

El monitoreo anual de la dimensión de los sistemas nacionales de pagos, de los volúmenes de transaccionalidad canalizados a través de los distintos medios de pago disponibles y del equipamiento habilitado para facilitar dicha transaccionalidad, es el propósito principal del presente capítulo.

## ¡Hola Reino Unido!

Circunscrito al segmento de pagos minoristas, los datos oficiales confirman que la tendencia hacia la digitalización de los pagos es firme en todas las geografías analizadas. Asimismo, de su lectura se constata que la creciente intensidad de la transaccionalidad la asume fundamentalmente la tarjeta; que el uso del cheque sigue en caída libre; que los pagos desde cuenta (ya sean transferencias o débitos directos, inmediatos o diferidos) muestran una diversidad de sabores en función del mercado analizado; y que el dinero en efectivo sigue ejerciendo una fuerte resistencia a convertirse en medio de pago “poco” habitual, salvo en Reino Unido.

Es precisamente la incorporación de Reino Unido en el perímetro de análisis de este Informe la que destaca como novedad principal de la presente edición, y que persigue un objetivo básico: establecer una referencia protagonizada por un mercado muy dinámico e innovador en medios de pago, con atributos vanguardistas por su experimentación temprana con el nuevo paradigma de Banca Abierta y que contribuye a equilibrar, junto a los históricos España y Portugal, la imagen que proyectan los patrones de pago en Europa frente a los siete países que conforman la imagen equivalente proyectada desde Latinoamérica. Mirar a Reino Unido permite anticipar algunas tendencias aún

no materializadas en el resto de los países o que se encuentran en un estadio anterior de desarrollo (por ejemplo, Open banking), y contrastar otras que ya se adivinan (por ejemplo, que independizarse del dinero en efectivo es posible o que crece el uso de mecanismos push frente a pull en pagos desde cuenta).

## Solo contamos los datos que vemos (y apuntamos los que nos gustaría ver)

La consulta de fuentes de información oficiales y el análisis de los datos que éstas alojan es la primera tarea con la que arrancamos la elaboración del presente capítulo. La segunda tarea es contrastar dicho análisis con los insights extraídos durante la elaboración de los capítulos 2 (Novedades del sector), 3 (La Visión del sector) y 6 (Demanda en medios de pago), de forma que quedan conciliadas las perspectivas de la oferta, de la demanda y de la autoridad competente, en un contexto global que ineludiblemente impacta en el devenir de la industria de los medios de pago en los países contemplados en este Informe.

A pesar del nuevo contexto y de las nuevas capacidades de tratamiento de información estadística, reiteramos este año la constatación de que no se han producido avances significativos en el reporting de transaccionalidad en materia de pagos minoristas -reporting que ha de ser respuesta de la industria a una petición previa de las autoridades- renunciando a una fuente de conocimiento de enorme utilidad, especialmente para la toma de decisiones de política pública y, como no, para decisiones de negocio. Un ejemplo que ilustra el tímido avance en este punto es el dinero electrónico, en todas sus modalidades y

concepciones, que permanece invisible a pesar de su creciente presencia entre los usuarios, a menudo no plenamente conscientes de sus singularidades. Con la nueva metodología adoptada por el BIS para la función de reporting, quizá sea posible que a partir del próximo año dicha información – junto con otros aspectos de interés como la distinción de los dispositivos de iniciación de los pagos (tarjeta física, app, POS, código QR), la modalidad de la tarjeta (chip, contactless, prepago, débito, crédito), el canal de iniciación (tarjeta presente, no presente)-, sea por fin accesible y analizable.

### Una visión panorámica en términos de valor y volumen: transferencias y tarjetas lideran sendos rankings

Dicho esto, se constata que el comportamiento de los medios de pago a los que este Informe viene dando seguimiento desde el año 2013 (efectivo, transferencias interbancarias, débitos, pagos con tarjeta y otros sustentados en papel como los cheques y efectos comerciales), sigue mostrando diferencias muy notables a nivel doméstico, que responden a las condiciones del mercado, la regulación y las preferencias de los agentes en cada uno de sus países. Las diferencias en los condicionantes tecnológicos, sin embargo, son cada día menores, y la transferencia de conocimiento, tecnologías y soluciones entre regiones es prácticamente inmediata hoy en día.

En este contexto, la dimensión de los medios de pago minoristas en España ha avanzado en 2018 a un ritmo del 4,8 % en términos de valor, tras recuperar el año anterior los niveles pre-crisis, como también hace Portugal, creciendo en su caso a niveles de dos dígitos (+17,1 %) en 2018. Reino Unido también remonta alcanzando una transaccionalidad ese año de 7,2 billones de libras (equivalente a 10,6 billones de dólares), registrando un crecimiento interanual del 4,9 %. En Latinoamérica, sin embargo, dada la persistencia del efecto de tipo de cambio en el valor de las distintas monedas

latinoamericanas frente al dólar estadounidense<sup>17</sup>, la transaccionalidad registrada ha perdido 8 puntos desde 2013 en valor dolarizado que, si se analiza en términos constantes de 2013 (utilizando en las métricas el tipo de cambio de ese año), la lectura es de crecimiento positivo (ver **Figura 4.1**).

Permaneciendo en Latinoamérica y analizando en términos de volumen (número de operaciones), las transferencias interbancarias y los débitos directos en 2018 son un 50 % más numerosos que en 2013 (cerca de 5.000 millones de transferencias interbancarias efectuadas en 2018), los pagos con tarjeta son un 75 % más frecuentes respecto a 2013, mientras que los cheques caen un 44 % (716 millones de cheques liquidados en 2018). A pesar de haber reducido el cheque su presencia en volumen y en valor en más de un 40 % en los últimos cinco años, sigue ocupando la segunda posición como medio de pago en Latinoamérica, concentrando el 8,3 % del valor del total de las operaciones. Aún así, la tendencia a reducir los medios de pago en papel (efectivo y cheques) es indiscutible, tal como se muestra en la **Figura 4.1**.

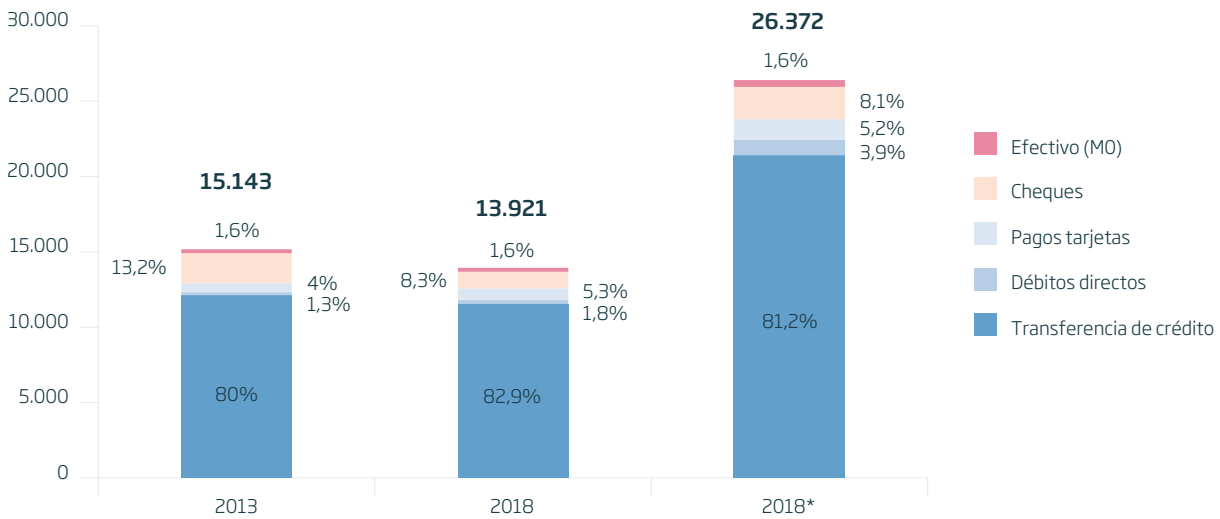
Las transferencias electrónicas siguen siendo el medio de pago minorista que mayor valor concentran en Latinoamérica, representando el 82,9 % del valor total de las operaciones en 2018 (**Figura 4.1**). En cuanto a la intensidad de uso, y como se adelantaba antes, las transferencias han ido ganando peso paulatinamente como sustitución al cheque, posicionándose como el segundo medio de pago más utilizado en 2018 (16,2 % de las operaciones, ver **Figura 4.2**) tras las tarjetas, que se aproximan al 80 % del total de operaciones de pagos electrónicos minoristas registrados -con más de 24.000 millones de transacciones en 2018- y un 5,3 % del valor total. Los débitos directos han aumentado su presencia tímidamente durante los últimos años, representando apenas el 1,8 % del valor total y el 1,5 % de las operaciones en la región.

<sup>17</sup> El dólar estadounidense es la moneda en la que se presentan las cifras comparadas en este capítulo, utilizando el tipo de cambio del cierre de cada ejercicio reportado.

México destaca como el mercado con mayor crecimiento interanual en el uso de las transferencias interbancarias (+31,7 % en términos de volumen), seguido de Argentina (+28,2 %) y Perú (+25,0 %). Los cheques siguen registrando una caída generalizada en todos los países, siendo Costa Rica el país que registra mayor recorte (-21,3 % interanual en volumen), seguido de Perú (-15,0 %), Colombia (-14,4 %) y Brasil (-13,2 %). En Europa es Reino Unido el que lidera la caída del uso del cheque (-15 %), con Portugal (-12 %) y España (-8 %) cumpliendo con dicha la tendencia global.

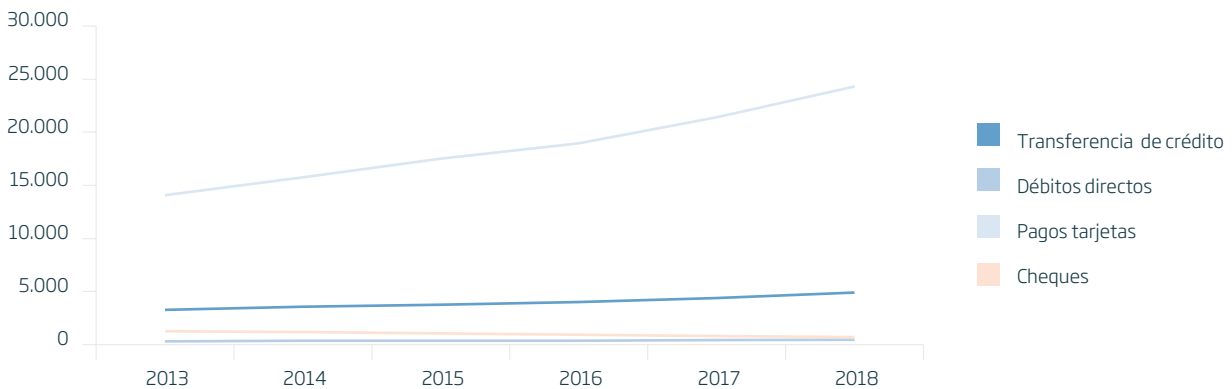
**A pesar de haber reducido el cheque su presencia en volumen y en valor en los últimos años, sigue ocupando la segunda posición como medio de pago en Latinoamérica**

**Figura 4.1:** Valor de las operaciones de pago en Latinoamérica en 2013 y 2018, por instrumento, miles de millones de USD



Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.  
\*tipo de cambio 2013

**Figura 4.2:** Número de operaciones de pago en Latinoamérica, 2013-2018, millones

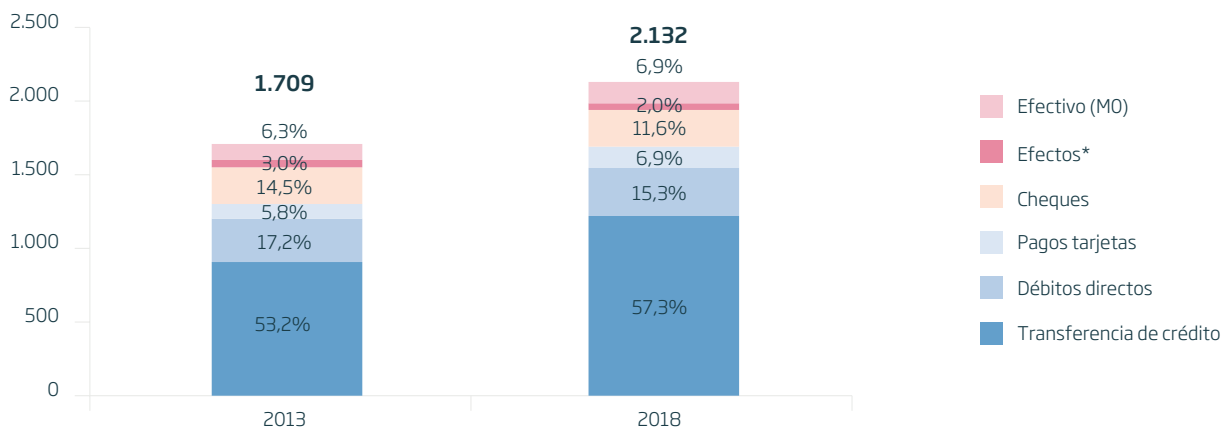


Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos

El medio de pago que mayor valor canaliza en España, al igual que en Latinoamérica, son las transferencias de crédito. En 2018 este instrumento de pago representó un 57,3 % del valor total de operaciones de pago en España (**Figura 4.3**) con cerca de 577 millones de transferencias realizadas, un 5,7 % más que el año anterior, concentrando el 9,9 % del total de operaciones de pago. En Portugal, las transferencias de crédito representaron en 2018 un 48,1 % del valor total de las transacciones (**Figura 4.4**), con 156 millones de transferencias ordenadas, un 8,9 % más que en 2017. En Reino Unido (**Figura 4.5**) concentraron dos de cada tres libras transadas en 2018 (67,8 % del total) en más de 4.100 millones de órdenes de transferencia (15,2 % de las operaciones de pago), un 9,4 % más que el año anterior.

## El medio de pago que mayor valor canaliza son las transferencias, salvo en Chile y República Dominicana, donde aún es el cheque

**Figura 4.3:** Valor de las operaciones de pago en España en 2013 y 2018, miles de millones de EUR



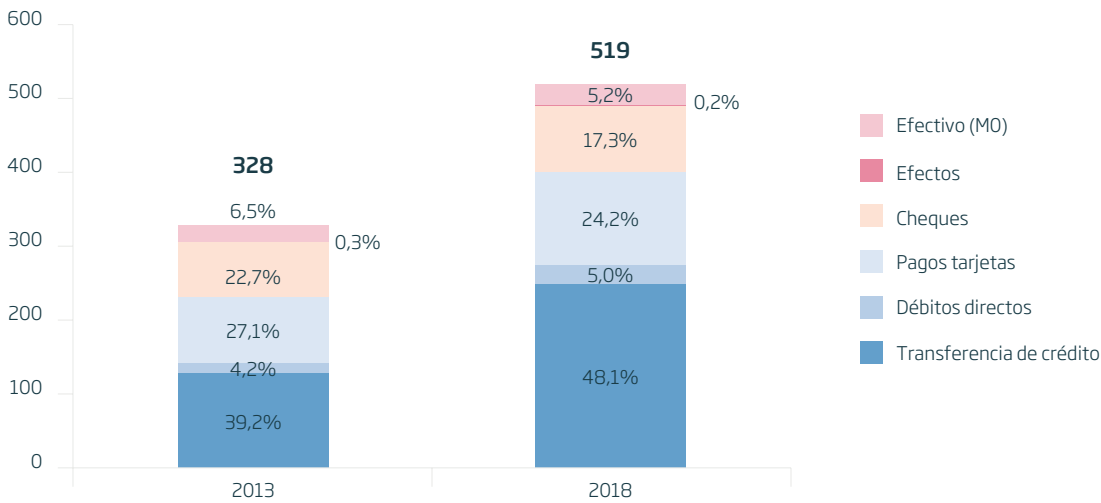
\* Efectos son títulos de crédito que pueden cobrarse (cuando son a favor) o deben ser abonados (si son a cargo) al llegar su fecha de vencimiento.

Fuente: Afi, a partir de Banco de España.

Al contrario de lo que ocurre en Latinoamérica, los débitos directos en España disfrutan de una presencia muy relevante y concentran el 15,3 % del valor total de las transacciones y 22,1 % del volumen en 2018, si bien reduciendo su participación relativa con respecto a 2013 en 2,0 y 7,0 puntos respectivamente, una caída relevante en términos de transaccionalidad. En Portugal se han reducido hasta representar el 5,0 % del valor y el 6,6 % del volumen de las operaciones de pago en el país, respectivamente, mientras que en Reino Unido la intensidad de uso es parecida a la que se practica en España, en términos relativos, ya que representan el 17,4 % del valor y el 16,0 % del volumen de transacciones en 2018.

A pesar de que el efectivo en circulación ha aumentado entre 2013 y 2018 en Portugal (+5,0 % CAGR), este instrumento de pago ha reducido su protagonismo con respecto al valor total de las operaciones de pago, pasando de representar el 6,5 % en 2013 al 5,2 % en 2018 (**Figura 4.4**). Para el periodo mencionado, en España ha aumentado tanto el efectivo en circulación (CAGR +6,3 % en la moneda local, euros), como su peso sobre el valor total de las operaciones de pago, pasando del 6,3 % al 6,9 % (**Figura 4.3**). En Reino Unido, el efectivo en circulación ha aumentado ligeramente entre 2013 y 2018 (+4,5 % CAGR), sin embargo su protagonismo con respecto al valor total de las operaciones de pago se sigue manteniendo constante en torno al 1 % (**Figura 4.5**).

**Figura 4.4:** Valor de las operaciones de pago en Portugal en 2013 y 2018, miles de millones de EUR

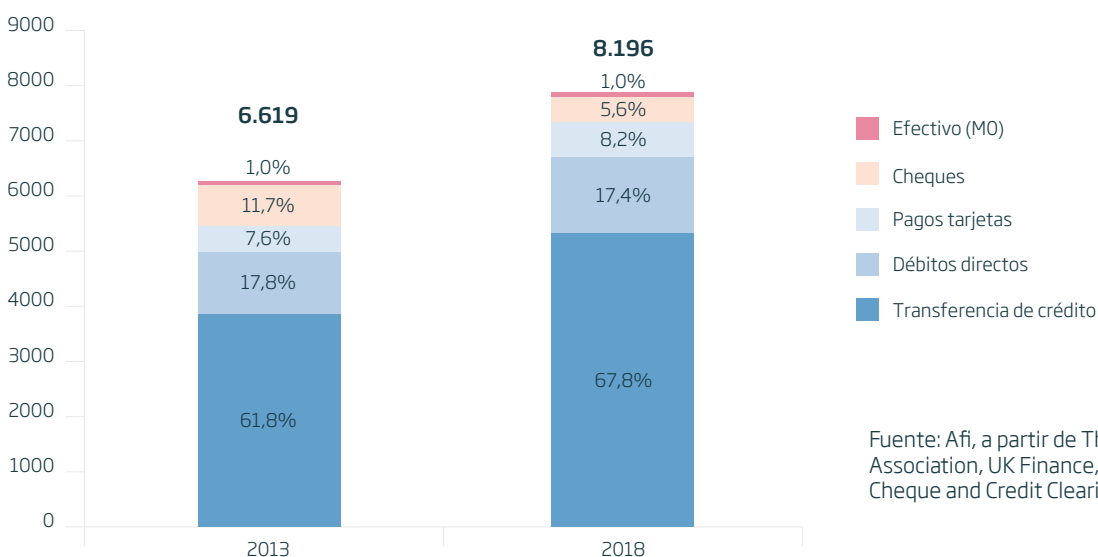


Fuente: Afi, a partir de Banco de Portugal.

Aunque el cheque ha reducido su presencia durante los últimos cinco años, sigue teniendo un uso relevante. En Portugal representó en 2018 el 17,3 % del valor total de las operaciones de pago. En España aún representa el 11,9 % del valor total en 2018 con apenas el 0,7 % del volumen de transacciones. Por su parte, el cheque ha reducido considerablemente su presencia en los últimos años pasando a representar un 5,6 % del valor total de las operaciones en 2018 y el 1,3 % de las transacciones, menos de la mitad del volumen registrado en 2013 (de los 718 millones de cheques en 2013 a los 346 millones de 2018).

En relación a los pagos con tarjeta, estos representan el 6,9 % del valor de las operaciones de pago en España en 2018 frente al 8,2 % de Reino Unido y el 24,2 % de Portugal. A pesar del menor valor que representan en España sobre el total, es el medio de pago que mayor volumen de operaciones genera, alcanzando los 3.903,7 millones de transacciones en 2018 (67,2 % del total en España vs 86,6 % en Portugal). Los pagos con tarjeta representan el 8,2 % del valor de las operaciones de pago en Reino Unido en 2018 frente al 7,6 % en 2013, convirtiéndose en el medio de pago que mayor volumen de operaciones genera: 18.383 millones en 2018 (67,5 % del total).

**Figura 4.5:** Valor de las operaciones de pago en Reino Unido en 2013 y 2018, miles de millones de GBP



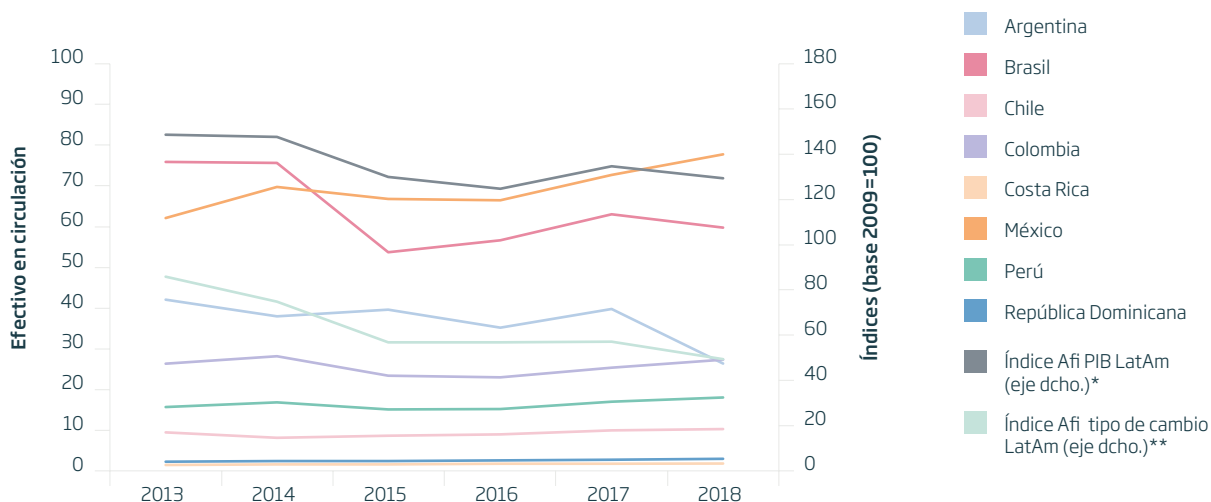
Fuente: Afi, a partir de The UK Card Association, UK Finance, Red Book y Cheque and Credit Clearing Company

## El proceso de independencia del dinero en efectivo solo ha iniciado en Reino Unido

En buena parte de los países de la región de Latinoamérica existe un objetivo de reducción de la dependencia que como sociedad seguimos teniendo del uso del efectivo (monedas y billetes). La visibilidad de dicho objetivo es menor en España y Portugal, mientras que Reino Unido es considerado, y los datos lo avalan, uno de los países del mundo que efectivamente ha iniciado con paso firme la transición hacia una sociedad menos dependiente del uso del cash.

A pesar de los esfuerzos anunciados por diversas autoridades, la presencia del dinero en efectivo no deja de crecer. Este incremento ha sido especialmente intenso en República Dominicana (9,8 % interanual), México y Colombia (8,9 % en ambas economías) y Perú (7,2 %). La caída del tipo de cambio de las monedas latinoamericanas ha sido especialmente intensa para Argentina y Brasil, dato relevante dada la moneda de referencia utilizada en este Informe. De hecho, el desplome del 13,5 % en el “Índice Afi tipo de cambio LatAm” (**Figura 4.6**), motivado principalmente por la depreciación del peso argentino y del real brasileño, sugiere que es un efecto precio, y no tanto cantidad, el que predomina en la explicación del comportamiento del valor de las operaciones de pago en Latinoamérica, como quedó evidenciado en la **Figura 4.1**.

**Figura 4.6:** Efectivo en circulación en Latinoamérica, 2013-2018, porcentaje del PIB



\* 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).

Fuente: Afi, bancos centrales y superintendencias de bancos.

En España, el uso del efectivo creció un 5,2 % en 2018, contabilizando 147.000 millones de euros los billetes y monedas en circulación y representando un 12,2 % del PIB, 1,6 puntos por encima del registro de 2013. Al igual que en España, Portugal también ha sido testigo de un crecimiento del 5,2 % en 2018 hasta los 27.000 millones de euros (13,4 % del PIB). Por el contrario, el efectivo en circulación de Reino Unido se va reduciendo año a año (crecimiento anual de -1,2 % en 2018, en euros), registrando en 2018 una dimensión de 82.000 millones de libras, equivalente al 3,7 % del PIB británico de ese año (**4.1**).

## La presencia del dinero en efectivo no deja de crecer

**Tabla 4.1:** Efectivo en circulación en España, Portugal y Reino Unido, 2013-2018, miles de millones de EUR

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>España</b>	<b>Monedas y billetes en circulación</b>	108,1	122,0	129,2	134,4	139,7	147,0
	<b>Crecimiento anual</b>	4,6%	12,9%	5,9%	4,0%	4,0%	5,2%
<b>Portugal</b>	<b>Monedas y billetes en circulación</b>	21,2	22,4	23,7	24,7	25,7	27,1
	<b>Crecimiento anual</b>	6,5%	5,3%	5,8%	4,5%	4,0%	5,2%
<b>Reino Unido</b>	<b>Monedas y billetes en circulación</b>	77,2	84,8	99,8	95,1	93,5	92,4
	<b>Crecimiento anual</b>	0,0%	9,9%	17,7%	-4,7%	-1,7%	-1,2%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales.

## El cheque, en caída libre

La reducción del uso del cheque como instrumento de pago está ampliamente extendida en todos los países analizados en este Informe, con una clara tendencia a su sustitución por medios de pago alternativo, especialmente por transferencias de crédito.

En Latinoamérica, la progresiva sustitución ha supuesto que represente en 2018 el 8,1 % del valor total de las operaciones de pago minorista, desde el 13,2 % registrado en 2013. No obstante el uso de este instrumento no presenta el mismo peso en cada uno de los países analizados (**Tabla 4.2**). Mientras que en Chile, República Dominicana y Perú los cheques tienen un peso del 63,1 %, 53,6 % y 27,0 % en términos de valor, respectivamente, México (2,5 %) y Brasil (4,2 %) son los países con menor valor relativo de las operaciones de pago efectuadas con cheques. En cuanto al monto medio por operación, destaca Brasil (547 dólares) por lo reducido de su importe promedio en contraposición al de otros países como Perú (7.200 dólares) y Colombia (5.445 dólares), muy por encima de la media registrada en la región.

## Tendencia a sustituir el cheque por transferencias de crédito

En España, los cheques han pasado de representar el 14,5 % del valor de las operaciones en 2013 al 11,6 % en 2018, situándose el número de operaciones en 39,5 millones (248.337 millones de euros). Esto supone una reducción tanto del número de operaciones (-6,0 %) como del valor de las mismas (-2,3 %) en tasa anual compuesta para el periodo 2013-2018.

La reducción del uso de este medio de pago en papel en Portugal también ha sido acusada pasando de representar el 22,7 % en 2013 al 17,3 % en 2018 en términos de valor, si bien en el último año se interrumpió la caída registrada desde hace más de una década, con un crecimiento de 5 puntos en el peso relativo -exclusivamente en términos de valor- de este instrumento de pago, empujando la CAGR a registros positivos (+1,4 %).

La reducción del uso de los cheques en Reino Unido también ha sido importante: en 2013 el valor de las operaciones de pago con cheques representaba del 11,6 % del total, mientras que en 2018 concentraron el 5,6 %. En número de operaciones la caída es si cabe más pronunciada: la tasa anual compuesta para el periodo 2013-2018 es de -12,4% (**Tabla 4.2**).

El monto medio de las operaciones en España es el más elevado de los países analizados (7.423 dólares) frente a los 3.543 dólares promedio de Portugal o los 1.705 dólares promedio de Reino Unido.

Tabla 4.2: Uso de cheques, 2018

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2013-2018	
<b>Argentina</b>	83	156	1.876	-2,3%	-8,6%
<b>Brasil</b>	416	228	547	-12,8%	-16,2%
<b>Chile</b>	109	477	4.366	-9,4%	-6,8%
<b>Colombia</b>	14	75	5.445	-9,9%	-12,1%
<b>Costa Rica</b>	7,4	15	2.013	-12,8%	-14,4%
<b>México</b>	60	132	2.188	-9,5%	-10,8%
<b>Perú</b>	4,3	32	7.601	-11,2%	-11,4%
<b>República Dominicana</b>	22	41	1.844	-2,5%	-3,7%
<b>España</b>	40	293	7.423	-6,0%	-2,3%
<b>Portugal</b>	30	106	3.543	-11,9%	1,4%
<b>Reino Unido</b>	346	590	1.705	-13,6%	-12,4%

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

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

El uso de las transferencias y débitos directos ha aumentado de forma sostenida en el periodo 2013-2018 en todos los países en los que se encuentran habilitados los pagos interbancarios desde cuenta, 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, visibilizando el efecto de las innovaciones en materia de pagos inmediatos. Si bien, países como Perú, no han iniciado el proceso de adaptación de su infraestructura para permitir los débitos directos interbancarios.

**En pagos desde cuenta, la modalidad push presenta un comportamiento más dinámico que la de pull**

En Europa la apuesta de las autoridades pasa por dinamizar, efficientar y dotar de inmediatez a estas dos modalidades de medios de pago electrónico en el marco SEPA. De esta forma, las transferencias de crédito han aumentado su presencia tanto en España como en Portugal y Reino Unido. En España ya suponen el 57,3 % del valor total de transacciones y el 9,9 % del volumen, con una tasa de crecimiento anual compuesto del 3,6 % y del 7,1 % desde 2013, respectivamente (**Tabla 4.3**). En Portugal y Reino Unido representan, respectivamente, el 47,8 % y 67,1 % del valor y el 5,7 % y 15,2 % del volumen.

## En Latinoamérica, solo Argentina y Colombia registran operaciones de débitos directos significativos en valor y volumen

**Tabla-4.3:** Transferencias, 2018

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2013-2018	
<b>Argentina</b>	270	1.045	3.868	21,6%	3,4%
<b>Brasil</b>	3.454	4.753	1.376	5,2%	-4,9%
<b>Chile</b>	156	194	1.240	13,7%	12,6%
<b>Colombia</b>	124	384	3.104	6,0%	-0,7%
<b>Costa Rica</b>	39	123	3.142	14,5%	6,8%
<b>México*</b>	834	4.974	5.962	23,5%	2,0%
<b>Perú</b>	23	47	2.005	26,8%	14,0%
<b>R. Dominicana**</b>	7	22	2.998	29,1%	20,7%
<b>España</b>	577	1.442	2.501	7,1%	3,6%
<b>Portugal</b>	156	294	1.886	6,4%	11,5%
<b>Reino Unido***</b>	3.242	6.849	2.113	7,4%	8,0%

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

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

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

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

Fuente: Bancos Centrales y Superintendencias de Bancos.

De los países analizados, República Dominicana es el que experimenta un mayor dinamismo en el uso de las transferencias de crédito en el periodo. Las tasas de crecimiento anual compuesto para el periodo 2013-2018 se sitúan en el 29,1 % y del 20,7 %, en número y valor de las operaciones respectivamente (**Tabla 4.3**). Sin embargo, pese a este aumento, ni el valor de las transferencias de crédito (29,1 % sobre el total) o de los débitos directos (4,6 %) consigue siquiera acercarse al que transita por medio de los cheques (53,6 %).

Perú también experimenta un gran dinamismo en el uso de las transferencias, con tasas de crecimiento anual compuesto para el periodo 2013-2018 del 14,0 % y del 26,8 %, en valor y número de operaciones, respectivamente. Prueba de ello es que si en el año 2013 el número de transferencias superaba por primera vez al de los cheques, en 2018 ya representan casi 6 veces su volumen (23,3 millones de transferencias vs. 4,3 millones de operaciones con cheque). La incorporación de servicios de transferencias interbancarias inmediatas por parte de algunas de las más grandes entidades financieras del país, y su promoción, acelerarán indudablemente este crecimiento.

Solo Argentina y Colombia registran en la región operaciones en volumen y valor significativos a través de débitos directos. Colombia es un caso excepcional puesto que las transferencias registradas en 2018 (124 millones) se encuentran en el mismo orden de magnitud que las operaciones realizadas por medio de débitos directos (122 millones, el 13,4 % del volumen) impulsados estos por el Botón de pagos en línea PSE de ACH, aunque las primeras suponen diecisiete veces el valor de las segundas. En Argentina, los débitos directos superan en transaccionalidad a las transferencias (298 millones vs 210 millones respectivamente) y ya representan el 14,0 % del valor total de transacciones y el 13,9 % del volumen.

A pesar de su reducida dimensión aún, atendiendo al número de operaciones, el uso de los débitos directos ha crecido muy notablemente en el último año en República Dominicana, donde se han duplicado, y en Costa Rica (+46,0 %). En España, donde cerca de la cuarta parte de las operaciones de bajo valor se realizan mediante débito directo (22,1 %), las domiciliaciones bancarias, como también se denominan, vuelven a incrementarse en el último año en términos de volumen (3,3 %) y valor (4,5 %). De esta forma, el importe medio de las operaciones ha pasado de USD 343 en 2013 a USD 300 en 2018.

**Tabla 4.4:** Débitos directos, 2018

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2013-2018	
<b>Argentina</b>	298,2	210	704	6,9%	5,3%
<b>Colombia</b>	122,4	22,7	185	9,7%	3,2%
<b>Costa Rica</b>	0,7	1,2	1.798	27,8%	-5,1%
<b>México</b>	42,5	8,6	203	19,0%	9,8%
<b>R. Dominicana**</b>	1,8	3,5	1.978	38,6%	8,2%
<b>España</b>	1.283,1	385	300	2,4%	-0,3%
<b>Portugal</b>	180,2	30,7	170	7,4%	10,7%
<b>Reino Unido</b>	4.356,6	1.829	420	4,3%	1,0%

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

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

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

Fuente: Bancos Centrales y Superintendencias de Bancos.

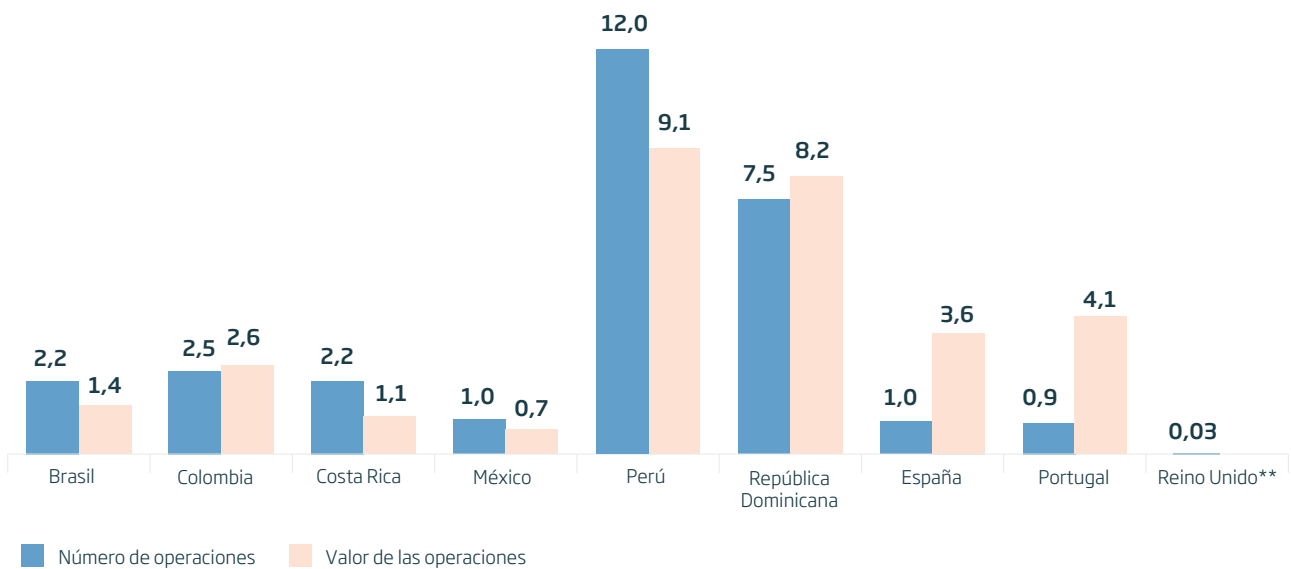
## Los múltiples sabores de las transferencias

Este año se incluye la distinción entre las dos grandes tipologías de transferencias bancarias (**Figura 4.7**). Las transferencias intrabancarias se definen como aquellas en las que el originador y el receptor de fondos pertenecen a la misma entidad bancaria, excluyendo los traspasos entre cuentas del mismo individuo y los costes debidos a las anotaciones en cuenta. Las interbancarias son aquellas realizadas entre distintas entidades bancarias, y son a las que se les ha dado seguimiento en estas páginas históricamente.

De esta forma, se observa que en Latinoamérica las intrabancarias superan significativamente a las interbancarias, con Perú como exponente de esta realidad: el volumen de las intrabancarias es doce veces superior al de las interbancarias, mientras que en términos del valor las superan en 9,1 veces. En España y Portugal, donde el número de tranferencias inter e intrabancarias es similar, el valor de las intrabancarias más que triplica el de las interbancarias.

No obstante, se observa una tendencia de caída en el número y valor de transferencias intrabancarias frente a las interbancarias en la mayoría de países: en 2013 Perú registraba 26 veces más transferencias intrabancarias que interbancarias; República Dominicana 24 veces.

**Figura 4.7:** Ratio volumen y valor de transferencias intrabancarias sobre transferencias interbancarias, 2018



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

\* No hay datos disponibles para Argentina ni Chile.

\*\* No hay datos públicos disponibles para el valor de las transferencias intrabancarias para Reino Unido

### En Latinoamérica predominan las transferencias intrabancarias sobre las interbancarias

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

Analizando la distribución y evolución de tarjetas de crédito y débito observamos que la tenencia de tarjetas de débito es superior a las de crédito en todos los países analizados, a excepción de Argentina, donde la tendencia se invierte (**Tabla 4.5**). España y Chile comparten un patrón similar, con 1,3 tarjetas de débito por cada una de crédito en circulación en 2018, por detrás de Reino Unido (1,6), Brasil (1,8) y República Dominicana (1,9). El parque

de débito más que duplica al de crédito en Costa Rica (2,3), Perú y Portugal (2,6). Destaca asimismo México que ha recuperado la ratio 5 : 1 que abandonó el pasado año, superando el récord registrado en 2015.

La emisión de cada modalidad de tarjeta en España ha de interpretarse teniendo en cuenta que, a partir del primer trimestre de 2018, el Banco de España modificó los criterios seguidos para la desagregación estadística del número de tarjetas con función de débito o crédito<sup>18</sup>. De este modo, a cierre de 2018 el parque de tarjetas de pago en España alcanzó los 83,7 millones de plásticos, registrando un año más, un récord histórico, distribuidas en 47,1 millones de débito y 36,6, de crédito.

**Tabla 4.5:** Número de tarjetas de débito y de crédito en circulación, 2018

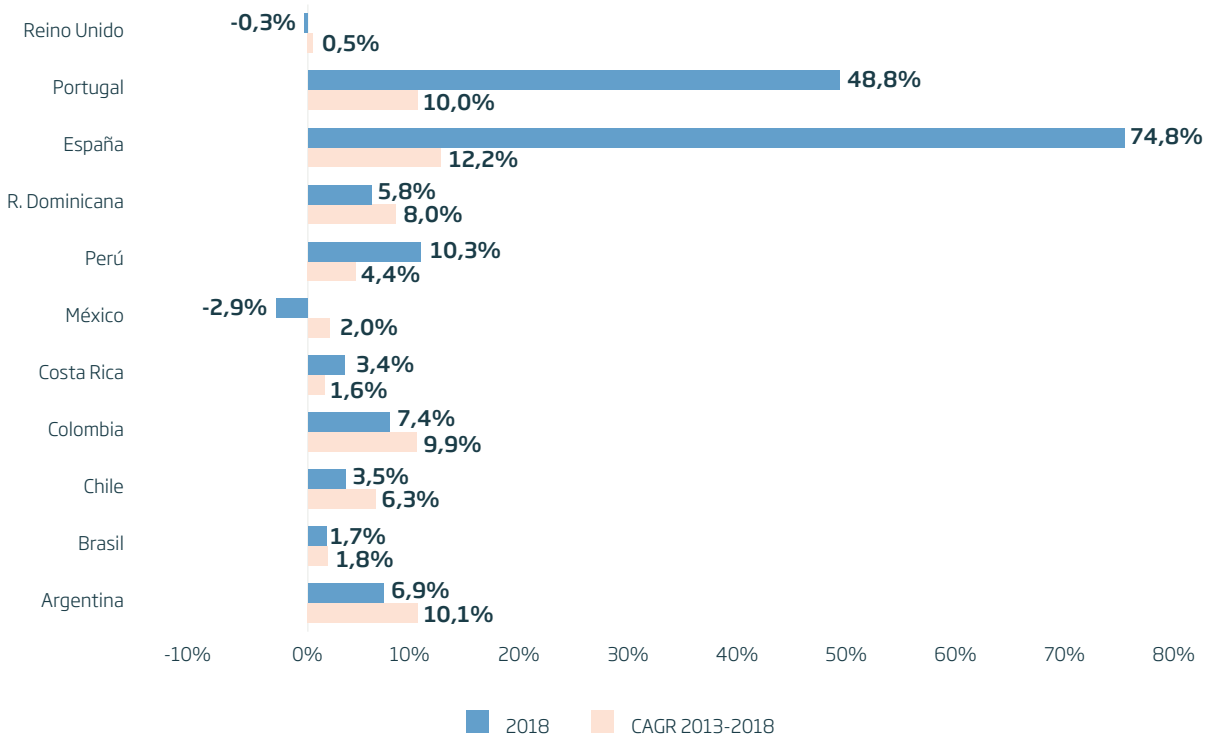
	Tarjetas de débito	Tarjetas de crédito	Total	Ratio débito /crédito
<b>Argentina</b>	48.340.647	61.596.737	<b>109.937.384</b>	0,8
<b>Brasil</b>	329.848.332	183.661.150	<b>513.509.482</b>	1,8
<b>Chile</b>	22.398.093	17.894.707	<b>40.292.800</b>	1,3
<b>Colombia</b>	29.574.651	15.286.716	<b>44.861.367</b>	1,9
<b>Costa Rica</b>	6.039.142	2.611.232	<b>8.650.374</b>	2,3
<b>México</b>	140.115.609	27.456.639	<b>167.572.248</b>	5,1
<b>Perú</b>	18.996.115	7.318.480	<b>26.314.595</b>	2,6
<b>R. Dominicana</b>	4.828.451	2.538.564	<b>7.367.015</b>	1,9
<b>España</b>	47.084.000	36.640.000	<b>83.724.000</b>	1,3
<b>Portugal</b>	21.773.000	8.463.000	<b>30.236.000</b>	2,6
<b>Reino Unido</b>	97.896.000	60.113.000	<b>158.009.000</b>	1,6

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

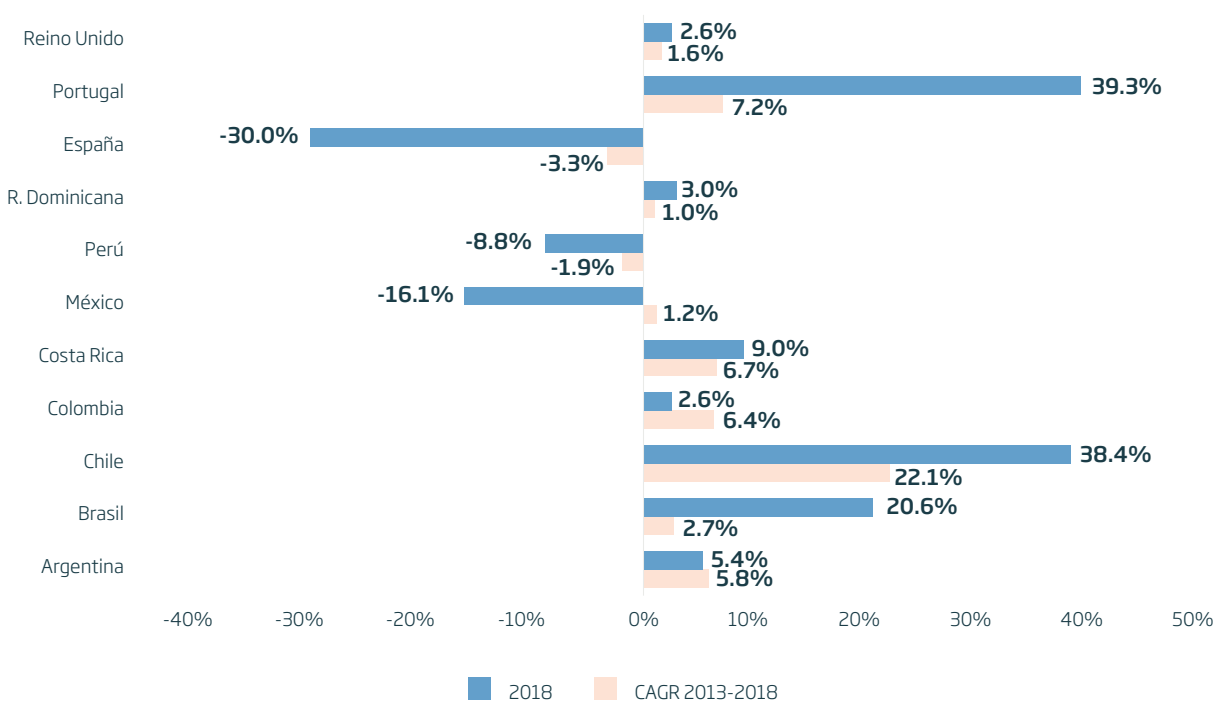
<sup>18</sup> Los datos que se presentan a partir del primer trimestre de 2018, recogen la información proporcionada por las entidades adheridas a la red española de tarjetas, en respuesta a lo establecido en el Reglamento (UE) 2015/751 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las tasas intercambio aplicadas a las operaciones de pago con tarjeta. Los nuevos criterios suponen un cambio significativo en el desglose ofrecido hasta dicha fecha, y que se obtenía a partir de una aproximación por marcas.

**Figura 4.8:** Crecimiento anual compuesto vs crecimiento último año, número de tarjetas, débito y crédito, 2013-2018

**Tarjetas Débito**



**Tarjetas Crédito**



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

La modalidad de débito creció en 2018 en todos los países latinoamericanos a excepción de México. El liderazgo en el crecimiento interanual lo asume Perú (10,3 %), seguido de Colombia (7,4 %) y Argentina (6,9 %) (**Figura 4.8**). En términos CAGR para el periodo 2013-2018, los mayores crecimientos los registra Argentina (10,1 %), Colombia (9,9 %) y República Dominicana (8,0 %). La interpretación del crecimiento registrado para España (74,8 %) y Portugal (48,8 %) para cada modalidad de tarjeta se encuentra condicionado al cambio de criterio señalado más arriba, que ha interrumpido la continuidad de la serie histórica. En cuanto a Reino Unido, se observa un estancamiento en el crecimiento del parque de débito (-0,3 % interanual; +0,5 % en el periodo) mientras que el de crédito creció en 2018 un 2,6 %.

En relación al parque de tarjetas de crédito, Chile apunta un año más espectacular 38,4 % de crecimiento interanual que contribuye al registro positivo de 22,1 % en el periodo 2013-2018, muy lejos de cualquier otro país, incluido Brasil (20,6 %). Caen, por su parte, México (-16,1 %) y Perú (-8,8 %).

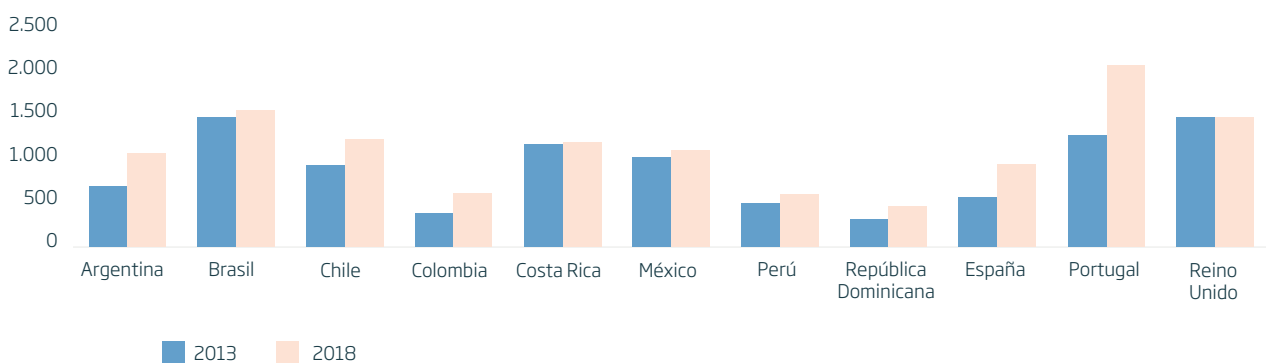
En términos agregados, el crecimiento más destacado en el periodo es el registrado también por Chile, cuyo parque total de tarjetas es en 2018 un 74 % más

poblado que el existente en 2013. El de Colombia tiene una dimensión total un 51 % superior al final de dicho periodo, y el de Argentina un 44 %. Apenas ha crecido en tamaño en Reino Unido (5 %), México (10 %), Brasil (11 %), Perú (13 %) y Costa Rica (16 %), mientras que se sitúan en una posición intermedia España (20 %) y República Dominicana (29 %).

Analizando la presencia de las tarjetas en circulación en relación con el tamaño de la población, la **Figura 4.9** refleja cierta estabilidad en la modalidad de débito en términos per cápita en mercados como Brasil, Costa Rica, México y Perú, además de Reino Unido, durante el periodo 2013-2018. Brasil es el país con mayor número de tarjetas de débito por habitante (1,6) en Latinoamérica mientras que Portugal lo es en Europa (2,1). Los mayores crecimientos per cápita los han registrado Argentina y Colombia.

Portugal y España también han aumentado notablemente el número de tarjetas de débito por habitante, si bien la serie histórica fue modificada en 2018 por la autoridad (Banco de España), de modo que el cambio sustancial es fruto de un tratamiento estadístico. En el caso español se ha pasado de 568 a 954 por cada 1.000 habitantes en el periodo.

**Figura 4.9:** Número de tarjetas de débito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2013-2018

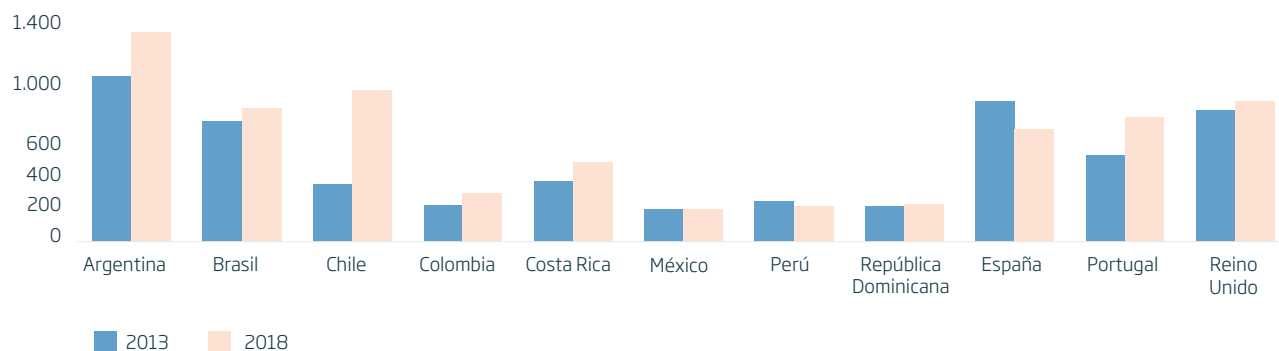


Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

En tarjeta de crédito per cápita destaca sobre todo Argentina por el nivel máximo alcanzado (1,4 plásticos de crédito por habitante). Chile, Colombia y Costa Rica son, por su parte, países en los que ha crecido significativamente el número de tarjetas de crédito per cápita en el periodo de análisis. Perú se ha comportando

de forma inversa, con una caída de 260 a 230 por cada mil habitantes, al que se une España como únicos países cuyos parques de tarjetas de crédito en términos per cápita han caído en el periodo (en el caso de España, por el motivo aludido anteriormente) (ver **Figura 4.10**).

**Figura 4.10:** Número de tarjetas de crédito en circulación por cada 1.000 habitantes, 2013-2018



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

## Dos velocidades asociadas al tipo de uso de la tarjeta: ¿pagos en POS o retirros en ATM?

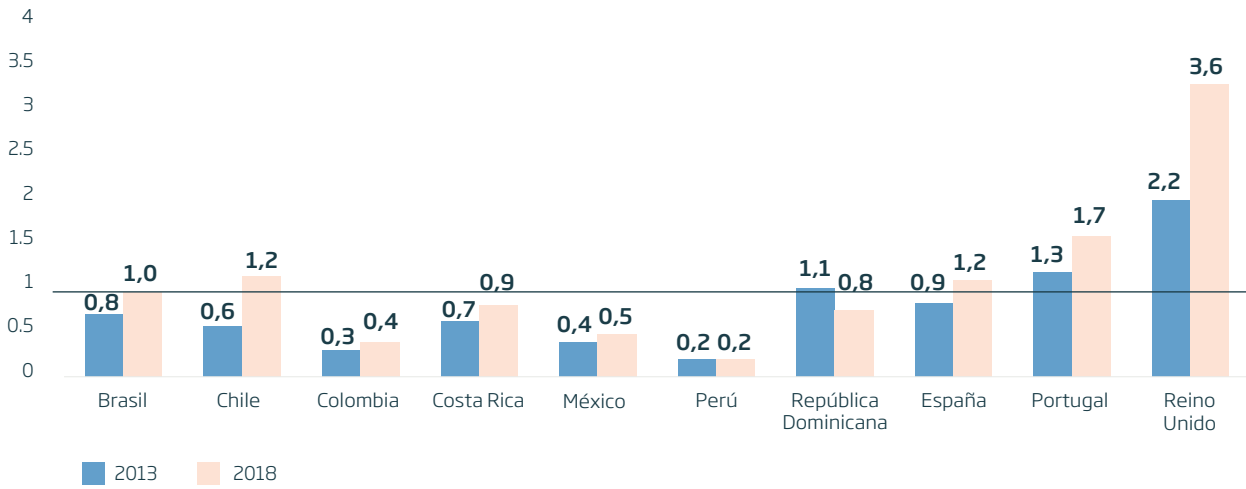
Se mantiene la tendencia que intensifica el uso de las tarjetas como medio de pago directo vs retiro de efectivo en ATM (**Figura 4.11**), aunque a un ritmo lento. Así, el valor de las operaciones de pago con tarjeta en POS supera el valor de los retirros con tarjeta en ATM en España, registrando un ratio de 1,2, por detrás de Portugal (1,7) y de Reino Unido (3,6). Chile superó la unidad en 2017 y Brasil lo hizo en 2018, mientras que Costa Rica se acerca paulatinamente a ella. Perú registra la ratio más reducida (0,2, esto es, el valor de retirros en ATM quintuplica el valor pagado con tarjetas en POS), sin cambios en los últimos seis años. Le siguen Colombia (0,4) y México (0,5), con pequeños cambios en el periodo, mientras que República Dominicana retrocede tras haber superado la unidad en 2017.

En términos de intensidad de uso (**Figura 4.12**), los POS de Reino Unido reciben 7,6 veces el número de las operaciones que reciben los ATM en dicho país. Lidera en intensidad en Latinoamérica Brasil con una ratio de 4,9 veces, y la tercera posición global la ocupa España, con 4,2 veces. Por el contrario, Perú y Colombia son los únicos países cuyos ATM reciben una mayor transaccionalidad que sus POS.

La intensidad de uso de las tarjetas de débito (**Figura 4.13**), sin desglosar por tipo de operación (pagos y retirros) medido como número de transacciones realizadas con cada tarjeta en circulación al año, difiere entre países. Así, Reino Unido es el país más dinámico con 172 transacciones por tarjeta al año. Chile y España le seguirían con 70 y 68 transacciones por tarjeta respectivamente.

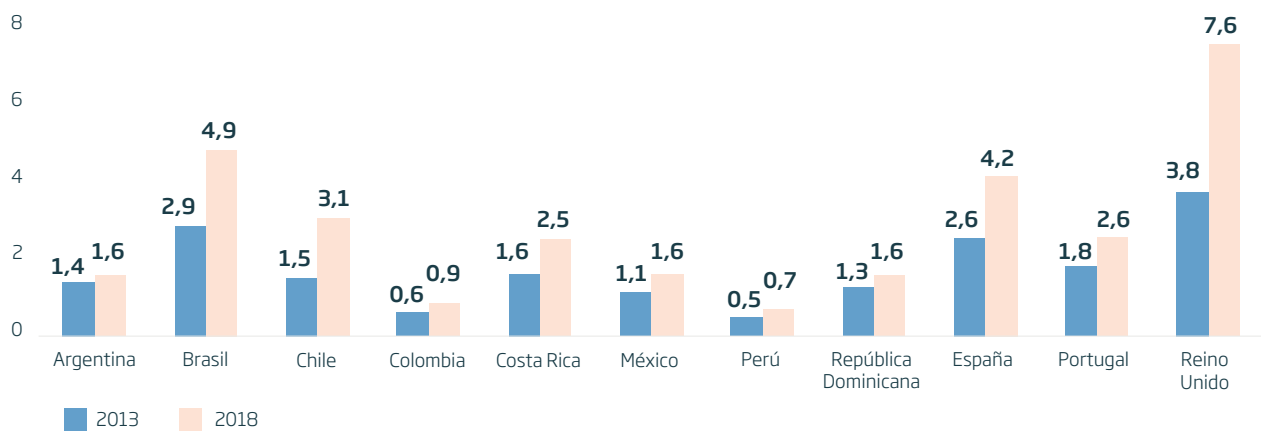
## El valor de los pagos con tarjeta en el POS ya supera a los retirros de efectivo en ATM en España, Portugal, Reino Unido, Chile y Brasil

**Figura 4.11:** Ratio valor de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2013 y 2018



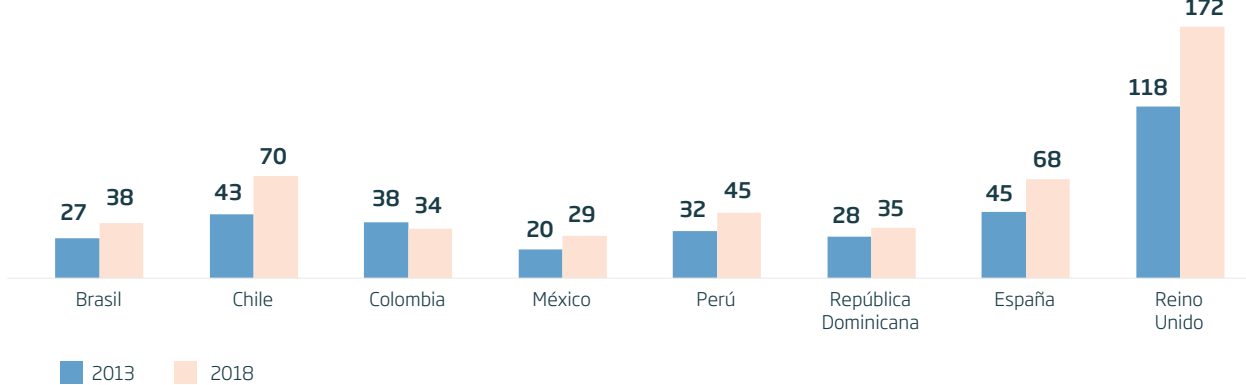
Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

**Figura 4.12:** Ratio volumen de pagos con tarjeta en POS vs retiros de efectivo en ATM, 2013 y 2018



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

**Figura 4.13:** Intensidad de uso de tarjetas de débito: Número. Transacciones por tarjeta / año, 2013 y 2018.



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

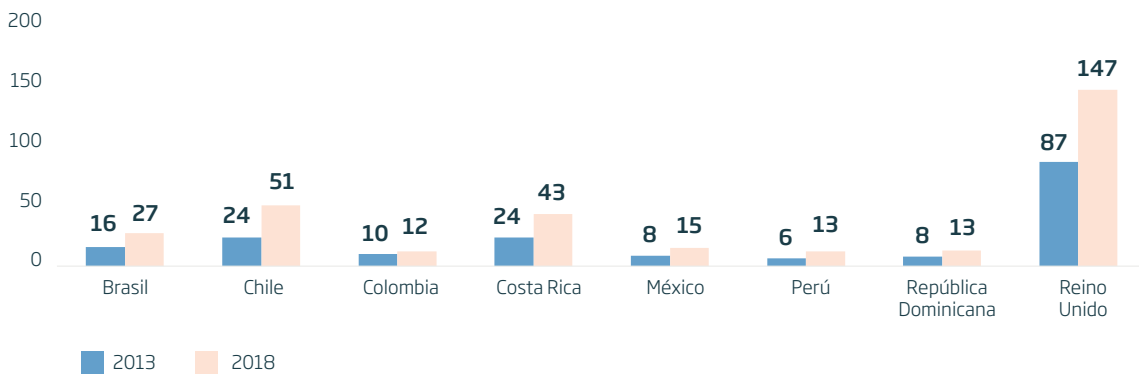
En cuanto a la intensidad del uso de las tarjetas de débito para realizar pagos en POS (**Figura 4.14**), Reino Unido vuelve a liderar el ranking con 147 pagos al año. Chile y Costa Rica se encuentran también a la cabeza, en este caso en Latinoamérica, con 51 y 43 transacciones por tarjeta de débito y año respectivamente. De Argentina, España y Portugal no hay datos disponibles provenientes de fuentes públicas para poder incorporarlos al análisis segmentando por uso de la tarjeta (pagos / retiros) y modalidad (débito/crédito).

En la modalidad de crédito (**Figura 4.15**) destacan asimismo Reino Unido y Costa Rica, con una media de 66 y 54 operaciones de pago en POS por cada tarjeta de crédito en circulación, respectivamente. A cierta distancia se encuentran República Dominicana (42) y Brasil (41).

Pueden por tanto distinguirse dos patrones de uso de tarjetas en cuanto a intensidad de operaciones: Costa Rica, República Dominicana, México y Brasil con mayor intensidad de uso de la tarjeta de crédito; Reino Unido, pese a liderar las dos modalidades, tiene mayor uso relativo del débito. El resto de países muestran un comportamiento similar en cuanto a intensidad de uso.

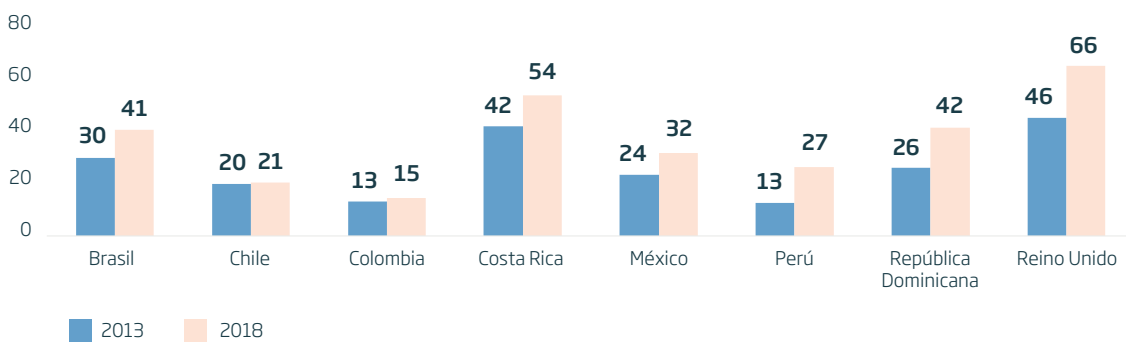
## El ticket promedio de los pagos con tarjeta de débito es similar en casi todos los países

**Figura 4.14:** Intensidad de uso de tarjetas de débito para pagos en POS: Número. Transacciones por tarjeta / año, 2013 y 2018.



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

**Figura 4.15:** Intensidad de uso de tarjetas de crédito para pagos en POS: Número. Transacciones por tarjeta / año, 2013 y 2018.

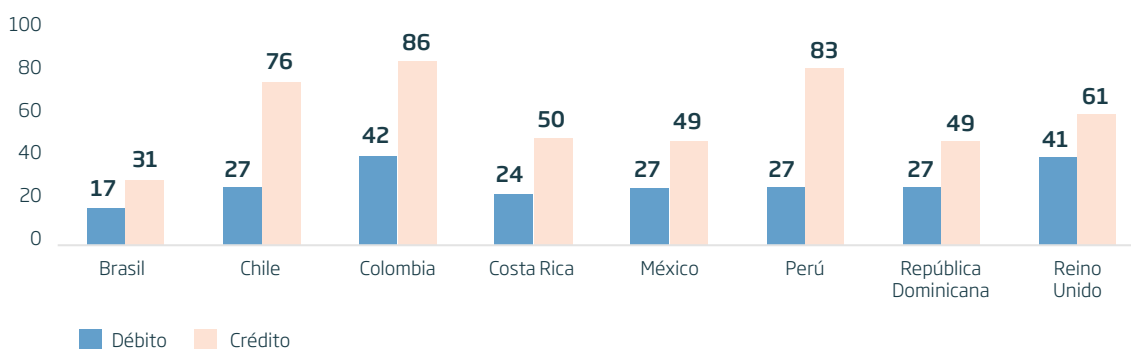


Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos.

El ticket promedio de los pagos con tarjeta de débito en Latinoamérica (**Figura 4.16**) es similar en casi todos los países analizados, de 27 dólares en 2018, a excepción de Colombia que registra un gasto superior (42 dólares) y de Argentina (17 USD), menor. En cuanto a las tarjetas de crédito, el ticket promedio por país sigue

un comportamiento desigual, siendo los importes más bajos los registrados por Brasil (31 USD), Costa Rica, México y República Dominicana (49-50 USD), por debajo del promedio regional, mientras que los más altos son los mostrados por Colombia (86 USD), Perú (83 USD) y Chile (76 USD).

**Figura 4.16:** Ticket promedio en tarjetas de débito y crédito, pagos, 2018, USD



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

## ¿Financiar o no financiar las compras con tarjeta de crédito?

La facilidad de financiación de consumo con tarjeta de crédito (**Tabla 4.6**), generadora de ingresos financieros asociados a un método de pago, persiste en el mayor dinamismo que históricamente ha mostrado en Latinoamérica en relación con Europa, aún considerando Reino Unido.

### El recurso a la facilidad de financiación con tarjeta de crédito es más dinámica en Latinoamérica que en Europa

Dicho esto, el crecimiento en España en los últimos seis años se ha acercado a los dos dígitos (9,0 % CAGR), si bien partiendo de niveles bajos. De hecho, todos los países de la región superan a España (1,1 %), Portugal (1,6 %) y Reino Unido (2,6 %) en valor de financiación de consumo con tarjeta de crédito respecto al PIB, destacando Colombia (4,4 %), Chile (4,8 %), Costa Rica (3,6 %) y Brasil (3,4 %) como los mercados que con mayor intensidad recurren a la financiación del consumo con tarjeta de crédito. Los valores medios más elevados se registran en Colombia (1.188 USD de financiación viva por tarjeta de crédito en circulación), Perú (892 USD), Costa Rica (807 USD) y Colombia (1.132 USD), y los más reducidos en Argentina (274 USD), España (294 USD) y Brasil (345 USD).

Tabla 4.6: Financiación al consumo con tarjeta de crédito, 2018, USD

	Valor (USD) por tarjeta de crédito	Valor total (% del PIB)	Valor
	2018		Tasa de crecimiento anual compuesto 2013-2018
<b>Argentina</b>	274	2,2	37,1
<b>Brasil</b>	345	3,4	9,8
<b>Chile</b>	796	4,8	n.a.
<b>Colombia</b>	1.188	5,5	11,3
<b>Costa Rica</b>	807	3,6	10,5
<b>México</b>	624	1,4	4,7
<b>Perú</b>	892	2,9	8,4
<b>República Dominicana</b>	425	1,3	13,5
<b>América Latina</b>	669	3,1	13,6
<b>España</b>	294	1,1	9,0
<b>Portugal</b>	454	1,6	3,4
<b>Reino Unido</b>	1.228	2,6	4,5

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

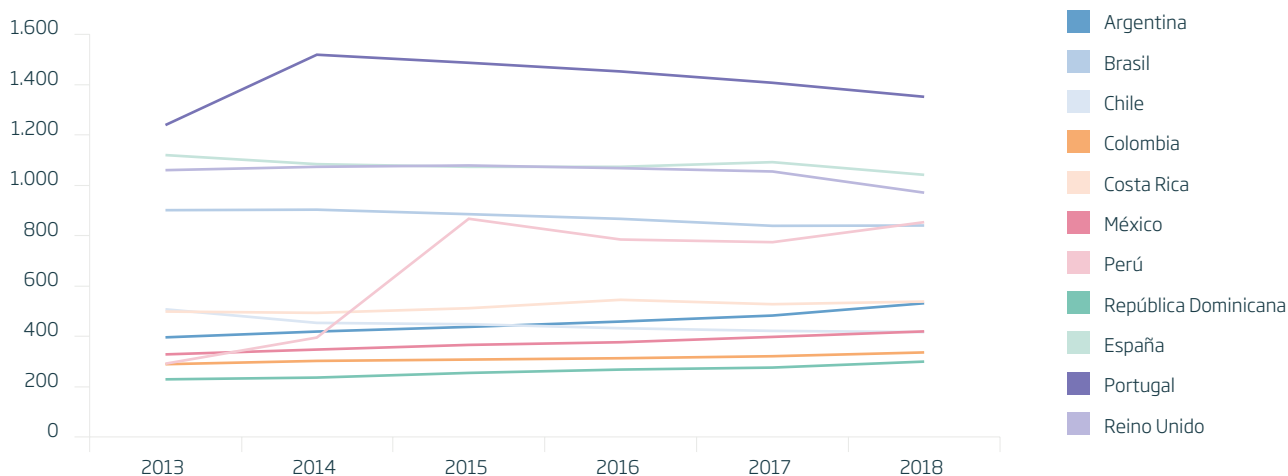
Para concluir esta sección sobre pago con tarjetas, hubiera sido deseable poder dar cuenta de la transaccionalidad de pagos con tarjeta contactless en nuestros países de referencia, pero solo unos pocos recogen esta información a partir de sus autoridades vigilantes de los sistemas de pagos. Así, por ejemplo, el Banco de Portugal informa -de forma agregada- que la tecnología contactless fue utilizada en 2018 en apenas el 3,6 % del volumen y 1,5 % del valor total de compras pagadas con tarjeta en el año. Asimismo, las estadísticas sobre dimensión del parque y transaccionalidad de las tarjetas prepago abierto (dinero electrónico) siguen sin ser visibles al público general.

## Repliegue de ATM en mercados maduros y expansión global de POS

Las redes de ATM y POS en Latinoamérica han registrado un crecimiento desigual durante los últimos seis años, tal y como se muestra en la **Figura 4.17** para los ATM, y en la **Figura 4.18** para los POS.

En Chile, la red de ATM sigue menguando su presencia, a un ritmo del -3,4 % CAGR en el periodo 2013-2018, a lo que contribuye la caída del 2,0 % en 2018. Costa Rica revierte el comportamiento negativo de 2017 aportando un 3,5 % más de ATM a la red en 2018. En Portugal, la caída ha sido del 3,4 % en 2018, mientras que España registra un tercer año de crecimiento (+1,1 %), situando al parque de ATM en 51.391 unidades, el 83 % de las existentes en el momento en que dicha red de disposición alcanzó su mayor tamaño (en 2008). Por su parte, Reino Unido registra por tercer año consecutivo una caída en el número de ATM (-9,2 % en 2018) con una dimensión del parque al cierre de 2018 de 63.200 ATM, en niveles de 2009.

**Figura 4.17:** Número de ATM por cada millón de habitantes, 2013-2018



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

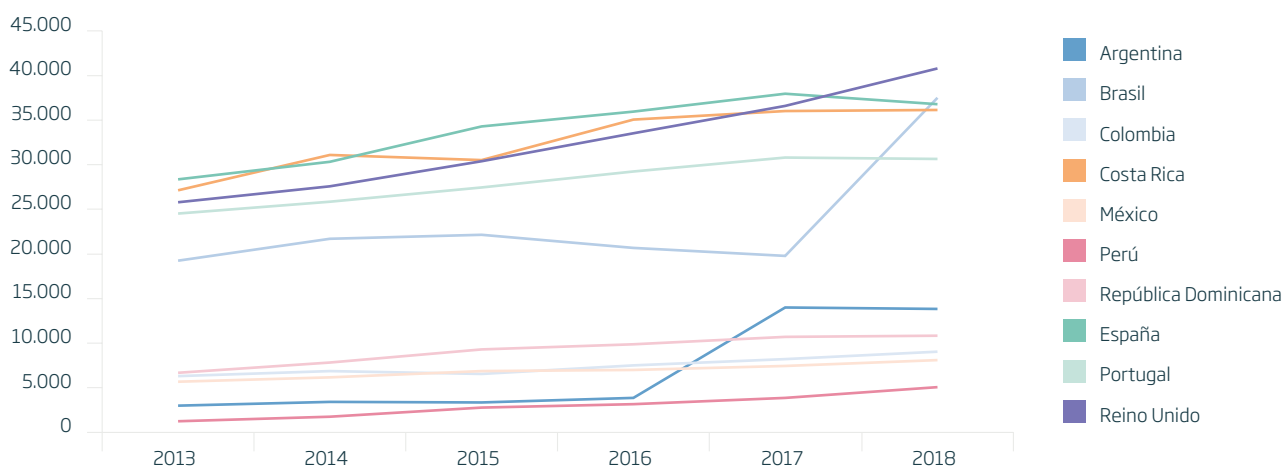
De los datos recogidos en la **Figura 4.17** destaca, sin lugar a dudas, el excepcional crecimiento de Argentina, que contabiliza un crecimiento del 65,8 % en 2018 (23,0 % CAGR para el periodo 2013-2018), contando con una red de ATM que casi triplica la registrada en 2013 si bien, dada la cobertura per capita alcanzada, con mucho margen de crecimiento aun por cubrir. Perú decrece en el último año a tasa de 0,7 %, pero teniendo en cuenta que el crecimiento acumulando en el periodo es del 21,4 % anual, la red de ATM se ha triplicado con respecto a la registrada en 2013. Así, el país andino ha llevado a cabo un salto de nivel hasta los 853 ATM por cada millón de habitantes y situarse por encima de los registros per cápita de Brasil (840), los mayores de esta variable en Latinoamérica. República Dominicana sigue a la cola en cobertura ATM por millón de habitantes (299), por detrás de Colombia (336), Chile (416) y México (419).

## Argentina triplica la red de ATM registrada en 2013

La **Figura 4.18** pone de manifiesto el liderazgo indiscutible de Reino Unido en cuanto a cobertura POS per cápita, además de una evolución creciente de la red de POS a nivel global, si bien persisten dos grandes categorías dentro del grupo de países representados: Reino Unido, España, Costa Rica, Portugal y Brasil con más de 30.000 POS por cada millón de habitantes (40.800 en el caso de Reino Unido, 37.500 en Brasil, 37.000 en España y Costa Rica; y 31.000 en Portugal); y Perú (5.100), México (8.100), Colombia (9.000) y Argentina (14.000) con menos de 15.000<sup>19</sup> por millón.

Brasil, que el año anterior perdió 300.000 unidades, registra el mayor crecimiento interanual en número de POS instalados en 2018 (cerca al 90 %), alcanzando una cifra agregada de 7,8 millones de terminales. España registra un crecimiento positivo (2,7 %) superando los 1,8 millones de POS instalados, mientras que Portugal se estanca en el crecimiento y repite cifra, 317.000.

<sup>19</sup> No existen datos oficiales de carácter público para la serie correspondiente a Chile.

**Figura 4.18:** Número de POS por cada millón de habitantes, 2013-2018

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

Tal y como se puede apreciar en la **Tabla 4.7** y en la **Tabla 4.8**, el incremento del número de puntos de las redes de disposición ha contribuido a elevar el número y el valor de las transacciones en el periodo. Argentina registra un gran aumento de la transaccionalidad en ATM (7,7 % en volumen, 22,8 % en valor) seguido a cierta distancia por Perú (7,3 % y 7,4 % respectivamente).

España y Portugal registran aumentos en el uso de ATM durante el periodo 2013-2018 (0,7 % y 0,4 % respectivamente, en número de operaciones), así como el valor del efectivo retirado en 2018 (+ 2,7 % y +2,1 % respectivamente), mientras que caen en Reino Unido (-3,5 % y -2,0 % respectivamente).

**Tabla 4.7:** Uso de cajeros automáticos, 2018

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2013-2018	
<b>Argentina</b>	1.025	96	94	7,7%	-0,7%
<b>Brasil</b>	3.407	366	107	0,1%	4,5%
<b>Chile</b>	563	47	84	2,5%	4,3%
<b>Colombia</b>	726	86	118	4,6%	9,7%
<b>Costa Rica</b>	164	16	96	3,6%	6,4%
<b>México</b>	1.895	192	101	5,2%	9,1%
<b>Perú</b>	465	53	114	7,3%	7,4%
<b>República Dominicana</b>	112	9	80	8,8%	15,2%
<b>España</b>	935	147	158	0,7%	2,7%
<b>Portugal</b>	484	45	94	0,4%	2,1%
<b>Reino Unido</b>	2.420	232	96	-3,5%	-2,0%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Los datos para Argentina son de 2017, procedentes del Yellow Book 2018

El monto medio por operación registrada en los ATM en 2018 oscila entre los 80,3 USD de República Dominicana y los 157,8 USD de España, un 68 % superior a la registrada en los ATM portugueses (93,5 USD) y un 65 % superior a la de los ATM británicos (95,7 USD).

Los titulares de tarjetas en España retiraron el equivalente en euros de 147.000 millones de dólares de los ATM durante 2018, una variable que permite aproximar la intensidad del uso del efectivo. En Portugal se retiraron 45.000 millones de dólares mientras que en Reino Unido se retiraron 231.000 millones de dólares, tercer año consecutivo de caída registrada en este variable en el país anglosajón.

La tendencia de crecimiento se ha acentuado en el comportamiento tanto del volumen como del valor de los pagos con tarjeta en POS. Aumenta en España, Portugal y Reino Unido tanto el número de operaciones de pago en POS (+13,8 %, 9,0 % y 13,4 % en 2018) como el valor (+9,0 % y 9,1 % y 4,4 %), contribuyendo a que en el periodo 2013-2018 la evolución mantenga el signo

positivo en número de operaciones en el caso de España (+11,1 % CAGR) y en valor (+5,9 % CAGR), así como en Reino Unido (+11,1 % y 3,0 % CAGR) y Portugal (+7,6 % y 5,6 % respectivamente).

En Latinoamérica destaca Chile, que anota un crecimiento CAGR para el periodo de 23,6 % en términos de volumen y de 15,1 % en valor que le sitúa como líder de crecimiento en estas variables. Le sigue, atendiendo a la transaccionalidad (volumen), Perú (16,9 %) y República Dominicana (14,6 %). En torno al 11% de crecimiento en intensidad de uso para el periodo se sitúan Brasil, Colombia y Costa Rica, con ritmos similares a los registrados por España y Reino Unido. El crecimiento más tímido para el conjunto del periodo lo registra Portugal.

El importe medio por operación de pago en POS oscila entre los 23 USD registrados en Brasil y los 63 USD de Portugal, sin registrar un patrón asociado a la condición de país europeo o latinoamericano.

**Tabla 4.8:** Uso de POS, 2018

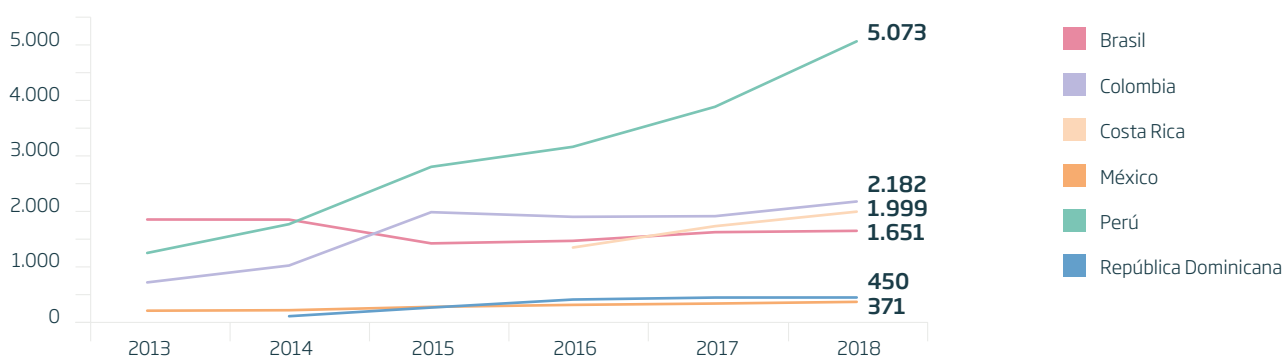
	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2018			Tasa de crecimiento anual compuesto 2013-2018	
<b>Argentina</b>	1.374	61	44	10,0%	6,2%
<b>Brasil</b>	16.537	383	23	11,2%	1,0%
<b>Chile</b>	1.508	59	39	23,6%	15,1%
<b>Colombia</b>	593	34	58	11,1%	-1,8%
<b>Costa Rica</b>	389	13	33	11,6%	5,8%
<b>México</b>	3.047	100	33	12,7%	4,5%
<b>Perú</b>	433	23	52	16,9%	5,2%
<b>República Dominicana</b>	168	7	41	14,6%	10,2%
<b>España</b>	3.904	174	45	11,1%	5,9%
<b>Portugal</b>	1.246	78	63	7,6%	5,6%
<b>Reino Unido</b>	18.383	963	52	11,1%	3,0%

Fuente: Afi, a partir de bancos centrales y superintendencias de bancos. Los datos para Argentina son de 2017, procedentes del Yellow Book 2018

Una herramienta clave para facilitar la bancarización de la población y la consiguiente extensión de los medios de pago electrónicos o digitales en Latinoamérica es el protagonizado por los corresponsales no bancarios (**Figura 4.19**), a los que damos debido seguimiento en este Informe.

Perú persiste como el país que lidera el ranking de número de corresponsales en relación a la población, con más de cinco corresponsales por cada 1.000 habitantes. Colombia mantiene el segundo puesto al que cayó en 2015 con dos corresponsales por cada 1.000 habitantes, con Costa Rica en tercera posición y muy cerca de Colombia. Brasil ha quedado relegado a una cuarta posición en términos per cápita mientras República Dominicana sigue aventajando por la mínima a México, a la cola y con crecimiento tímido.

**Figura 4.19:** Número de corresponsales bancarios por millón de habitantes, 2018



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

## Se intuye una fuerte intensificación del uso de la banca online y móvil

La banca online sigue ganando peso a grandes pasos como canal transaccional para operaciones de pago, afirmación motivada más por la evidencia anecdótica o visual que por datos oficiales que la sustenten. El mayor peso viene 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 100 % digitales que solo operan en un entorno virtual; de hecho, es el futuro de la industria.

La **Tabla 4.9** pone de manifiesto la presencia de la banca online en el ámbito transaccional, si bien no existe una política estandarizada de reporting entre las autoridades encargadas. De los países de los que se ha podido acceder a información y datos relevantes, se observa una coincidencia en el peso del valor de las transacciones online con impacto financiero sobre el conjunto de operaciones bancarias de pago (esto es, no contempla consultas o accesos sin orden de pago o transferencia), que representan un tercio del total del valor. En porcentaje del número de operaciones se observa una mayor variabilidad, desde el 9,9 % del total de transacciones en Argentina, hasta el 49,8 % de las registradas por la Superintendencia Financiera de Colombia, pasando por el 10,7 % de Perú y el 29,4 % de Brasil. No hay datos oficiales disponibles para esta variable para los casos de España, Portugal y Reino Unido, ni el resto de países de la región Latinoamericana.

Tabla 4.9: Banca online, 2018

	Número de usuarios de banca online (Millones)	Número de operaciones (millones)	% sobre total operaciones	Valor (miles de millones USD)	% sobre total del valor
	<b>2018</b>				
<b>Argentina***</b>		88,1	9,9%	47,0	3,9%
<b>Brasil*</b>		21896,0	29,4%	7,1	33,9%
<b>Chile*</b>	10,58	586,1		0,2	
<b>Colombia*</b>		3151,7	49,8%	946,0	39,0%
<b>Costa Rica</b>	2,71	140,1		327,8	
<b>México</b>					
<b>Perú</b>		223,5	10,7%	469,2	38,8%
<b>R. Dominicana**</b>	4,00	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>España**</b>	24,17	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Portugal</b>	4,04	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Reino Unido</b>	48,18	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

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

\* Transferencias por Internet

\*\* Número de usuarios de banca por Internet

\*\*\* Transferencias inmediatas de bajo valor de usuarios de homebanking

En relación al pago móvil, son un año más pocos los países que recogen oficialmente esta información. La nota negativa a la hora de analizar la evolución en la adopción de los servicios de banca móvil, así como los pagos móviles, es la escasez de estadísticas oficiales en la mayoría de los países contemplados en este Informe. De ahí la importancia de contar en este Informe con el ejercicio de mercado abordado en el capítulo 6, que permite estrechar la brecha de conocimiento a falta de estadísticas públicas.

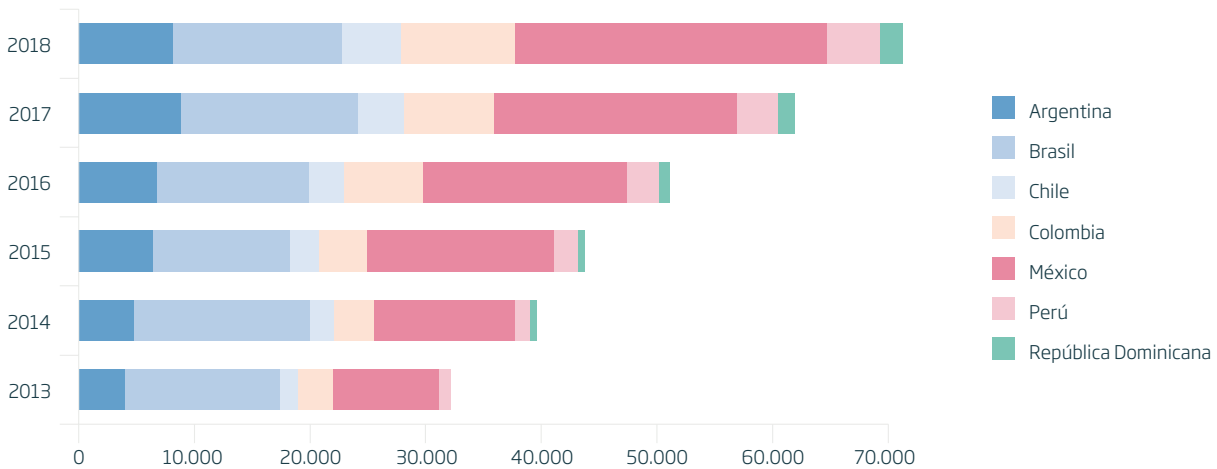
## El ecommerce marca nuevos récords de transaccionalidad

El comercio electrónico minorista en Latinoamérica (Figura 4.20) se ha más que duplicado en el periodo -en valor de ventas realizadas por este canal-, alcanzando una cifra global de 71.000 millones de dólares en 2018 desde los 32.000 millones de dólares registrados en 2013. México concentra el 40 % del valor de las ventas

registradas, seguido de Brasil con un 20 %. Colombia ocupa la tercera posición (9.800 millones de dólares) seguido de Argentina (USD 8.000 millones). Conviene matizar que, a diferencia de lo que sucede en España, donde la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) publica una serie homogénea de datos de ecommerce con un elevado grado de tabulación, o en Portugal con su banco central, o Reino Unido desde la UK Cards Association, la identificación de datos oficiales de comercio electrónico para los países de Latinoamérica es un ejercicio más complejo por la heterogeneidad de fuentes disponibles para consulta, algunas de ellas no oficiales.

**En el periodo 2013-2018 la facturación ecommerce se ha duplicado en Latinoamérica, y triplicado en España**

**Figura 4.20:** Comercio electrónico en Latinoamérica, 2018, millones de USD



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

España ha visto triplicar el volumen de facturación del comercio electrónico desde 2013. Las cifras publicadas por la CNMC relativas al ejercicio 2018, que contabiliza las compras realizadas por Internet mediante tarjeta de crédito o débito, avalan este comportamiento: se registraron 692 millones de transacciones de comercio electrónico (un 34,5 % más que las registradas en 2017) y que supusieron un volumen de negocio cercano a los 40.000 millones de euros, un 29,1 % más que en 2017.

Portugal, por su parte, muestra mayor timidez, tanto en dimensión –lógica, por el tamaño de su mercado- como en evolución. En 2018 se registraron transacciones en ecommerce por valor de 5.000 millones de euros, no llegando a duplicar el valor con respecto a 2013 pero anotando un crecimiento interanual del 8,7 %. El Banco de Portugal en su Relatório dos Sistemas de Pagamentos 2018 reconoce que las compras online –realizadas con tarjeta- representan apenas el 3,8 % y el 5,7 % del volumen y el valor del total de compras efectuadas en 2018, respectivamente.

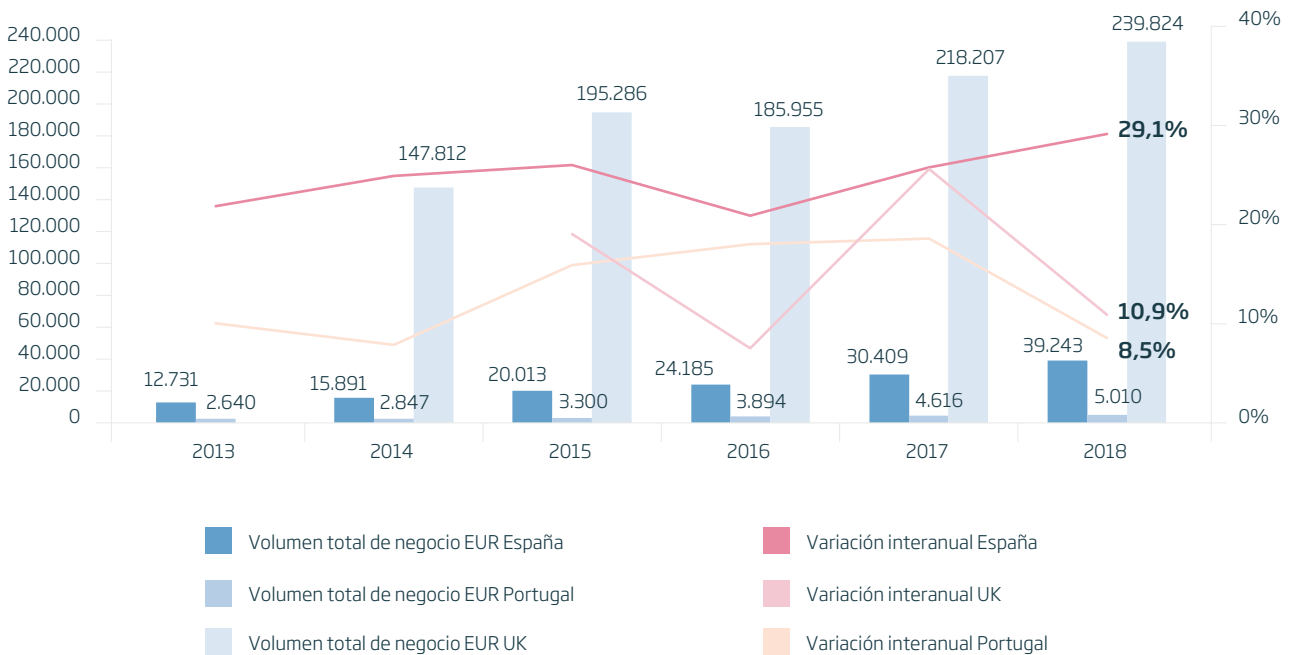
Destaca, con gran diferencia, el comportamiento y dimensión del ecommerce en Reino Unido, uno de los mayores mercados en ventas online según el 2018 Global Ecommerce Report. No en vano, el valor de las transacciones de ecommerce pagadas con tarjetas

supera los 212.000 millones de libras (239.000 millones de euros), con un incremento del 10,9 % respecto a 2017. En número de ventas online, se superan los 2.500 millones, un 17 % superior al de 2017.

El análisis sectorial del ecommerce en España permite identificar que las agencias de viaje y operadores turísticos concentran el 14,4 % de la facturación y mantienen el liderazgo en 2018. Estos, junto con transporte aéreo (10,3 %), hoteles y alojamientos (4,5 %), transporte terrestre (3,6 %) y espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,2 %) sitúan al sector turístico como líder indiscutible del comercio online en España por ingresos (36 %). Por su parte, la facturación de juegos de azar y apuestas (4,1 %) aumenta un 42,4 % en el último año, facturando 1.608 millones de euros.

Atendiendo al volumen de operaciones, el primer puesto del ranking lo ocupa transporte terrestre de viajeros (7,6 % del total) con más de 52 millones de compras -20 millones más que en 2017- seguido por juegos de azar y apuestas (6,7 %) que supera los 46 millones de compras (incremento del 50,6 % respecto el año anterior) y libros y discos que suponen el 5,8 % del total de las compras online efectuadas.

**Figura 4.21:** Comercio electrónico en España, Portugal y Reino Unido, 2013-2018, millones EUR

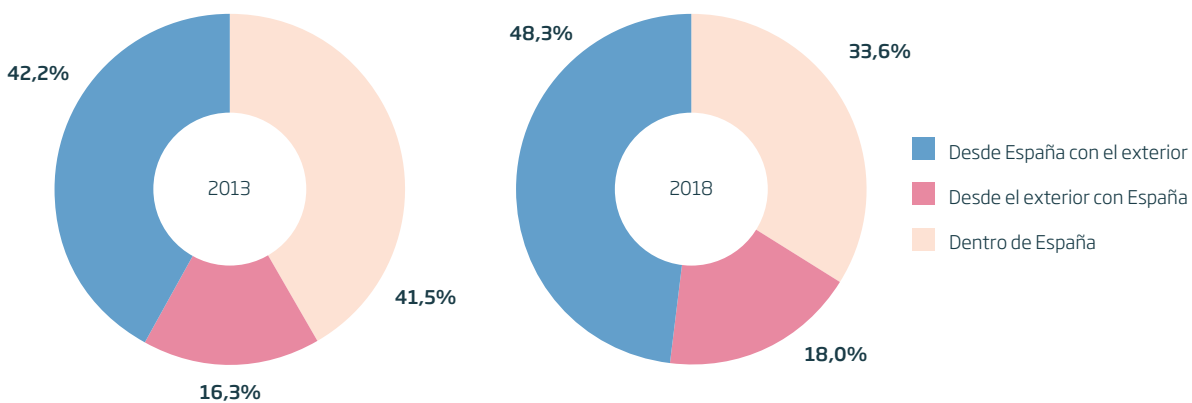


Fuente: Afi, a partir de Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, Banco de Portugal, The UK Cards Association y UK Finance. No hay datos disponibles anteriores a 2014 para Reino Unido.

En el detalle de las transacciones por origen y destino (**Figura 4.22**), se aprecia el predominio de las transacciones desde España con el exterior (48%), asociado a la importación de bienes y servicios adquiridos online cuyo peso ha crecido en el periodo analizado. Muy cerca, aunque perdiendo representatividad, están las transacciones realizadas en el mercado doméstico (33,6 %) y, a una distancia considerable se siguen situando

las transacciones registradas desde el exterior con España, esto es, las exportaciones ecommerce (18,0 %) que además en 2018 mejoran en casi dos puntos su representatividad en el total, dato sin duda positivo. No obstante, sigue siendo una asignatura pendiente de mejora para las empresas españolas, que muestran un rezago importante en su presencia online en el exterior.

**Figura 4.22:** Comercio electrónico en España, 2013-2018, millones de EUR



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

# A las puertas del Open Banking

5





# Del Open payments al Open data

---

La continua y veloz extensión de las fronteras de lo tecnológicamente posible evidencia el riesgo de obsolescencia de la actual normativa y de su incipiente concepción de la Banca Abierta, aun encontrándose en estados preliminares de desarrollo.

La industria de los medios de pagos, aparentemente etérea e invisible hasta hace apenas una década, atraviesa por una transformación similar a la ya experimentada por otras industrias y sectores de actividad tales como las telecomunicaciones, la movilidad, el comercio, la logística y el entretenimiento -por mencionar algunos- con una creciente y disruptiva incursión de empresas tecnológicas con capacidades globales ajenas en su origen a estos negocios.

Dicha transformación gira eminentemente en torno a los vertiginosos avances tecnológicos y a la digitalización que afectan en mayor medida a los proveedores establecidos, a cargo de atender en régimen de cuasi-exclusividad las necesidades financieras de los agentes desde la comodidad de tener ya establecida una relación estable con ellos, quienes han confiado de forma más o menos consciente la custodia de sus datos personales y financieros, régimen que hoy se percibe como una suerte de privilegio del pasado y, por tanto, amenazado en el nuevo contexto.

Ello, a pesar de que el sector bancario se ha caracterizado por ser altamente intensivo en el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones. No ha sido la bancaria, por tanto, una actividad ajena a la disrupción tecnológica y, de hecho, es el enorme legacy tecnológico, junto al legacy de la cultura de negocio bancario, los que ejercen hoy de stoppers a la transformación digital, condición necesaria para seguir siendo relevantes.

Los legacy tecnológicos complican y encarecen el rediseño, la adaptación y modernización de las infraestructuras existentes versus su diseño y construcción ex novo, habida cuenta de que la operativa

no puede interrumpirse entre tanto. Los legacy en la cultura de los negocios ralentizan el arranque de innovaciones regulatorias como la habilitada por los preceptos del Open Banking que, previsibles desde 2015, aún no son visibles en 2020.

## ¿Qué es?

El Open Banking o la Banca Abierta es el nuevo enfoque de negocios que permite la sincronización de los datos de clientes custodiados por las entidades financieras, con los datos de otros proveedores de servicios financieros -a través de API, interfaz de programación de aplicaciones- para ampliar la oferta de servicios financieros a los consumidores. La Banca Abierta es (o más bien, será) resultado de dos grandes fuerzas y su consecuente retroalimentación: regulación e innovación.

La Banca Abierta es una nueva forma de proveer servicios bancarios a partir del reconocimiento de la propiedad de los clientes de sus datos financieros, independientemente de que se encuentren custodiados por la o las entidades financieras con la(s) que opera; y de la portabilidad de los mismos entre entidades a elección del propio cliente, para lo cual éstas deben habilitar mecanismos de acceso seguro a proveedores terceros registrados sobre las cuentas autorizadas por los clientes.

**La Banca Abierta es una nueva forma de proveer servicios bancarios a partir del reconocimiento de la propiedad de los clientes de sus datos financieros**

El ecosistema de Banca Abierta está conformado por tres tipos de agentes: el proveedor de datos (banco o custodio de las cuentas de pago de los clientes); los proveedores terceros de servicios (TPP), organizaciones que solicitan permiso para acceder, recibir y procesar los datos de clientes; y los clientes, propietarios de los datos, quienes cuentan con la opción de autorizar su acceso y disponibilidad a esos TPP para el disfrute de productos y servicios de valor añadido. En Banca Abierta, los datos se comparten entre los agentes garantizando la autenticación, autorización y el consentimiento, considerando distintos niveles de acceso a partir de distintos permisos y de procesos de encriptación, a través de canales de acceso y compartición de datos estándar o normalizados.

### ¿Qué impacto se espera?

La Banca Abierta está configurándose en una tendencia a nivel mundial, orientada a mejorar la eficiencia, las propuestas de valor y el bienestar por medio de la optimización y personalización de la oferta de los servicios financieros a partir de dos vectores de desarrollo: el acceso a los datos financieros de los usuarios particulares y pymes; y los nuevos modelos de negocio que dicho acceso regulado habilitan.

En este contexto, las entidades bancarias están llamadas a ser no solo depositarias del dinero y la confianza de los clientes, sino también facilitadoras del control de sus finanzas, cada día más abiertas y compartidas con agentes terceros. La condición de "agente de confianza" que disfrutaban actualmente las entidades bancarias seguirá siendo una ventaja competitiva durante algún tiempo, ventaja que debe maximizarse para mitigar la pérdida de clientes que los nuevos agentes con propuestas de valor atractivas, innovadoras, convenientes y digitales, y con la capacidad tecnológica y normativa para atender a los clientes hoy aun exclusivamente bancarios, pueden ocasionar.

Por otro lado, el usuario de servicios de pago sigue bastante ajeno a la situación por desinformación y falta de señales claras y comprensibles, ya sea de las autoridades o de los propios proveedores quienes, poco a poco, van esclareciendo las oportunidades que brinda la apertura, tras una primera reacción de incertidumbre y lentitud de arranque motivada por los ya mencionados legacy tecnológicos y mentales.

## El usuario de servicios de pago sigue bastante ajeno a la situación por desinformación y falta de señales claras y comprensibles

El Open Banking y las regulaciones que lo habilitan total o parcialmente son, por tanto, un acicate que el sector bancario necesita para maximizar su potencial de contribución al bienestar, democratizando el acceso a servicios financieros asequibles y de calidad, comenzando por los pagos -tal como contempla para Europa la PSD2- y la gestión de las finanzas personales, familiares, de los pequeños negocios y trabajadores de la gig economy, declarados tácitamente como un servicio básico a proteger y mejorar.

Una vez el Open Banking sea mainstream en algún momento de la próxima década, el siguiente paso pasará por contar con un sistema financiero interconectado a nivel global que dé respuesta a las necesidades de la sociedad universal, diversa y digital del siglo XXI. Unas necesidades más sofisticadas, más complejas y más expuestas a nuevos riesgos como los de la ciberseguridad, el fraude, la privacidad y la exclusión. Hay necesidades que atender para todo tipo de proveedor.

### ¿Cómo hemos llegado a este punto?

El origen de esta nueva forma de hacer banca se sitúa en la Competition and Markets Authority (CMA) del Reino Unido, que realizó en 2016 una investigación del mercado de la banca minorista (Retail Banking Market Investigation) ante la sospecha de que los clientes bancarios no estaban recibiendo las mejores propuestas de valor. La investigación evidenció que los bancos más grandes y establecidos no competían lo suficiente por captar nuevos clientes, mientras que a los bancos más pequeños y nuevos les resultaba difícil competir y crecer, con la sospecha de que los clientes particulares y pymes no se beneficiaban de productos y servicios innovadores, ni de precios competitivos. La investigación derivó en medidas que pronto se tradujeron en la obligación de los nueve mayores proveedores de cuentas corrientes del país (denominados los CMA9), a aplicar desde enero de 2018 los estándares establecidos por la Open Banking Standards Initiative (OBSI).

Unos años anteriores en el tiempo, pocos, las instituciones europeas promulgaron la nueva Directiva sobre Servicios de Pagos (PSD2) que, si bien tenía como objetivo original armonizar los servicios de pago en Europa, fomentar la competencia y proteger al consumidor en el ámbito particular de los pagos, la evidencia de la disrupción digital ya en ciernes junto con la gestación del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) permitió incorporar los preceptos del Access to the Account (XS2A), habilitador del paradigma del Open Banking.

El impacto de PSD2 poco tiene que ver hoy con el que hubiera tenido lugar de haberse implementado cuando fue concebido su diseño primigenio, allá por 2013. Tanto es así, que son muchas las voces que consideran que, habiéndose quedado la norma corta en su alcance, a pesar de traer consigo un nuevo paradigma para los servicios de pago y de no haber concluido aún su implementación, es el momento de pensar en una nueva reforma que conduzca a una PSD3 o a una nueva norma de Banca Abierta que trascienda más allá de las cuentas de pago. Y es que el nivel de desarrollo tecnológico, así como la innovación alcanzadas en estos años de transición desde la concepción a la implementación ha transformado el contexto y ha ampliado las fronteras de lo que se preveía como técnicamente posible. Y no solo en el ámbito europeo. Algo similar estaría ocurriendo en México con su Ley de Tecnologías Financieras y el proceso reglamentario en curso: el regulador se encuentra en ocasiones constreñido por la velocidad de la innovación tecnológica que, constatadas sus bondades teóricas en beneficio del consumidor, exigen revisar de forma casi constante muchos detalles de las reglas de juego concebidas originalmente para una vigencia temporal suficientemente estable y habilitadora de nuevos modelos de negocio puramente digitales.

**El impacto de PSD2 poco tiene que ver hoy con el que hubiera tenido lugar de haberse implementado cuando fue concebido su diseño primigenio**

## El Open Banking, un fenómeno global

Uno de los aspectos más característicos del Open Banking es la expansión geográfica en la que se encuentra inmerso. Son de hecho numerosas las iniciativas asimiladas al nuevo y aún incipiente fenómeno global de Banca Abierta originado en Europa, si bien con diferentes motivaciones, orientaciones, velocidades y puntos de llegada. A pesar de que queda un largo camino para su asentamiento -aun en el Reino Unido-, un buen número de reguladores financieros están considerando su adopción en el corto o medio plazo.

### Iniciativas alrededor del mundo

Open Banking es el concepto de utilizar tecnologías API de acceso abierto a los datos bancarios de clientes que permite a proveedores tecnológicos y a los propios bancos construir nuevas aplicaciones y servicios centrados en las necesidades precisas de los clientes. Open Banking permite a dichos clientes -hasta ahora casi exclusivamente bancarios- moverse libremente entre proveedores de servicios financieros en función de sus preferencias, situación y propuestas de valor.

PSD2, por su parte, en su literal, exige a los bancos la apertura de las cuentas de sus clientes a proveedores terceros para la ejecución o gestión de órdenes de pago. Dicho esto, la sensación es que la legislación PSD2 ha devenido en instrumentos pro-competencia, quedando como un objetivo secundario la consecución del mercado único de pagos y el fortalecimiento de un espacio de pagos europeo que dé respuesta a las necesidades de la economía digital, que ya no es local o internacional, sino global.

Una clasificación propia de las iniciativas genuinas de Open Banking en el mundo, construida a partir de las dimensiones que cada una de ellas abarcaría, queda reflejada en la **Figura 5.1**.

**Open Payments** habilita la apertura de la competencia y de los datos financieros exclusivamente en el vertical de los pagos; de hecho, los dos nuevos servicios genéricos que habilita la norma PSD2 en Europa –agregación de información e iniciación de pagos- están precisamente asociados a dicha función, tanto implícita como explícitamente, considerando que el objetivo subyacente original fue avanzar en la integración del mercado único de pagos en Europa. Por su parte, el paradigma del **Open Banking** da un paso más y considera otros

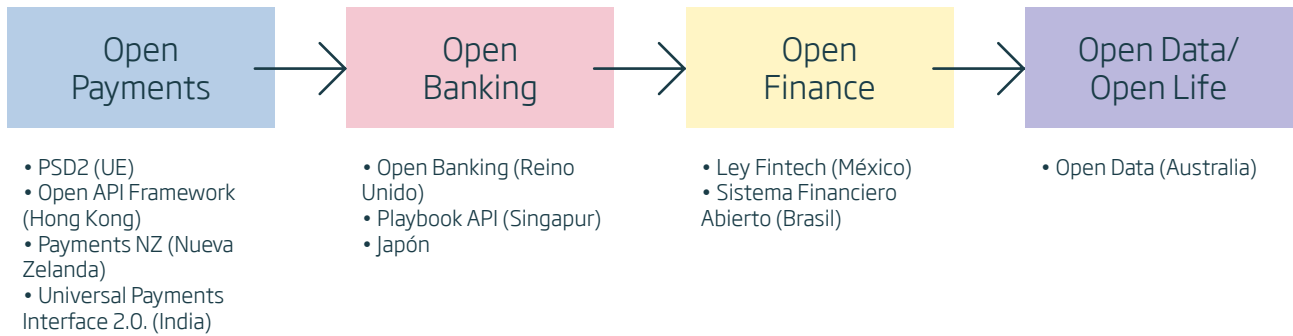
verticales de la actividad bancaria, como la financiación y el ahorro, no solo los pagos. **Open Finance** amplía la tipología de proveedores sujetos a la obligación de apertura de los datos y a la competencia más allá de los bancos, involucrando a otras entidades financieras (aseguradoras, fondos, etc.). Y una vez todo el sector financiero participa de esta apertura, serán otras industrias las que se vean disruptidas en este mismo sentido.

**Tabla 5.1:** PSD2 y Open Banking en Reino Unido: principales diferencias

PSD2	Open Banking
<b>Instrumento</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto</li> </ul>
<b>Objetivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armonización ...</li> <li>• Aumento de competencia ...</li> <li>• Seguridad y protección al consumidor... en servicios de pago en la UE.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de la competencia ...</li> <li>• Mejora de la eficiencia ...</li> <li>• Estímulo a la innovación ... en la industria bancaria.</li> </ul>
<b>Alcance</b>	
Obligatorio para <b>todos los proveedores de cuentas de pago</b> .	Obligatorio para los 9 principales proveedores de <b>cuentas corrientes</b> en UK (CMA9).
<b>Novedades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulación de nuevos servicios y proveedores de servicios de pago:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agregación de información de cuentas de pago</li> <li>- Iniciación de pagos.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura a información estandarizada de productos bancarios minoristas (para mapeo y transparencia).</li> <li>• Acceso a cuentas corrientes personales y de pymes para:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalización de productos y servicios bancarios y de TPP</li> <li>- Provisión de nuevos servicios de pago:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agregación de información de cuentas corrientes</li> <li>• Iniciación de pagos</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<b>Datos</b>	
Acceso a cuentas de pago por terceros autorizados para iniciar pagos u obtener información agregada de cuentas de pago	Acceso a cuentas corrientes por terceros autorizados a través de API de estándar abierto
<b>Estándares de acceso</b>	
No comunes - Definidos por el mercado - API no especificada	Comunes - API predefinida por la Open Banking Implementation Company, establecida en 2016
<b>Compliance</b>	
Periodo de gracia de implementación de reglamentación EBA (ETS) de 18 meses a partir del 13 enero de 2018	Desde 13 enero de 2018

Fuente: Afi, a partir de Banco de España

**Figura 5.1:** Secuencia de desarrollo de la economía de los datos, donde se enmarca el Open Banking



<b>Open Payments</b>	<p>PSD2 es la <b>iniciativa europea de apertura de datos en el segmento de los pagos de bajo valor</b> en Europa, en vigor desde enero de 2018 pero cuya adopción plena no se encuentra plenamente concluida a finales de 2019. A pesar de ser considerada la primera iniciativa de regulación del fenómeno Open Banking, la normativa PSD2 se encuentra aún entre las iniciativas a medio camino por dos grandes motivos:</p> <p>i) su centralidad en los servicios de pago digitales y online, en la protección a los usuarios, el desarrollo y uso de pagos móviles innovadores, la seguridad en los pagos y la integración de los servicios de pago europeos.</p> <p>ii) su compleja puesta en marcha y armonización dentro del espacio europeo.</p> <p>Una de las implicaciones de PSD2 es Open Banking, por el requisito de XS2A que habilita el acceso de TPP a las cuentas y sus datos por la vía de dos nuevos servicios genéricos: Información /Agregación de cuentas e Iniciación de pagos.</p> <p>Dedicamos una sección (“Contribución de la PSD2 al Open Banking”) en páginas siguientes.</p> <hr/> <p>Open API framework de Hong Kong estableció en julio de 2018 un enfoque de cuatro fases para que los bancos implementen API abiertas, comenzando con el intercambio de información sobre productos y servicios y terminando con intercambio de información de transacciones y servicios de iniciación de pago. A diferencia de PSD2, los bancos están autorizados a restringir el acceso a TPP con quienes no deseen colaborar.</p> <hr/> <p>Payments NZ es la organización que gobierna el desarrollo del Open Banking en Nueva Zelanda y que ha emitido guías API para agregación de información e iniciación de pagos.</p> <hr/> <p>Universal Payments Interface 2.0 es la iniciativa del gobierno de la India que amplía la funcionalidad de su sistema asimilado al Open Banking, para los descubiertos en las cuentas.</p>
<b>Open Banking</b>	<p>Open Banking en Reino Unido es la <b>iniciativa de datos abiertos y apificación</b> impulsada desde la Competition &amp; Markets Authority (CMA) en nombre del gobierno británico, patrocinada en su fase inicial por los nueve grandes bancos del país (Barclays plc, Lloyds Banking Group plc, Santander, Danske, HSBC, RBS, Bank of Ireland, Nationwide y AIBG), en vigor desde el 13 de enero de 2018 y sobre la que se expondrán las principales lecciones aprendidas más adelante.</p> <p>Dedicamos una sección (“Lecciones aprendidas del Open Banking en Reino Unido”) en páginas siguientes.</p> <hr/> <p>En Singapur, la Monetary Authority (MAS) y la asociación de bancos han publicado un Playbook de API para apoyar el intercambio de datos y la comunicación entre los bancos y las fintech.</p> <hr/> <p>En Japón, la Financial Service Agency (FSA) ha obligado a los bancos a publicar sus políticas de API abiertas, y animado a los bancos a ofrecer servicios con al menos un TPP antes de 2020.</p>



<p><b>Open Finance</b></p>	<p>En México, la Ley de Tecnologías Financieras de marzo de 2018 contempla el <b>Open Banking a nivel informacional, para todos los verticales de los servicios financieros</b>, no solo bancario. Tal es la relevancia, alcance y novedad del enfoque del modelo mexicano, que dedicamos una sección (“Contribución de la Ley Fintech al Open Banking”) en páginas siguientes.</p>
	<p>El Banco Central de Brasil emitió el Comunicado N° 33.455, de 24 de abril de 2019 que divulga los requisitos básicos para la implementación del <b>Sistema Financiero Abierto</b>, cuyo objetivo es aumentar la eficiencia del mercado de crédito y de pagos del país a partir de la compartición de datos, productos y servicios por parte de las entidades financieras, entidades de pago y demás instituciones autorizadas por el Banco Central de Brasil, a través de API. Contempla, como mínimo, los siguientes datos, productos y servicios: (i) datos relativos a los productos y servicios ofrecidos por las entidades participantes (localización de puntos de atención, características de productos, términos y condiciones contractuales, costos financieros); (ii) datos de contacto de los clientes (nombre, ocupación, dirección, etc.); (iii) datos transaccionales de los clientes (cuentas de depósito, operaciones de crédito, otros productos y servicios contratados por clientes); y (iv) servicios de pago (iniciación de pagos, transferencias de fondos, pagos de productos y servicios, etc). Su implementación está prevista a partir del segundo semestre de 2020 una vez elaborada la regulación en el primer semestre del año, en un primer momento de carácter obligatorio para los bancos grandes y medianos, dejando para una fase posterior a las fintech e instituciones de pago.</p>



<p><b>Open Data/ Open Life</b></p>	<p>Open Data (Australia), inaugurado el 1 de julio de 2019 y promovido por el Tesoro y la Autoridad de Competencia y Defensa del Consumidor como parte del proyecto Consumer Data Rights. Sigue reglas similares a las establecidas en Reino Unido, aunque aún pendiente de aprobación la ley de protección de datos. Ha arrancado con cuatro bancos (ANZ, Westpac, Commonwealth Bank y NAB) que facilitan acceso a TPP a datos sobre sus cuentas. Empezará en 2020 con un beta testing de acceso a datos transaccionales de tarjetas de crédito y débito, cuentas transaccionales e hipotecas, contando los bancos más pequeños con algo más de tiempo (hasta junio de 2021). Si bien el sector financiero ha sido la primera industria en implementar un enfoque de datos abiertos, le seguirán otras como las telecomunicaciones, la energía o los servicios básicos (utilities), e incluso la administración pública.</p>
--	---

Fuente: Afi

## Contribución de la PSD2 al Open Banking

En lo relativo a Open Banking, la apertura de datos en el segmento de los pagos de bajo valor que contempla PSD2 se encuentra en vigor desde enero de 2018, si bien la adopción plena no había concluido a finales de 2019, transcurridos los dieciocho meses de moratoria otorgada para su implementación.

La trasposición de la Directiva europea se demoró varios años, superando en muchos casos (España y Portugal entre ellos) la fecha límite establecida para su adopción en el ordenamiento jurídico doméstico. En España, la trasposición (parcial) de PSD2 se produjo con la aprobación del Real Decreto-ley 19/2018 de servicios de pago, que concede un plazo transitorio hasta el día 14 de marzo de 2021 para que personas jurídicas que ya prestaban servicios de información sobre cuentas (AIS) y/o iniciación de pagos (PIS) puedan seguir prestándolos sin necesidad de solicitar su transformación en PSP. En Portugal quedó traspuesta mediante Decreto-Lei nº

91/2018 que establece el nuevo régimen jurídico de los servicios de pago y del dinero electrónico.

La reacción a PSD2 recuerda a la experimentada en 2018 con la entrada en vigor del RGPD. La sobreinformación desordenada y apresurada en torno al mes de mayo de ese año cuando comenzó su obligatoriedad evidenció la procrastinación que genera los cambios a quien deben ejecutarlos. Cambios que son imprecisos en algunos aspectos, que no son obvios ni fáciles y que han de empoderar al cliente a partir de la apertura a la competencia (PSD2) con mayores exigencias y responsabilidades de protección y seguridad (RGPD, ciberseguridad). Cambios que no son solo tecnológicos, sino organizativos, de modelo de negocio, de gobernanza y culturales, y que necesitan capacidades diversas y flexibles para ejecutarlos. En este contexto, la tensión entre PSD2 y GDPR recae fundamentalmente en los bancos, quienes deben compartir datos de forma segura, además de mantener una relación rentable y responsable con sus clientes.

PSD2 ha contemplado dos grandes fases en su implementación: una primera de transparencia de precios, en vigor desde el 13 de enero de 2018; una segunda, de acceso a las cuentas bancarias de los clientes por TPP y habilitadora del Open Payments, en vigor desde el 14 de septiembre de 2019<sup>20</sup>.

En relación a la segunda fase, ha sido intenso el debate, variadas las opciones y complicadas las negociaciones para interpretar la Directiva, los Estándares Técnicos Reglamentarios (en adelante, RTS) sobre autenticación reforzada de clientes (SCA) y estándares seguros de comunicación (SCS). El debate se ha intensificado en la última milla de la implementación de PSD2 y las RTS, espacio cuyos detalles las autoridades han dejado a criterio y discreción de la industria concluir –a diferencia de Reino Unido–, sujeto al cumplimiento del espíritu de la norma.

El requisito indispensable de que la industria acuerde, diseñe y adopte estándares para llegar donde no llega la normativa está resultando difícil de cumplir, por ser muchos los agentes que deben cooperar. La estandarización de API es una condición necesaria para la construcción de un ecosistema de pagos innovador, abierto y armonizado como dicta PSD2 y uno de los escollos que están resultando más difícil de superar.

Los obstáculos evidenciados en implementación llevaron a la EBA a crear en enero de 2019 un nuevo grupo de trabajo sobre API<sup>21</sup> para avanzar en futuras innovaciones reglamentarias que suavicen las dificultades constatadas durante los dos periodos de pruebas que arrancaron en marzo de 2019<sup>22</sup>. Entre otros, sobre los aspectos que permitan avanzar hacia un modelo de Open Banking y, habiéndose constatado la dificultad de llegar a acuerdos entre los agentes del mercado, la consideración de definir un estándar paneuropeo del API (SEPA API Access Scheme), e incluso la construcción del mismo, como ya se hizo con TIPS (TARGET Instant Payment Settlement) para pagos inmediatos.

## El requisito indispensable de que la industria acuerde, diseñe y adopte estándares para llegar donde no llega la normativa está resultando difícil de cumplir, por ser muchos los agentes que deben cooperar

La alquimia que todo el mundo espera que se produzca con los servicios de valor añadido sobre los datos de cuenta de los clientes está requiriendo la configuración precisa de unas normas de estandarización acordadas por la industria que está demostrando ser una tarea compleja y confusa. Los escollos más relevantes se han ubicado en la materialización de los siguientes mandatos de PSD2, que además resultan de interés y referencia para otros países o regiones que actualmente exploran la habilitación de sus versiones particulares de Open Banking:

### **Autenticación reforzada de clientes (SCA): en busca del segundo factor de autenticación**

El Reglamento Delegado (UE) 2018/389 de la Comisión Europea, de 27 de noviembre de 2017 por el que se complementa la Directiva PSD2 en lo relativo a las RTS para la autenticación reforzada de clientes (SCA) y unos estándares de comunicación abiertos comunes y seguros (SCS), regula el acceso que deben proporcionar los PSP gestores de cuentas corrientes (ASPSP o bancos) respecto de las cuentas de sus clientes, fundamentalmente en relación a los dos nuevos servicios genéricos AIS (información de cuentas) y PIS (iniciación de pagos).

En particular, exige medidas de SCA para las cuentas online además de regular las exenciones para su aplicación (**Tabla 5.2**), exenciones que son analizadas y acreditadas por la correspondiente ANC<sup>23</sup>.

<sup>20</sup> PSD2 establece que los TPP deben poder acceder a las cuentas autorizadas de los clientes vía API de forma no discriminatoria y sin necesidad de suscribir un contrato con el ASPSP, pero sí realizando un onboarding a través de una sesión establecida entre el TPP y el banco, con el certificado de eIDAS subyacente. Si no existe una armonización de interpretaciones y procesos a nivel europeo, puede generarse fragmentación

<sup>21</sup> Conformado por nueve representantes de ASPSP, TPP e iniciativas API, y un número menor de representantes de proveedores técnicos de servicios de estandarización y PSU. Recibirá consultas de la EBA, ANC, CE y BCE.

<sup>22</sup> Se previeron dos periodos de pruebas antes de 14 de septiembre de 2019, la primera con TPP seleccionados y ambiente de pruebas (tres meses a partir del 14 de marzo de 2019) y la segunda, del 14 de junio al 13 de septiembre en la que los bancos deben proporcionar acceso a TPP a sus sistemas.

<sup>23</sup> Concurren diversas interpretaciones entre las ANC acerca de los requisitos y procedimientos de seguridad compatibles con las RTS para SCA. Algunos consideran que los SMS-TAN (Transaction Authorization Number) u OTP (one-time-passwords) cumplen y otros no. A la fecha de elaboración del Informe, existen dudas sobre el cumplimiento de los TAN, listas TAN (o listas OTP), así como con soluciones como Touch ID y Face ID.

**Tabla 5.2:** Exenciones de la SCA

<p><b>1. Acceso a información de cuenta de pago</b> (art. 10)</p>	<p>Aplica cuando un PSU esté limitado a acceder (sin divulgar datos de pago sensibles) al saldo de una o varias cuentas de pago designadas; o a las operaciones de pago ejecutadas en los 90 últimos días a través de una o varias cuentas de pago designadas.</p> <p>No aplica cuando el PSU esté accediendo en línea a la información por 1ª vez y/o hayan transcurrido &gt; 90 días desde la última vez que el PSU accediera en línea a la información especificada y se aplicara la SCA.</p>
<p><b>2. Pagos contactless en el punto de venta</b> (art. 11) (No específico a Open Banking - pago con tarjeta)</p>	<p>Aplica para importes ≤ 50 EUR; acumulado desde la fecha de la última aplicación de SCA ≤ 150 EUR; que el número de operaciones consecutivas desde la fecha de la última aplicación de SCA sea ≤ 5.</p>
<p><b>3. Terminales no atendidas para tarifas de transporte o pagos de aparcamiento</b> (art. 12) (No específico a Open Banking - pago con tarjeta)</p>	<p>Aplica cuando el PSU inicie una operación de pago electrónico en una terminal de pago no atendida para abonar una tarifa de transporte o un pago de aparcamiento.</p>
<p><b>4. Beneficiarios de confianza</b> (art. 13)</p>	<p>Aplica cuando el PSU inicie una operación de pago y el beneficiario esté incluido en una lista de beneficiarios de confianza previamente creada por el ordenante a través del AIPSP.</p>
<p><b>5. Operaciones frecuentes</b> (art. 14)</p>	<p>Aplica cuando el PSU inicie, modifique o inicie por 1ª vez una serie de operaciones frecuentes con el mismo importe y el mismo beneficiario.</p>
<p><b>6. Transferencias de créditos entre cuentas mantenidas por la misma persona física o jurídica</b> (art. 15)</p>	<p>Aplica cuando el PSU inicie una transferencia de créditos en circunstancias en las que el ordenante y el beneficiario sean la misma persona física o jurídica y ambas cuentas de pago sean mantenidas por el mismo AIPSP.</p>
<p><b>7. Operaciones de escasa cuantía</b> (art. 16)</p>	<p>Aplica cuando el Importe ≤ 30 EUR; acumulado desde la última aplicación de SCA ≤ 100 EUR; número de las operaciones remotas desde la última aplicación de SCA ≤ 5 operaciones remotas de pago electrónico individuales consecutivas.</p>
<p><b>8. Procesos y protocolos de pago corporativo seguro</b> (art. 17)</p>	<p>Aplica cuando se usen procesos o protocolos de pago que solo estén disponibles para los ordenantes que no sean consumidores (empresas), cuando las ANC estén convencidas de que garantizan unos niveles de seguridad al menos equivalentes a los previstos por PSD2 (host to host, SWIFT y algunos productos de tarjeta de empresa).</p>
<p><b>9. Análisis del riesgo de la operación</b> (art. 19)</p>	<p>Aplica cuando el nivel de riesgo identificado por el PSP sea bajo según los mecanismos de supervisión de las operaciones y los rangos de fraude recogidos en el artículo 19.</p>

■ SCA no requerido    ■ Exención no aplica en estos casos

Fuente: Afi, a partir de REGLAMENTO DELEGADO (UE) 2018/389 DE LA COMISIÓN de 27 de noviembre de 2017 por el que se complementa la Directiva (UE) 2015/2366  
PSU: payment service user / payee / payer

Para que PSD2 sea exitosa, el modelo de autenticación y consentimiento debe asegurar que los clientes no perciben mayores barreras y fricciones al uso. Así, la innovación en soluciones de **biometría, análisis de exenciones y listas blancas, tokenización e inteligencia artificial** juegan un papel clave para optimizar tanto la experiencia de usuario como la seguridad en el cumplimiento de las RTS de SCA, así como para devolver el control al cliente.

- Los métodos basados en la **biometría** utilizados hoy en dispositivos como los smartphones son por lo general soluciones propietarias que emparejan datos (de la huella digital o del rostro en el dispositivo, por ejemplo), fuera del control de los bancos: la EBA permite a los emisores delegar en terceros la autenticación de las transacciones (p.e. Amazon autentica en nombre del emisor).
- Para PSD2 y pagos inmediatos, las RTS permiten al usuario elaborar **listas blancas** de beneficiarios de confianza (trusted beneficiaries) y eximirle de aplicar SCA, lo que motivará que los merchants traten de incentivar a sus clientes a que les incorporen en dichas listas blancas para evitar las SCA y agilizar el proceso de check-out.
- La **tokenización** se está convirtiendo en un área de intensa exploración por las entidades bancarias (generalmente, con una perspectiva de industria) para reemplazar la información sensible de las cuentas de pago y favorecer las iniciativas de iniciación de pagos o Request for Payments (RfP) que contempla PSD2.
- El uso de técnicas criptográficas de clave pública, en combinación con **inteligencia artificial** y con biometría “one touch” y/o claves de seguridad, junto con la proliferación de pequeños dispositivos, facilitará la provisión de una autenticación más robusta sin “omni molestar” a los clientes. En Canadá, siete de los grandes bancos han lanzado una red de identidad digital basada en blockchain (Verified.Me) y se espera que otras organizaciones no necesariamente financieras, se unan a la red. Uno de los objetivos del consorcio Alastria en España es, precisamente, dotar al país con un sistema de identificación digital soberano.

### Estándares de comunicación abiertos, comunes y seguros. Las API armonizadas que no llegan

El Reglamento delegado 2018/389 también establece la obligación de establecer unos protocolos estandarizados de comunicación abiertos comunes y seguros (API) y requisitos de confidencialidad e integridad de las credenciales del usuario, exigibles 18 meses después de su entrada en vigor (en España, a partir del 14 de marzo de 2021, según establece la Disposición final decimotercera del Real Decreto-ley 19/2018, de 23 de noviembre, de servicios de pago, “moratoria” que no implica que hasta ese momento pueda rechazarse el acceso a las cuentas).

Las RTS definitivas publicadas el 13 de marzo de 2018 especifican las condiciones del marco técnico, pero no los estándares de la interfaz. Para compensar este gap, han surgido distintas iniciativas de estandarización en el mercado, impulsadas desde la industria bancaria y evaluada su idoneidad por instituciones de la UE, tal como concluyó el BCE a partir del informe del European Payments Retail Board (ERPB), “Final Report of the ERPB Working Group on Payment Initiation Services” de noviembre de 2017.

El European Payments Council (EPC) ha valorado algunas iniciativas sectoriales con objeto de seleccionar aquellas que podrán considerarse estándares de facto. Iniciativas que tienden a diferir en tres dimensiones esenciales<sup>24</sup>:

1. **El alcance de la “apertura”**, que puede transcurrir desde el mero cumplimiento de PSD2 hasta permitir a los bancos y a los TPP aprovechar al máximo las oportunidades de los nuevos (y futuros) modelos de negocio de Open Banking.
2. **El alcance de la “estandarización”**, desde requisitos puramente técnicos y funcionales, hasta un conjunto completo de reglas operacionales y de gobernanza para operar las transacciones XS2A a escala.
3. **El alcance de la “aprobación colaborativa”**, desde los esfuerzos bancarios individuales a las iniciativas respaldadas por los diferentes grupos de interés a nivel nacional, regional o paneuropeo.

<sup>24</sup> The Paypers, Julio 2017 - “Open Banking and APIs - a new era of innovation in banking”

**Figura 5.2:** Mapa de regulación y agentes de mercado en PSD2

Regulación	Parlamento Europeo			
		Comisión Europea	Autoridad Bancaria Europea	Banco Central Europeo
	Relevante para PSD2 XS2A	PSD2	RTS SCA y CSC bajo PSD2	
		eIDAS	Guidelines on the conditions to be met to benefit from an exemption from contingency measures under Article 33(6) or Regulation EU 2018/389	
	CRD	Otros mandatos PSD2 para RTS, ITS y guías regulatorias		
Guías, foros y otros		Opiniones EBA: RTS SCA y SCS / Certificados eIDAS / Common Rulebook / Documentos GT API / Registro de instituciones de crédito / Registro de Entidades de pago	Euro Retail Payments Board (ERBP)  Informes Grupo de Trabajo PIS (11/7, 6/18)	
Iniciativas de estandarización y armonización	Iniciativas europeas de armonización de PSD2 Preta - OBE	ETSI - European Telecoms Standards Institute		
	Iniciativas de armonización de API, de estandarización, iniciativas marco The Berlin Group (Europa), Redsys (España), SIBS (Portugal), STET (Francia), Open Banking UK (Reino Unido), Czech Banking Association (República Checa), CBI (Italia), Polonia, Borica Bank Services (Bulgaria).			
Proveedores de servicios de tecnología	Proveedores de infraestructura que ofrecen servicios a los participantes del mercado			
	Algunos son propiedad de los bancos y ofrecen soluciones nacionales o regionales (Luxemburgo, España, Portugal, Italia y países nórdicos); otros son pan-europeos; otros no están relacionados con la industria de los pagos; otros son proveedores de API.			
PSP	ASPSP y TPP, que pueden ser entidades de crédito, entidades de pago y/o emisores de dinero electrónico			
	European Banking Federation, European Banking Association, European Payments Council, FData, Fintech Alliance, etc.			
PSU	Consumidores, comercios, empresas, gobiernos, administraciones y servicios públicos			

Fuente: Afi a partir de PRETA

Las iniciativas de estandarización más relevantes son:

- **Open Banking Europe (OBE):** lanzada en junio de 2017 por PRETA -subsidiaria de EBA Clearing creada en 2013 para desarrollar e innovar servicios competitivos de mercado en soluciones de pago e identidad digitales- con el objetivo de fomentar la innovación, la competencia, la eficiencia y mejorar la seguridad de los pagos en línea en la UE, a través de la provisión de directorios de servicios PSD2 a la industria<sup>25</sup>.

En abril de 2019 lanzó el proceso de onboarding para el directorio OBE, un repositorio pan-europeo, centralizado, legible por máquinas<sup>26</sup>, para entidades

reguladas activas habilitadas para proporcionar servicios de Access to Account (XS2A) en Europa. El directorio existe desde enero de 2019, cubre todos los registros nacionales disponibles para solicitudes de verificación y está abierto a ASPSP y sus proveedores de servicios. Además de poner en común la información facilitada por los diferentes registros nacionales, el directorio también contendrá información operativa adicional para facilitar la transparencia de TPP y ASPSP, especialmente en los casos en los que los nombres comerciales difieren de las denominaciones legales. También informa sobre QTSP, certificados eIDAS e identificación cuando se utilizan modelos de cuatro partes, entre otros aspectos.

<sup>25</sup> Hasta la fecha, forman parte de OBE los siguientes ASPSP: ABM Amor, Allied Irish Bank, ERSTE Group, Bank of America, BIL, BNP Paribas, CaixaBank, Rabobank, Lansforsakringar Bergslagen, HSBC, Danske Bank, Citi, Crédit Agricole, DNB, Deutsche Bank, Wells Fargo, JP Morgan, Nordea, Swedbank, OP Bank, MUFG, Lloyds Bank, Intesa SanPaolo, SEB, Santander, ING, Societe Generale, Unicredit, Handelsbanken, Raiffeisen, La Banque Postale. Y los siguientes proveedores de servicios: Bankgirot, BEC, Evry, Finastra, Luxhub, Banfico, Samlink, SDC, Bankdata, Sopra banking, TEMEMOS, Fabrick.

<sup>26</sup> El registro central de TPP autorizados del BCE no es considerado apropiado por los participantes del mercado, y carece de API legibles por máquinas y de capacidades de consultas en tiempo real. Se ha generado por tanto cierta competencia entre los distintos servicios de directorio de TPP, que buscan atender estas necesidades e incluso facilitar información adicional.

**Recuadro 5.2:** Certificados eIDAS de Prestadores Cualificados de Servicios de Confianza (Qualified Trust Service Providers -QTSP)

El Reglamento Europeo de Firma Electrónica (eIDAS) regula el sistema europeo de reconocimiento mutuo de identidades electrónicas transfronterizas en Europa, proceso que comenzó en septiembre de 2018.

El nodo eIDAS español facilita la aceptación del DNI electrónico en servicios de Administración Electrónica de otras administraciones europeas y la identificación de ciudadanos europeos en servicios públicos españoles utilizando un medio de identificación de su país de origen. Para las Administraciones Públicas, la integración con el nodo eIDAS español se realiza a través del sistema Cl@ve, que utiliza sistemas de identificación basados en claves concertadas (p.e. sistemas de usuario y contraseña) y certificados electrónicos (incluyendo el DNI-e).

#### **eIDAS y PSD2**

Tras recibir un TPP la licencia PSD2 de una ANC, la información es trasladada a otras ANC bajo el procedimiento de passporting, quedando operativa la licencia en todo el territorio de la UE. Tras ese proceso, el TPP licenciado puede adquirir un certificado eIDAS de un QTSP basado en la UE.

En España, el Ministerio de Economía y Empresa informa sobre los prestadores de servicios de expedición de certificados electrónicos cualificados conformes con el artículo 34 de los RTS SCA/SSC bajo PSD2 (certificados eIDAS) para la identificación de los PSP, y hace referencia a dos tipos de certificados cualificados existentes y alineados con el estándar ETSI TS 119 495<sup>27</sup>:

- **Certificados cualificados de sello electrónico PSD2 (QC eSeal PSD2)**<sup>28</sup>: Para utilizar la interfaz del banco, los TPP requieren una licencia para los derechos de acceso.
- **Certificados cualificados de autenticación de sitios web PSD2 (QWAC)**<sup>29</sup>: Una vez otorgado el QC eSeal PSD2, el proveedor requiere un certificado de autenticación web para asegurar su comunicación. Esto le permite identificarse ante el ASPSP como el titular de una licencia ANC. El banco también puede requerir el uso adicional de un sello electrónico para garantizar la integridad de los datos firmados.

- **Berlin Group NextGenPSD2**: proyecto multilateral colaborativo liderado por más de 40 entidades, bancos, asociaciones bancarias, emisoras de tarjetas y procesadores de pagos, y recientemente abierto a la aportación de mejoras de fintech, empresas de consultoría y de software. Tiene como objetivo -sin estar autorizado a interpretar las RTS- construir un conjunto de API que faciliten la relación entre los TPP y los bancos de una manera segura y eficiente, proporcionando las funciones obligatorias y algunas opcionales, pero sin incluir el servicio de implementación ni de entorno de pruebas. Ha definido un marco de API común denominado

“NextGenPSD2” (versión 1.3), que ha incorporado las sucesivas aclaraciones de la EBA y los reguladores para los casos de uso especificados en PSD2.

- **Open Banking Implementation Authority (OBIE)** de Reino Unido: ha contribuido con la entrega de las API, las estructuras de datos y los mecanismos de seguridad para que los clientes compartan sus datos financieros de forma fácil y segura. Provee, además, una API para la gestión de conflictos, de consulta de disponibilidad y desempeño de API y una lista de los TPP autorizados.

<sup>27</sup> En la reunión plenaria celebrada en octubre de 2017, el European Telecommunications Standards Institute (ETSI) acordó crear un estándar para PSD2 para certificados eIDAS (ETSI eIDAS PSD2 Standard) en cumplimiento de las RTS de la EBA, que fueron desarrollados por Open Banking Europe.

<sup>28</sup> En España, son proveedores certificados, a la fecha de elaboración de este Informe, la Autoridad de Certificación Asociación (ANF AC), Firmaprofesional, S.A. y UANATACA. En el conjunto de la UE, son un total de veinte a julio de 2018.

<sup>29</sup> Son proveedores certificados en España ANF AC y Firmaprofesional, S.A.

- Diversas **cámaras europeas** están colaborando con sus comunidades financieras nacionales para armonizar y estandarizar los servicios de Access to the Account para obtener información o para iniciar pagos por parte de TPP mediante la utilización de API:
  - **STET PSD2:** Iniciativa lanzada por la principal cámara de compensación francesa, STET, con la contribución de los mayores bancos del país. Trabaja con la iniciativa Berlin Group NextGenPSD2 para construir un estándar pan-europeo; no proporciona entorno de pruebas ni implementación.
  - **SIX (Suiza):** ha estandarizado y puesto a disposición de los bancos y de TPP servicios abiertos de API para dar solución a los requerimientos de PSD2.
- **CAPS (Convenient Access to PSD2 / Payment related Services)** es una coalición de bancos, TPP, fintech, merchants y proveedores de servicios<sup>30</sup> que buscan desarrollar un marco que funcione para todos los participantes de la industria a través de (i) la reducción del esfuerzo de cumplimiento normativo de PSD2; (ii) contribuir a que PSD2 funcione en la práctica y a escala europea (por medio, por ejemplo, de la agregación de interfaces ASPSP individuales, servicios de directorio, detección y gestión de fraudes en el ecosistema PSD2, resolución de disputas, apoyo a la autenticación de inter-PSP mediante hubs o agregadores de fácil acceso a TPP); y (iii) apoyar nuevos modelos de negocio para ASPSP y TPP.
- El procesador de pagos **SIBS (Portugal)** ha creado **SIBS API Market**, plataforma de open banking o servicios de API a sus bancos, a empresas y fintech. Las API de SIBS disponibles desde febrero de 2019 en un ambiente de pruebas son cinco: (i) información de cuenta; (ii) iniciación de pagos; (iii) disponibilidad de fondos; (iv) lista de bancos adheridos a SIBS API Market y de API disponibles por los bancos; e (v) integración del pago MBWay con un número de teléfono móvil.
- Un modelo similar ha sido el adoptado por las ASPSP españolas, habilitando el acceso a cuentas de pago a través del **servicio de hub de conexiones de Redsys**, procesador de pagos doméstico, cumpliendo con las especificaciones en la Guideline 6.2 de las EBA/GL/2018/07, y siguiendo la versión 1.3 del estándar NextGen PSD2 XS2A Framework.
- Algunos bancos están desarrollando factorías internas de API (API Markets), como BBVA en España o Nordea Bank en Finlandia y países nórdicos.
- Dado que PSD2 no ha definido una norma técnica precisa, podría surgir una nueva categoría de "proveedores de servicios de pasarelas (gateways) o API". La adquisición de Appigee, una plataforma de gestión de API, por parte de Google es una señal de esta tendencia.

El **Grupo de Evaluación de API del EPC** emitió en diciembre de 2018 una valoración definitiva del listado de funcionalidades recomendadas para las API evaluadas<sup>31</sup> en virtud de lo establecido en la normativa PSD2, RTS SCA/SC y la opinión de la EBA, si bien a esa fecha quedaban pendientes algunas clarificaciones por parte de la autoridad bancaria.

## El European Payments Council (EPC) ha valorado algunas iniciativas sectoriales con objeto de seleccionar aquellas que podrán considerarse estándares de facto

<sup>30</sup> Hasta la fecha, son miembros Bankgirot, Projective, D+H, ΔΙΑΣ, The Glue, equensWorldline, FIS, Fidor Solutions, GSMA, GoCardless, Huawei, Icon, Isabel Group, Nets, Nordea, Paypal, SIBS, Swift y Tieto.

<sup>31</sup> Las iniciativas evaluadas por el EPC son las desarrolladas por: Berlin Group/NISP, Open Banking UK, STET, Polish API Initiative y Slovak Banking API.

**Tabla 5.3:** Evaluation Group. Estado de cumplimiento de funcionalidades recomendadas (PSD2/RTS)

Requerimientos EBA	
<p><b>1.</b> Permitir que CBPII, AISP y PISP accedan a los datos necesarios de las cuentas de pago accesibles en línea Artículos 66(4)(b)(c), 66 and 67 PSD2 Artículo 30 RTS Opinión 37-39 Opinión 23-26</p>	
<p><b>2.</b> Conforme a la norma de comunicación (o de uso generalizado) emitida por organismos de normalización europeos o internacionales. Artículo 30(3) RTS</p>	
<p><b>3.</b> Que permita al PSU autorizar y dar el consentimiento a una transacción de pago a través de un PISP Artículo 64(2), 66 (3) PSD2 Artículo 30(1)(c) RTS Opinión 13 y 22-29</p>	
<p><b>4.</b> Permitir que PISP y AISP se aseguren de que cuando transmiten las credenciales de seguridad personalizada emitidas por el ASPSP, lo hacen a través de canales seguros y eficientes. Permitir un intercambio seguro de datos entre el ASPSP y PISP, AISP y CBPII y mitigar el riesgo de cualquier información de la comunicación a terceros. Permitir trazabilidad Artículos 66(3)(b) y 67(2)(b) PSD2 Artículos 28, 29 y 35 RTS</p>	
<p><b>5.</b> Permitir la re-autenticación en 90 días para AISP Artículo 10(2)(b) RTS Opinion 40-47</p>	
<p><b>6.</b> Permitir que ASPSP y AISP contar el número de solicitudes de acceso durante un período determinado. Artículo 36(5) RTS Opinion 28</p>	
<p><b>7.</b> Permitir un proceso de control de cambio Artículo 30(4) RTS</p>	
<p><b>8.</b> Permitir mensajes de error explicando el motivo del evento inesperado o error Artículo 36(2) RTS</p>	
<p><b>9.</b> Permitir el acceso a través de los proveedores de servicios de tecnología en nombre de agentes autorizados Artículo 19(6) PSD2</p>	
<p><b>10.</b> Permitir a AISP y PISP confiar en todos los procedimientos de autenticación emitidos por el ASPSP a sus clientes Artículo 97(5) PSD2 Artículo 30(2) y 32(3) RTS Opinión 50</p>	
<p><b>11.</b> Permitir que ASPSP envíe, a petición, una confirmación “sí/no” inmediata al PSP (PISP y CBPII) sobre la disponibilidad de fondos. PSD2 Artículo 65, 1 and 3 Artículo 36(1)(c) RTS Opinión 22 Artículos 18(2)(c)(v) y (vi), 18(3), 30(2) y 32(3) RTS Opinión 40-47</p>	
<p><b>12.</b> Permitir a ASPSP aplicar las mismas exenciones SCA para transacciones iniciadas por PISP que cuando el PSU interactúa con el ASPSP. Artículos 18(2)(c)(v) and (vi), 18(3), 30(2) y 32(3) RTS Opinión 40-47</p>	
<p><b>13.</b> Apoyar las necesidades de mitigación del riesgo de fraude, contar con intercambio confiable y auditable y permitir a los PSP monitorear las transacciones de pago. Artículo 97(3) PSD2 Artículos 3, 22 y 35 RTS Opinión 27</p>	

■ Cumple    
 ■ Cumplimiento parcial    
 ■ No cumple

Fuente: Afi, a partir de EPC API Evaluation Group

En Europa, a la fecha en la que los ASPSP debían contar con ambientes de pruebas para que los TPP pudieran testar sus funcionalidades y servicios en una suerte de sandbox (marzo 2019) solo llegaron un 59%<sup>32</sup>. Los bancos en Alemania, Bélgica, Finlandia y Suecia consiguieron ratios de cumplimiento superiores al 80%; los de Holanda del 67%, los británicos del 64% mientras que los de Francia, España, Dinamarca y Noruega no alcanzaron el 50%. El 41% no lo hizo bien porque el entorno de pruebas no existía ni siquiera a través de un proveedor tercero; bien porque el formulario de registro para TPP que deseaban acceder no se encontraba en la web, bien porque tras el registro, no se recibió respuesta.

Para dar cumplimiento con la fecha límite del 14 de septiembre, los bancos debían haber implementado API dedicadas para los TPP, o haber solicitado una exención antes del 14 de junio. En la primera prueba quedó evidenciada la complejidad que supone para bancos de todo tamaño gestionar ágilmente las necesidades que se presentan y proteger los datos atendiendo el derecho de los TPP autorizados de tener acceso a los mismos; y para las autoridades de contar con un entorno de mercado competitivo en los tiempos planificados. Los incumplimientos contemplan multas establecidas por la EBA, además de la obligación de proporcionar un mecanismo “fall-back” o de reserva (acceso directo) en lugar de una API<sup>33</sup>.

## Mensajería

Con la creciente consideración de que los pagos inmediatos son condición necesaria para la provisión de servicios de valor añadido en un contexto de Open Banking, crece la importancia de la estandarización en la mensajería.

ISO 20022 se ha convertido en el estándar por defecto para los sistemas de pago a nivel mundial, como así demuestran los sistemas construidos en fechas más

recientes (Dinamarca, EE.UU, Polonia) y los múltiples anuncios de otros sistemas nacionales que utilizan otros estándares (ISO 8583 o formatos propietarios) de adoptar ISO 20022, cuyo atractivo pasa por su mayor capacidad de alojar datos del remitente y de las remesas, por permitir reutilizar mensajes ISO 20022 entre distintas áreas de negocio, y por su mayor modernidad y flexibilidad (p.e. puede utilizarse como estándar interbancario y para el desarrollo de API), e incluso considerar su uso para Open Banking.

La adopción de un estándar de datos común garantizará la ubicuidad entre sistemas de pagos y la usabilidad por parte de todos los agentes del ecosistema, incluso con aspiraciones globales.

## Sandbox regulatorio

Los sandbox son entornos de pruebas en los que experimentar, de forma controlada, innovaciones financieras en productos y/o servicios con carácter previo a su lanzamiento al mercado, aspirando a una minimización del periodo time-to-market tradicional. Son numerosas las entidades privadas que cuentan con este “recurso” para que desarrolladores, fintech y entidades financieras prueben y testeen sus soluciones de Banca Abierta (entre otras) generalmente sustentadas en API, y realicen los ajustes necesarios derivados de la experimentación. Más allá de los espacios de prueba privados, el sandbox es también un enfoque regulatorio, un conjunto de disposiciones que amparan una actividad innovadora fuera del marco regulatorio existente, para su posterior desregulación o reforma de la regulación existente o nueva. En definitiva, es una vía de dinamización de la transformación digital financiera y de mejora de los instrumentos con los que cuentan los supervisores financieros y demás autoridades en un nuevo contexto de apertura de la información y de los datos.

<sup>32</sup> “Open Banking 2019: Inside the Minds of Europe’s Bankers”, elaborado por Tink y disponible en: <https://openbanking.tink.com>. Analizó 442 bancos europeos en 10 mercados (Alemania, España, Reino Unido, Francia, Bélgica, Holanda y los nórdicos) donde concentran más del 90% de los clientes en dichos países, en el mes de marzo de 2019.

<sup>33</sup> Requisitos finales para los bancos con respecto a “autenticado raspado de pantalla” o screen scrapping: La solución de reserva (fall-back mechanism) requiere que los bancos proporcionen raspado de pantalla a sus sitios de banca en línea a los TPP como una solución provisional si no son capaces de proporcionar API confiables y de alto rendimiento. Los requisitos para la exención de esta reserva están definidos por las autoridades nacionales, apoyados por el grupo de trabajo de evaluación de API para especificar parámetros para la exención. Actualmente, es necesaria mayor claridad de plazos, KPI adicionales y específicos para medir el desempeño y tiempos de inactividad. La EBA publicó en diciembre de 2018 una “Guía” final para la exención (Guidelines on the exemption from the fall back mechanism under the RTS on SCA and CSC) que exige la involucración de los TPP en el proceso de exención y que los ASPSP habrán de mostrar dicha participación en el diseño y fase de pruebas de sus API dedicadas, así como facilitar a la ANC el feedback recibido por los TPP participantes en las pruebas junto con una explicación de cómo los ASPSP han resuelto los inconvenientes encontrados en el proceso.

El Consejo de Ministros del Gobierno de España aprobó en febrero de 2019 el Anteproyecto de Ley de Transformación Digital del Sistema Financiero que busca establecer un sandbox regulatorio para las fintech, un espacio de pruebas donde las entidades o proyectos innovadores en fase embrionaria podrán emprender su actividad bajo la modalidad de exención (actividades reguladas), o de no sujeción (actividades aún no reguladas por su carácter innovador). Queda pendiente su aprobación por el Congreso a la fecha de elaboración de este Informe.

Los sandbox regulatorios o de supervisión activos a la fecha de elaboración de este Informe son cerca de una docena. Siguiendo la estela del pionero Reino Unido (2015), hoy cuentan con sandbox Canadá, Malasia, Singapur, Abu Dabi, Australia, Tailandia, Indonesia, Filipinas, Taiwán, Hong-Kong, Bahréin, Suiza y Colombia. Previstos están los referidos a España y México (Modelo Novedoso contemplado en la Ley Fintech) y, en el caso de Brasil, el Ministerio de Hacienda, el Banco Central, la Comisión de Valores y la Superintendencia de Seguros Privados anunciaron en junio de 2019 su próxima creación.

**Tabla 5.4:** Proyecto de ley de transformación digital del sector financiero: sandbox regulatorio en España

Elementos estructurales	Funcionamiento	Otras medidas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Espacio controlado y seguro</b> bajo vigilancia de los supervisores y con máximas garantías para los participantes cuando la realización de las pruebas requiera la participación de clientes reales.</li> <li>• Herramienta <b>para mejorar la supervisión y acompasar la legislación</b> financiera con la transformación digital.</li> <li>• Gobernado por una <b>ley-protocolo:</b> esquema jurídico que garantiza la seguridad (ley) y la flexibilidad (protocolo o instrumento ad hoc del alcance, duración y circunstancias concretas en que se celebrará cada prueba o conjunto de pruebas).</li> </ul>	<p><b>Fases:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Régimen de acceso</li> <li>2. Régimen de garantías y protección al cliente durante las pruebas</li> <li>3. Régimen de salida y efectos posteriores</li> </ol> <p><b>Principios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Igualdad de trato:</b> abierto a todo tipo de entidades siempre que se trate de proyectos que aporten valor añadido</li> <li>• <b>Coordinación y de correspondencia</b> entre asignación de responsabilidades y toma de decisiones dentro del actual marco jurídico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de <b>canales para la comunicación</b> ágil, transparente y directa con las autoridades públicas.</li> <li>• Creación de un <b>mecanismo de puerto seguro</b> en aspectos que por su complejidad técnica o dificultad de interpretación jurídica pudieran suponer barreras de entrada o aumento injustificado de costes.</li> <li>• <b>Aprovechamiento de sinergias</b> entre el conocimiento adquirido en el sandbox y su posterior aplicación práctica por autoridades y entidades.</li> </ul>

Fuente: Afi a partir del Anteproyecto de Ley de Transformación Digital del Sistema Financiero.

### Apertura de nuevos debates

La severidad de las multas contempladas por la EBA ante situaciones de incumplimiento de las RTS SCA/SCS refleja la magnitud del impacto de la inhibición que imponen los ASPSP a los TPP a ofrecer los servicios de agregación de información e iniciación de pagos y, por ende, a los usuarios por no poder aprovechar las ventajas de dichos servicios. Para los TPP y plataformas de Open Banking, la no preparación del entorno de API supone una disrupción a sus negocios.

Los ASPSP tienen la libertad –salvo en Reino Unido, donde vimos que la OBIE ha hecho entrega de las API- de elegir una de las implementaciones de API colaborativas consideradas aptas por las autoridades, o desarrollar su

## Los sandbox son una vía de dinamización de la transformación digital financiera y de mejora de los instrumentos de regulación y supervisión

propio conjunto de API. Por ello, se anticipa que no habrá un único estándar, pudiendo esta realidad constituir una barrera para lograr el objetivo original de armonización e integración sin fricciones. Si el concepto original de PSD2 era que un TPP pudiera identificarse e inmediatamente comenzar a utilizar los servicios de un ASPSP, puede resultar hoy un objetivo aún lejano en el tiempo debido

a (i) los pre-requisitos de onboarding previos a iniciar la transaccionalidad; (ii) que los TPP no conocen a priori las especificaciones de las API puestas a disposición por los ASPSP; y (iii) las diferencias entre los mecanismos de SCA establecidos o por establecerse.

Uno de los objetivos originales de PSD2 es de hecho aumentar la integración de los servicios financieros entre los Estados miembros, lo que significa que cualquier TPP que opera en un Estado miembro habría de poder acceder a cualquier ASPSP en otro Estado como si estuvieran ambos en el mismo país. En este contexto, y en busca de la integración del mercado europeo de pagos, las autoridades de la UE son partidarias de que las entidades financieras implanten estándares pan-europeos más que iniciativas individuales, en aras a favorecer el desarrollo de las soluciones de mercado transfronterizas. De hecho, la Comisión considera que un esquema API pan-europeo sería un paso importante hacia la estandarización y la garantía de habilitación para la provisión de servicios de valor añadido en vistas de la falta de claridad que está demostrando tener la industria, idea que fue introducida en la reunión de ERPB de noviembre de 2018. El BCE, por su parte, está interesado en avanzar más allá de las cuentas de pago, hacia el paradigma de Open Banking, para lo cual consideraría de gran utilidad un esquema de este tipo.

Depende por tanto de la industria bancaria europea que se adopte un enfoque colaborativo y se consiga construir un modelo de esquema de pagos que dé servicio al Mercado Único Europeo y genere nuevas vías de ingresos. De otro modo, la amenaza de que los bigtech creen su propio modelo o de que el regulador anuncie una PSD3 se hará inevitablemente realidad. ¿Cómo podría conseguirlo una eventual PSD3? ¿Eliminando la fragmentación con una especificación más precisa y concreta de los estándares API, de los servicios de directorio y de las infraestructuras? ¿O con la asunción por parte del BCE u otra autoridad europea de la ejecución de la construcción de la infraestructura, como ocurrió con TIPS para pagos inmediatos? Si se hubiera definido reglamentariamente un único estándar de API desde el principio de PSD2, tal como hizo Reino Unido, ¿habría sido la solución definitiva para permitir a cualquier TPP europeo acceder de forma inmediata a cualquier banco de Europa, de una forma estandarizada y homogénea? ¿Cuál es el coste de oportunidad de haber “delegado” a la industria la tarea de definición de estándares precisos?

## Uno de los objetivos originales de PSD2 es de hecho aumentar la integración de los servicios financieros entre los Estados miembros, lo que significa que cualquier TPP que opera en un Estado miembro habría de poder acceder a cualquier ASPSP en otro Estado como si estuvieran ambos en el mismo país

En definitiva, la experiencia con la implementación de PSD2 evidencia cuán complejo es regular el mercado para estimular los resultados deseados de construir un modelo de esquema de pagos que sirva al mercado único europeo.

De hecho, los reguladores europeos consideran que PSD2 y TIPS son vitales para mantener la competitividad europea en un contexto de fortísima competencia tecnológica proveniente de otros bloques/regiones económicas globales. El propósito de TIPS es convertirse en una red pan europea de pagos inmediatos de cuenta a cuenta, pero en el momento actual aún no ha conseguido atraer con una propuesta atractiva de suficientes bancos en los seis meses posteriores a su lanzamiento.

### Acceso de entidades no bancarias a sistemas nacionales de pago

Los sistemas nacionales de pago, tal como lo define el Banco de Pagos Internacionales de Basilea (BPI), son “el conjunto de instrumentos, procedimientos y reglas para la transferencia de fondos entre los participantes en el mismo”. La definición de participantes varía en función del país (**Recuadro 5.4**), y existe una variedad de situaciones, si bien predomina aquella en la que por regulación prudencial (requisitos de solvencia y liquidez), solo las entidades de crédito, depositarias de los ahorros de los particulares, están autorizadas a ser participantes directos de las ACH.

En España, el Real Decreto-ley que traspone PSD2 no regula expresamente el acceso de las Entidades de Pago (EP) y de las Entidades de Dinero Electrónico (EDE) a los sistemas de pago como anticipaba el anteproyecto de Ley y como recomendó la CNMC en el “Estudio sobre el impacto en la competencia de las nuevas tecnologías en el sector financiero (fintech)” de septiembre de 2018. El acceso de las EP y EDE al Sistema Nacional de Compensación Electrónica (SNCE) queda garantizado en España como clientes de un miembro del sistema (una entidad de crédito o banco). Sin embargo, las EP y las EDE (y entidades de similar naturaleza en otras jurisdicciones) están siendo admitidas en otros sistemas de pago del ámbito europeo o internacional. Por ejemplo, en México, las fintech que sean autorizadas para operar bajo la Ley Fintech, automáticamente son elegibles para participar en el Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) operado por el Banxico, como cualquier entidad regulada del sistema financiero mexicano. Otros ejemplos:

- El Sistema Pagos Electrónicos Interbancarios en tiempo real (SPEI) es accesible por todas las entidades reguladas del sistema financiero mexicano, incluidas las Instituciones de Tecnologías Financieras que se certifiquen como tales. Los bancos están llamados a permitir a sus titulares de cuentas asociar el número de teléfono móvil al número de cuenta CLABE o de la tarjeta de débito para facilitar el uso de las transferencias inmediatas.
- Faster Payments de Reino Unido ha implementado un modelo de acceso a agregadores técnicos que permite a los PSP conectarse al sistema sin depender de que entidades de crédito competidoras habiliten el acceso. El Banco de Inglaterra también ha relajado los requisitos de poseer y operar una cuenta de liquidación con el banco central, lo que ha permitido que nuevos operadores, como las EDE, puedan disponer de una cuenta. Transferwise fue el primero participante fintech de la plataforma Faster Payments.
- El Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB) contempla la participación directa de instituciones financieras o de pago así como la de PSP de servicios de iniciación de pago, bajo regulación específica. La conectividad entre participantes directos y el SPB puede realizarse directamente o a través de empresas de conectividad (switch) que pueden agregar varios de los asistentes a la estructura (agregador).

**Salvo excepciones como las descritas, el acceso a las infraestructuras de pago en tiempo real, especialmente para entidades no bancarias, sigue siendo un área clave para los proveedores de infraestructura del mercado en muchas geografías, y una demanda de los nuevos PSP no bancarios**

- India también ha sido pionera en la apertura de los sistemas de pago. El modelo de acceso al sistema UPI (Unified Payments Interface), considerado hoy uno de los más innovadores sistemas de pago en tiempo real en el mundo, ha permitido una rápida adopción y uso de los pagos inmediatos de bajo valor de los usuarios con una cuenta en un banco participante del sistema. Si bien solo permite a los PSP autorizados acceder directamente al sistema, mantiene abiertas todas las API, permitiendo a los TPP construir servicios de valor añadido. Estos atributos, combinados con el establecimiento en paralelo de un sistema de identidad digital (Aadhaar), ha revolucionado el ecosistema de pagos de la India (economía con más de 1.400 millones de habitantes) y la UX.

Salvo excepciones como las descritas, el acceso a las infraestructuras de pago en tiempo real, especialmente para entidades no bancarias, sigue siendo un área clave para los proveedores de infraestructura del mercado en muchas geografías, y una demanda de los nuevos PSP no bancarios.

#### Recuadro 5.4: Acceso a Infraestructuras de Pago (ITU-T Focus Group Digital Financial Services)

La participación directa en sistemas LBTR suele estar restringida a bancos comerciales y algunos operadores de otros sistemas de pago y compensación (p.e. sistemas minoristas de pagos, sistemas de compensación de acciones, centrales de contrapartida, etc.). En algunos casos, otras instituciones financieras no bancarias con licencia y bajo supervisión prudencial pueden convertirse en participantes directos.

En sistemas de bajo valor, las ACH pueden ser propiedad del Banco Central, del sector privado o de una combinación de ambos. Para las ACH propiedad del Banco Central, es habitual que la participación directa se encuentre restringida del mismo modo que lo está la participación en los sistemas RGTS, dado que en ambos casos la participación en gran medida depende de contar con una cuenta en el Banco Central. Para las ACH operadas desde el sector privado, existen dos escenarios habituales:

- La ACH es propiedad de un grupo de bancos y es operada como un objetivo de minimización de costes en lugar de maximización de ingresos. En este caso la participación suele estar restringida a bancos que ejercen también la función de propiedad (accionistas), o permitiendo el acceso a otros bancos para

dar cabida a la totalidad del sector bancario (la práctica totalidad de los casos de ACH en Europa).

- La ACH es privada, con la propiedad independiente de la participación, desde un enfoque de maximización de beneficios. La participación directa suele estar abierta a otros tipos de PSP no bancarios, en la medida en que el propietario de la ACH tiene un incentivo de maximizar el mayor volumen de transacciones posible para maximizar ingresos y beneficios (caso VocaLink de Reino Unido).
- La estructura de gobierno de la infraestructura de pagos también influye en las políticas de acceso: aquellas ACH propiedad de un grupo de bancos y cuyas estructuras de gobierno están basadas en el ejercicio de la propiedad, tienden a preservar el status quo limitando la participación a propietarios. Incluso en los casos en los que PSP no bancarios tienen acceso directo, los términos y condiciones del servicio pueden ser menos ventajosas que las aplicadas a los participantes tradicionales (comisión de suscripción, pago mensual, pago por transacción, etc.)

Fuente: Afi, a partir de ITU (2016)

### Contribución de la Ley Fintech de México al Open Banking

México ha sido el primer país del continente americano en aprobar una Ley de Tecnologías Financieras o Ley Fintech, en marzo de 2018. La fase reglamentaria se encuentra en pleno proceso de gestación<sup>34</sup> mientras que, de acuerdo con el artículo octavo transitorio de la Ley, las empresas fintech ya operativas debían certificarse antes de septiembre de 2019.

Con la Ley Fintech, México es uno de los aún pocos países en tener un marco normativo que establece las bases para el desarrollo de Open Banking, bajo una concepción de Open Finance o servicios financieros abiertos (como también está concibiendo Brasil), ya que incluye una amplia gama de tipologías de empresas financieras, no solo bancos. En concreto, son aproximadamente 2300 las entidades sujetas a la nueva normativa.

<sup>34</sup> En septiembre de 2018 ya se reglamentaron aspectos tales como (i) los organismos que participarán en la supervisión de ITF (instituciones de tecnología financiera); (ii) los requisitos y el proceso para recibir una autorización para operar; (iii) la supervisión de sus operaciones; (iv) la estructura de gobierno corporativo que deben tener las ITF; (v) la obligación de que las empresas mantengan separados sus propios recursos de los de sus clientes; (vi) la operación de las instituciones de fondos de pago electrónico; (vii) los activos virtuales (criptomonedas y wallets); (ix) multas y sanciones; (x) leyendas que deben aparecer en sus sitios web; entre otros.

En particular, el artículo 76 de la Ley Fintech de México establece que las entidades financieras, los transmisores de dinero, las sociedades de información crediticia, las cámaras de compensación a que se refiere la Ley para la Transparencia y Ordenamiento de los Servicios Financieros, las Instituciones de Tecnologías Financieras (ITF) y las sociedades autorizadas para operar con Modelos Novedosos (denominación local del sandbox) estarán obligadas a establecer las API que permitan la interconectividad entre ellas y con terceros especializados en tecnologías de la información con el fin de compartir los siguientes datos:

- **Datos financieros abiertos:** generados por las entidades financieras y que no contienen información confidencial, tales como información de productos y servicios que ofrecen al público general, la ubicación de sus oficinas y sucursales, cajeros automáticos u otros puntos de acceso a sus productos y servicios;
- **Datos agregados:** relativos a cualquier tipo de información estadística relacionada con operaciones realizadas por o a través de las entidades financieras sin contener un nivel de desagregación tal que puedan identificarse los datos personales o transacciones de una persona. Solamente tendrán acceso a los datos agregados las personas que cuenten con los mecanismos de autenticación que establezcan las Comisiones Supervisoras o el Banco de México para el caso de las cámaras de compensación y sociedades de información crediticia.
- **Datos transaccionales:** relacionados con el uso de un producto o servicio, incluyendo cuentas de depósito, créditos y medios de disposición contratados a nombre de los clientes de las entidades financieras (p.e. transacciones que los clientes hayan realizado o intentado realizar en su infraestructura tecnológica). Estos datos, en su carácter de datos personales de los clientes, solo podrán compartirse con la previa autorización expresa de éstos.

## México es uno de los aún pocos países en tener un marco normativo que establece las bases para el desarrollo de Open Banking, bajo una concepción de Open Finance

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) se encuentra en proceso de definición de las reglas de operación de las API tales como los mecanismos de autenticación para el acceso a los datos, los estándares para el intercambio de información y la forma y términos para requerir dicha información y consentimiento del cliente, reglas que habrán de estar listas en marzo de 2020.

Previendo que muchas entidades de tamaño pequeño y mediano no podrán prepararse con sus propios medios, CECOBAN - única empresa que cuenta con la autorización por parte del Banco de México (Banxico) para proporcionar los servicios de Cámara de Compensación Electrónica Nacional para las operaciones de cheques, transferencias de abonos, de cargos (domiciliaciones) y compensación de efectivo- se encuentra desarrollando una plataforma que facilite la interconexión para que en una sola API puedan distribuirse las solicitudes de información a todas las entidades, recordando al modelo británico.

En relación a las contraprestaciones que cobren las entidades con motivo del intercambio de datos e información, la ley prevé que deberán ser autorizadas por el supervisor, y habrán de ser equitativas y transparentes a todos los agentes involucrados para evitar barreras de entrada, formales, regulatorias, económicas o prácticas.

En paralelo al desarrollo reglamentario habilitador del Open Banking, Banxico se ha erigido en participante activo de la innovación tecnológica y ha ampliado las funcionalidades del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI), plataforma de pagos inmediatos que administra, para lanzar una suerte de servicio de iniciación de pagos al mercado. El Cobro Digital (CoDi) permite solicitar pagos, realizar operaciones de compra-venta de bienes o de pago de servicios de forma inmediata y 24/7; la operación puede ser iniciada por el vendedor del bien o servicio a través de un mensaje de cobro único o recurrente (representado a través de un código QR estático, QR dinámico o mensaje NFC), que el comprador autenticado recibe y acepta.

# Lecciones aprendidas del Open Banking en Reino Unido

La investigación realizada por la Competition and Markets Authority (CMA) sobre Retail Banking Market (cuentas corrientes personales, cuentas de empresa y financiación a pymes) en Reino Unido evidenció las barreras de entrada y el elevado coste de adquisición de clientes para nuevos entrantes y bancos de menor tamaño, motivado por la concentración, la elevada vinculación y, en relación con la financiación de las pyme, las ventajas inherentes al rol de banco principal en relación al acceso a la información. Combinando esta realidad con las menores economías de escala y de alcance de los operadores de menor tamaño y las entonces incipientes fintech, la investigación concluyó que los bancos establecidos han disfrutado de las enormes ventajas que supone diluir los costes entre una amplia base de clientes exclusivos, así como la disponibilidad de financiación más barata ya sea vía depósitos de su amplia base de clientes o por el acceso a los mercados mayoristas.

Además, la débil respuesta de los clientes minoristas al precio y la calidad de los servicios provistos por los bancos establecidos (inelasticidad de la demanda) ha demostrado que la disciplina que los clientes habrían de imponer a sus proveedores de servicios financieros por la vía de la portabilidad (o amenaza de portabilidad) no se estaba produciendo, de modo que los incentivos de los bancos a competir en precio, calidad o innovación, han sido reducidos.

Como resultado de la investigación, las entidades financieras más grandes de Reino Unido fueron obligadas a partir de enero de 2018 a desarrollar e implementar estándares abiertos de API para cuentas corrientes.

## No está claro qué nuevos servicios emergerán y cómo responderán los clientes (particulares y pymes)

### Open Banking en acción

Los primeros meses de la puesta en marcha de Open Banking en Reino Unido han supuesto un proceso de aprendizaje y adaptación de sistemas para los bancos, percibido como un ejercicio combinado de cumplimiento normativo y de innovación en el que los bancos han estado más enfocados en el cumplimiento del literal de la norma en la ejecución de su espíritu.

Ello, en un contexto en el que sigue aún hoy existiendo un bloqueo mental en los clientes a la hora de compartir información financiera con los TPP, a pesar de los beneficios potenciales, que aún no son visibles. Según Ipsos Global Citizens and Data Privacy, 2018, el 77% de la población no se siente cómoda compartiendo sus datos con empresas distintas a su banco principal. Además, una investigación de Splendid Unlimited<sup>35</sup> reveló que solo un 22% de los adultos británicos había oído hablar de Open Banking como concepto. Por su parte, los grupos de consumidores más activos emitieron un Consumer Manifesto for Open Banking<sup>36</sup> en mayo de 2018 abogando por su contribución a la inclusión financiera, a la mejora del acceso a servicios financieros útiles, asequibles, entregados de forma respetuosa y comprensibles para todos; a la claridad sobre costes y uso de datos de carácter personal; al control real de los accesos, al dinero y los datos; a la libertad de elección y de offboarding; a la confiabilidad y seguridad universal.

Además de los clientes particulares (personas y hogares), son más de cinco millones de micro, pequeñas y medianas empresas (pymes) las que están llamadas a beneficiarse de la apertura de los servicios financieros en Reino Unido. Dicho esto, no está claro qué nuevos servicios emergerán y cómo responderán los clientes (particulares y pymes) habida cuenta de que la agregación de cuentas, la planificación financiera y la comprobación de saldos han estado en el mercado desde hace algún tiempo, aunque ahora de forma segura y regulada. En este sentido, IPSOS Mori contrastó diez hipótesis sobre las posibles reacciones de los consumidores británicos al Open Banking (**Tabla 5.5**), ejercicio del que se deduce que la evidente lentitud en la adopción pasa por la falta de casos de uso disponibles –esto es, por un problema de oferta- y no tanto por falta de confianza, de la que los bancos siguen disfrutando, para bien (“top of mind” de los clientes) o para mal (asunción de que reembolsarán pérdidas ante fraudes).

<sup>35</sup> “Open Banking: A revolution stalled”, disponible en <https://bit.ly/2YidjWx>

<sup>36</sup> “The consumer manifesto for open banking”, disponible en: <https://bit.ly/20Llq10>

Tabla 5.5: Proyecto de ley de transformación digital del sector financiero: sandbox regulatorio en España

Hipótesis	Resultado	Otras medidas
1. La adopción será lenta	Verdad	Inquietud sobre cómo se utilizarán los datos bancarios si consienten compartirlos. La confianza en los PSP es clave para la adopción. Adopción por emulación y solo si los beneficios son tangibles y relevantes
2. Jóvenes más propensos a confiar en la Banca Abierta	Parcialmente verdad	La edad será un factor clave en la adopción, pero basado en la confianza actual con el uso de las nuevas tecnologías y en la oportunidad de adoptar nuevos servicios basados en apps.
3. Casos de uso determinarán el éxito de la Banca Abierta	Verdad	Consideración de beneficios por casos de uso particulares y no por la mecánica detallada de cómo los servicios serían entregados a través de infraestructura de la Banca Abierta. Que la OBEI establezca los estándares genera tranquilidad.
4. Comodidad y rapidez son un punto clave de venta	Falso	Eventos vitales que precisen inmediatez son poco comunes Decepción por actual restricción de OB a cuentas corrientes. Más entusiasmo por casos de uso que pueden ofrecer un resultado financiero directo (mejor control de hábitos de gasto o descuentos).
5. Adopción si los productos y servicios son sugeridos por organizaciones confiables	Parcialmente verdad	La adopción dependerá más de (i) opinión de otros usuarios; (ii) marca del proveedor (p.e. Amazon); (iii) validadores de confianza.
6. Consideración de que datos financieros son más sensibles que otros datos de carácter personal limitará el acceso	Parcialmente verdad	Mayor preocupación por lo que podría inferirse de una divulgación completa de sus datos financieros (privacidad), que por compartir identificadores (información de cuenta) o saldos bancarios.
7. Preocupación por fraude / robo limitará adopción	Parcialmente verdad	Asunción mayoritaria de que los bancos reembolsarán pérdidas. Más preocupación por cantidad de información que podría ser revelada / deducida del análisis de datos transaccionales.
8. Consumidores utilizarán Banca Abierta, incluso si son cautelosos y citan preocupaciones	Parcialmente verdad	Optimismo por potenciales casos de uso supera a inquietud por el concepto de OB. Adopción si los beneficios son reales y si confían en los PSP
9. Si las cosas salen mal, el primer punto de contacto de los consumidores será su banco	Verdad	Consideración del banco como PSP principal y confianza en que asistirá al usuario en OB. Pero la confianza no es exclusiva de los bancos sino también de otros operadores (marcas) establecidas.
10. Industria tendrá que esforzarse para equilibrar el control, la responsabilidad y la protección.	Verdad	Expectativas de apoyo y validación de decisiones personales por parte de los PSP, y asunción de que la responsabilidad será asumida por PSP si las cosas van mal. Autorización de los reguladores clave para confianza.

Fuente: Afi, a partir de IPSOS Mori "Open Banking Data Sharing Dilemmas"<sup>37</sup>

Profundizando en la perspectiva de los usuarios en relación al dinamismo (o falta de) de la oferta, el estudio "Consumer Priorities for Open Banking"<sup>38</sup> realizada para la OBIE, desveló el amplio margen que aún existe para

garantizar la disponibilidad de productos y servicios financieros teóricamente factibles a través de Open Banking.

<sup>37</sup> Disponible en: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-04/open-banking-data-sharing-dilemmas.pdf>

<sup>38</sup> Disponible en: <https://www.openbanking.org.uk/wp-content/uploads/Consumer-Priorities-for-Open-Banking-report-June-2019.pdf>

**Tabla 5.6:** Grado de disponibilidad en el mercado de productos y servicios habilitados de Open Banking

	Disponibilidad limitada	Disponibilidad emergente	Disponibilidad adecuada
Personas y hogares	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comparativa de cuentas corrientes</li> <li>• Sobregiros de terceros</li> <li>• Remuneración de ahorros</li> <li>• Ofertas en facturas de servicios del hogar</li> <li>• Pagos internacionales</li> <li>• Comparativa de hipotecas</li> <li>• Gestión de transferencias de balance</li> <li>• Microahorros</li> <li>• Control de pagos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecommerce</li> <li>• Asesoramiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PFM</li> <li>• Apps de crédito</li> </ul>
Pequeños negocios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimización de flujos de caja</li> <li>• Pagos internacionales</li> <li>• Pagos domésticos</li> <li>• Comparativa de cuentas corrientes</li> <li>• Insight y asesoramiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apps de crédito</li> <li>• Ecommerce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilidad en la nube habilitada para Open Banking</li> <li>• PFM</li> </ul>

Fuente: Afi, a partir de "Consumer Priorities for Open Banking."

De los nueve bancos (ASPSP) a los que la CMA pidió que lanzaran sus iniciativas de Open Banking antes del 13 de enero de 2018 (conocidos como los CMA9: Allied Irish Bank, Danske Bank, Lloyds Banking Group, Nationwide Building Society, Barclays, Bank of Ireland, RBS, HSBC y Santander), solo cuatro cumplieron con la fecha. En los meses transcurridos entre mayo de 2018 y septiembre de 2019- se realizaron casi 656 millones de solicitudes a través de API a estos nueve bancos y sus marcas asociadas<sup>39</sup>, pasando desde 1,1 millones de solicitudes en mayo de 2018 a 59,4 millones en mayo de 2019 y 138,5 millones en el mes de septiembre.

Desde el arranque oficial hasta el 31 de octubre de 2019 se han registrado en la OBIE 49 ASPSP y 114 TPP entre los que imperan modelos de negocios de plataformas marketplaces, plataformas de "banking-as-a-service" (BaaS) y de "banking-as-a-platform" (BaaP), constatándose una preferencia entre los PSP establecidos por los modelos de "BaaS". Las diferencias entre los modelos BaaP y BaaS son aparentemente sutiles, y se centran fundamentalmente en dos aspectos: la tipología de usuarios finales y el grado de integración con los módulos de productos / servicios del banco.

**La OBIE desveló el amplio margen que aún existe para garantizar la disponibilidad de productos y servicios financieros teóricamente factibles a través de Open Banking**

<sup>39</sup> Ocho bancos en el periodo mayo 2018-julio 2019 y diez bancos y building societies adicionales a noviembre de 2019, con un total de 18 marcas (AIB First Trust, AIB Group UK, Bank of Ireland UK, Bank of Scotland, Barclays, Danske, First Direct, First Trust, Halifax, HSBC, Lloyds Bank, MBNA, M&S, Nationwide, NatWest, RBS, Santander y Ulster). Información disponible en <https://www.openbanking.org.uk/providers/account-providers/api-performance/>

Tabla 5.7: Marketplaces, BaaS y BaaP

	Marketplaces	BaaS	BaaP
Modelo de negocio	Plataforma de puesta en contacto de compradores y vendedores, sin que el producto o servicio sea propio del marketplace.	Oferta de servicios a través de una plataforma de API para el desarrollo de aplicaciones que pueden o no estar integradas en los catálogos de producto del banco.  El banco combina BaaS con operaciones B2C propias	Plataforma bancaria que ofrece BaaS (modelo puro, sin operaciones B2C propias)  Provee infraestructura de servicios bancarios que permite a TPP crear aplicaciones, productos y servicios adaptados a su propio modelo de negocio, así como controlar las interacciones con los clientes.
Destinatarios objetivo	Clientes	TPP, desarrolladores, socios tecnológicos y clientes	TPP, desarrolladores y socios tecnológicos
Monetización	Comisión	Pago por uso de aplicaciones / Comisión	Pago por servicios de marca blanca / Comisión
Ejemplos	Raisin	Starling Bank Fidor BBVA Open Platform	Solaris Bank

Fuente: Afi

## Iniciación de pagos: alternativa al uso de la tarjeta

### Canibalización de las tarjetas de pago y financiación de los pagos inmediatos.

Entre los nuevos servicios habilitados por PSD2, quizá el que mayor expectación está causando es la iniciación de pagos. En Europa, este "nuevo" servicio de pago ha sido regulado -y, por tanto, reconocido y protegido-motivado por la existencia en el mercado de iniciativas no reguladas como Trustly (Suecia), Sofort (Alemania, y adquirido en 2014 por Klarna de Suecia) e IDEAL de Holanda, que han demostrado su eficacia y, además, contribuye a la independencia de los esquemas internacionales de tarjetas y de las plataformas de pago de origen chino que tácitamente buscan las autoridades europeas. Sobre este último punto, es reciente la iniciativa PEPSI (Iniciativa de Sistema Paneuropeo de Pagos), heredera del fracasado Proyecto Monnet de creación en 2012 de un esquema de tarjetas europeo, esta vez sustentada en pagos inmediatos,

Las expectativas son enormes, y ello a pesar de que a priori, el único valor no financiero de los servicios de iniciación de pagos desde la perspectiva de los usuarios / compradores en un entorno de ecommerce es la capacidad de conocer la disponibilidad de fondos antes de aceptar el pago y el mejor control del movimiento del dinero en tiempo real que, combinado con la identidad digital, podría reducir la fricción y el fraude.

Dicho esto, las tarjetas de pago ofrecen hoy una protección mayor por las reglas de devoluciones de cargos y gestión del fraude, fundamentalmente. Se podría argumentar asimismo que la reducción en los costos asociados a la aceptación de pagos con tarjetas por parte del comercio podría reducir los precios de los bienes y servicios a los consumidores y/o dejar margen para el despliegue de programas de fidelidad del comercio a sus clientes, pero estos efectos suelen tomar tiempo, si es que llegan a producirse, como se ha constatado con los efectos de la regulación de las tasas de intercambio en vigor desde 2015 (Reglamento IRF).

La percepción de la industria, tal como queda reflejado en el capítulo 3 (La Visión del Sector), es que la amenaza de canibalización del pago con tarjeta por el pago desde cuenta es plausible, especialmente de la mano de los próximos servicios de iniciación de pagos. De hecho, cerca de seis de cada diez entrevistados considera

que su materialización es bastante o muy probable en los próximos diez años. En este sentido, no son pocas las iniciativas del mercado que tratan de emular la funcionalidad de la tarjeta de crédito (financiación o pago en cuotas) sin necesidad de contar con dicho medio de pago.

---

**Recudro 5.3:** Pago aplazado online en el POS, con o sin tarjeta

En el comercio global, los gustos de los consumidores son clave, incluidos los relativos a los medios de pago: en EEUU la preferencia se decanta por la tarjeta de crédito; en Asia por el código QR; en Europa por las tarjetas de débito y los pagos desde cuenta y en Latinoamérica aún está muy presente el pago contra reembolso en efectivo.

En este contexto, **el pago aplazado online se está posicionando como modalidad de pago de uso creciente, incluso sin necesidad de contar con una tarjeta de crédito**, modalidad a la que en 2019 se han unido nuevos proveedores. Este servicio está hoy en día impulsado fundamentalmente por empresas fintech.

**Klarna** de Klarna Bank AB (Suecia), que adquirió SOFORT en 2014, es una plataforma de pagos online con énfasis en la financiación o pago en cuotas sin necesidad de contar con una tarjeta de crédito en el

momento de la compra. Provee soluciones de pago a más de 60 millones de consumidores en 130.000 comercios de 14 países, con características singulares como su botón “one-click” al estilo de Amazon y su método de verificación de clientes a través de la dirección de correo electrónico, el código postal y datos de comportamiento, sin necesidad de asociar un medio de pago antes ejecutar la operación de pago. **Paypal Credit**, antes conocido como Bill Me Later, es el principal competidor de Klarna en la provisión de este tipo de servicio de financiación de compras en el momento del pago en el POS. **Affirm** es otro gran operador fintech en este negocio desde 2013, y **Divido** desde 2015. En abril de 2019 se unió **Mastercard** con la compra de Vyze Inc, y en junio **Visa Inc.** anunció en su incursión en el negocio de pago aplazado en el POS entendiendo que los consumidores prefieren productos simples y predecibles como la financiación en cuotas pre definidas.

Fuente: Afi, a partir de notas de prensa

## Iniciación de pagos everywhere

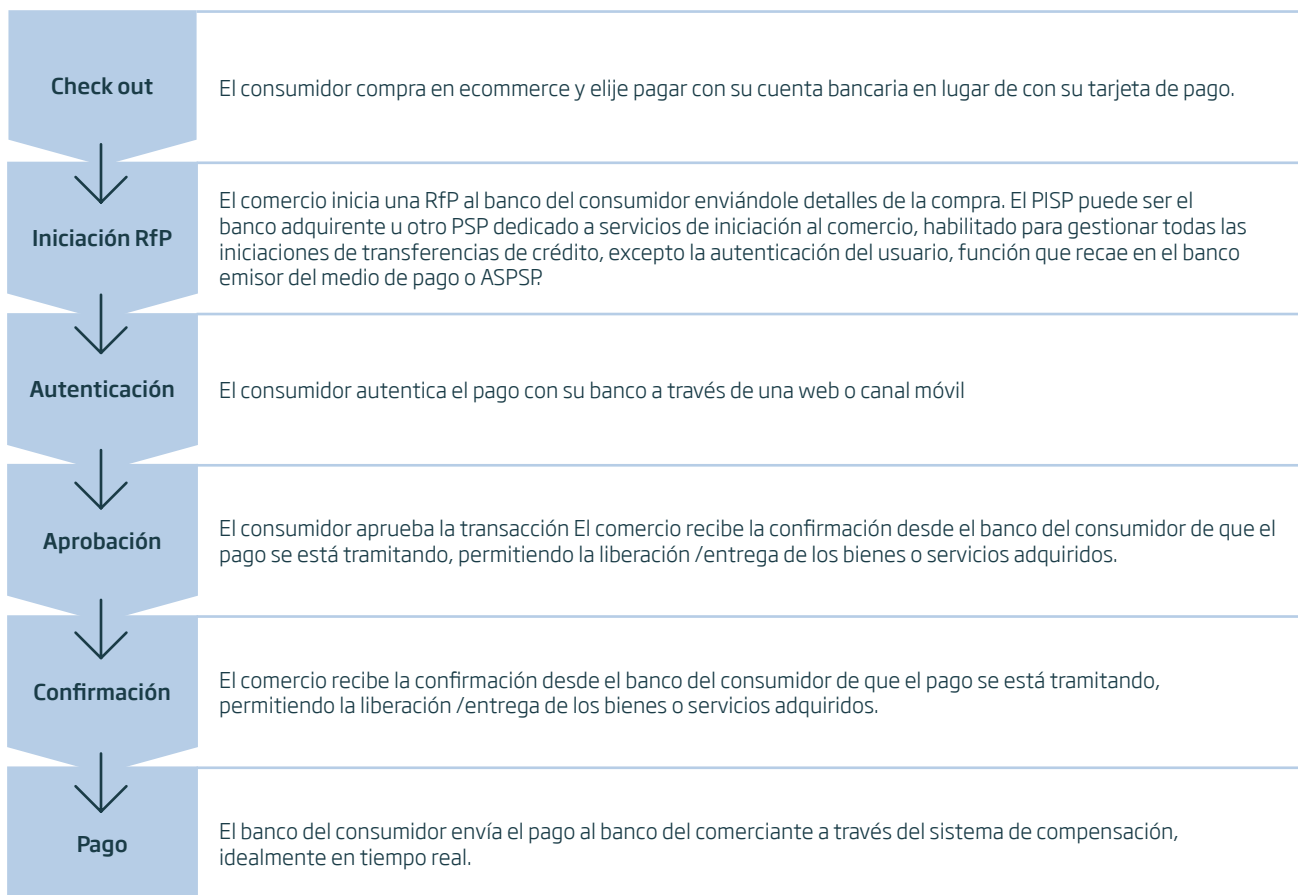
Numerosos mercados con infraestructuras de pagos en tiempo real están comenzando a trasladarse de un enfoque tradicional basado en los débitos (pull) hacia un modelo push o de transferencias inmediatas / iniciación de pagos, lo que permite al usuario mayor control sobre los tiempos, plazos, importe(s) y la frecuencia del pago. El Request for Payment (RfP) se está concibiendo como un método de pago digital eficiente y, como tal, se está priorizando en muchas infraestructuras. Si bien los

débitos directos son muy utilizados en algunos países, la tendencia está yendo hacia que los raíles de los pagos inmediatos den soporte a RfP, considerando la iniciación de pagos un débito directo “mejorado” por su condición de pago push controlado, en lugar de pull automático y en tiempo real. La combinación de RfP y la arquitectura creada para Open Banking tienen el potencial de dar la vuelta al modelo de autorización de pagos utilizado por los débitos directos, transformando las autorizaciones pull (mandatos) en autorizaciones push.

En Tailandia, el sistema de pagos inmediatos PromptPay cuenta con una capa RfP integrada en la mayor parte de los ecommerce; el sistema de pagos inmediatos de Hong Kong inaugurado en septiembre de 2018 y en el que participan bancos y PSP no bancarios, contempla ofrecer RfP, no solo en el mundo online sino en el punto de venta físico, para lo cual la Hong Kong Monetary Authority (HKMA) está desarrollando un estándar común de código QR, al estilo del recientemente desarrollado por Banxico (CoDi) y actualmente en exploración por el

Banco Central de Brasil. Malasia ha estrenado su Retail Payments Platform en 2019 y también contempla transferencias inmediatas y RfP para ecommerce a través de aplicaciones móviles. Reino Unido, por su parte, está desarrollando un servicio RfP como una capa adicional en las actuales infraestructuras de pago. En EE. UU, Clearing House ha incorporado especificaciones para mensajes RfP, aunque son pocos los bancos que lo han puesto en funcionamiento.

**Figura 5.3:** Esquema de funcionamiento básico de un RfP



Europa, con SEPA Instant Payments y otros esquemas de pago instantáneo domésticos, cuenta con la infraestructura necesaria para que la combinación PSD2 y pagos inmediatos, a pesar de no estar sincronizado su desarrollo e implementación, convierta a los pagos en una commodity y compita con los sistemas de pago existentes, en particular, con la tarjeta. Dicho esto, los

reguladores se han dado cuenta de que la construcción de PSD2 y su desconexión con pagos inmediatos ha ayudado a la creación oportuna de lo que esperaban los agentes de pagos para el mercado europeo, y la complejidad y el coste de que el ecosistema PSD2 evolucione será mayor que el inicialmente estimado.

Los pagos inmediatos (SEPA Instant Transfers o SCT Inst) pueden por tanto convertirse en el new normal para cualquier tipo de pago en Europa, si bien su adopción masiva depende de varios factores, algunos de ellos relacionados con PSD2:

- i. el ritmo de adhesión al esquema SCT Inst a nivel europeo;
- ii. el respaldo institucional que reciba la generalización de su uso (por ejemplo, una eventual obligación regulatoria o una posible fecha end-date para la migración);
- iii. la reflexión y diálogo estratégico entre los actores del mercado y las autoridades europeas;
- iv. el despliegue y la adopción masiva de nuevas soluciones y servicios de valor añadido basados en SCT Inst, como Bizum en España, y su aceptación mayoritaria para hacer todo tipo de pagos a través de dispositivos móviles;
- v. la elevación o eliminación del actual importe máximo por operación (15.000 euros) que el EPC está evaluando para dar cabida a nuevos casos de uso (p.e. operaciones B2B, sustitución del cheque para operaciones de alto importe)<sup>40</sup>;
- vi. la definición de reglas precisas sobre aspectos esenciales como contra cargos y otras incidencias, ya contempladas por los esquemas de tarjetas;
- vii. el tráfico que se pueda generar por parte de los nuevos PISP; y
- viii. el precio de los servicios de SCT Inst para clientes particulares y empresas.
- ix. los distintos “customer journeys” asociados a casos de uso;
- x. el riesgo de fragmentación de métodos SCA y API, motivado por las distintas interpretaciones de las RTS, directorios de servicios y procesos de resolución de disputas; y
- xi. la sincronización del tiempo de respuesta contemplado en SCT Inst (10 segundos) con PSD2.

El potencial transformador del RfP a largo plazo depende, en definitiva, del procesamiento inmediato de los pagos, para lo cual es necesaria una ACH que opere en tiempo real 7/24/365 y un Point of Interaction (PoI) que armonice las soluciones de pago basadas en SCT Inst entre el comercio y el consumidor. La demanda de acceso de los TPP a las ACH (ver sección “apertura de nuevos debates”) quizá se dimensiona mejor una vez analizado este punto.

## El potencial transformador del RfP a largo plazo depende, en definitiva, del procesamiento inmediato de los pagos

La industria aérea ha sido pionera en la adopción de nuevos métodos de pago con la combinación de Open Banking y pagos inmediatos, como el desarrollado por Adyen y KLM, que permite a los clientes británicos pagar sus billetes de avión utilizando funcionalidades de Open Banking, o las alianzas entre la International Air Transport Association (IATA), ipagoo y Deutsche Bank que han explorado la combinación de acceso a cuentas y pagos inmediatos para crear un nuevo esquema de pago online para billetes de avión. En Reino Unido, Natwest fue el primer banco en lanzar un nuevo sistema de compra online mediante RfP apalancado en Open Banking y Faster Payments en alianza con el retailer de telefonía Carphone Warehouse. Estos ejemplos, interesantes e innovadores, distan aún de conformar un esquema pan-europeo multipropósito y ubicuo.

### Casos de uso: las suscripciones y los pagos recurrentes

El caso de uso de RfP que resulta más inmediato, además de los archiconocidos Trusly e IDEAL para pagos en ecommerce, es el pago servicios contratados bajo un esquema de suscripción con pagos recurrentes (semanales, mensuales o con otra frecuencia). Hoy en día este tipo de servicios se pagan al proveedor o compañía que los presta mediante débito directo (domiciliación bancaria en España, botón PSE en Colombia), efectivo (Latinoamérica), tarjeta de débito o crédito (card on file, habitual en países de Latinoamérica como México o Perú) o transferencia bancaria de crédito.

Para las empresas que operan bajo el modelo de suscripción, la recolección de los pagos puede resultar una tarea costosa especialmente en negocios B2C donde generalmente se recurre a pagos con tarjeta, o en B2B donde predominan las transferencias bancarias emitidas mes a mes, gestos de los que los clientes se tienen que acordar ejecutar.

<sup>40</sup>Reino Unido empezó su operativa de transferencias inmediatas con un límite máximo de 10.000 libras que hoy asciende a 250.000 libras. Bélgica comienza su operativa sin límite máximo y Holanda anuncia hacerlo en 2020 sin límite.

Los débitos directos resuelven parcialmente este problema por ser órdenes de pago automatizados, pero complejos de articular en negocios de alcance global por ser generalmente de ámbito doméstico; en el ámbito internacional o global es la tarjeta de pago la que impera, por su cobertura mundial, o las transferencias bancarias al uso.

El RfP o iniciación de pagos habilita la posibilidad de que la compañía (el merchant) solicite el pago al cliente a través de su banco, quien además puede ofrecerle la posibilidad de realizar pagos parciales o diferidos en función de la relación que el cliente tenga con su banco, abriendo un espacio a la provisión de financiación y, por tanto, oportunidades para la generación de ingresos. A diferencia del débito directo con el que los fondos son debitados automáticamente, un RfP sitúa al cliente en control de sus fondos ya que sabe cuándo está siendo solicitado el pago y cuánto está siendo solicitado pagar, en el momento en el que se produce cada RfP. Desde la perspectiva del comercio o proveedor de servicios, también existen ventajas sobre la aceptación con tarjeta de pago: Delta Airlines ha estimado que podría ahorrar 600 millones de dólares al año si sus clientes sustituyeran el pago con tarjeta por pago desde cuenta, ahorros que podría destinar a ofrecer programas de fidelización a sus clientes en función del medio de pago utilizado.

RfP, a diferencia del débito directo, elimina la automatización no consciente: los modelos hasta la fecha conocidos requieren una autorización de pago por el usuario para cada una de las transacciones individuales (autorización continuada). Así, si la intención es que RfP sustituya al débito directo como método de pago para pagos recurrentes, será necesario desarrollar un mandato que permita esta regularidad o automatización. En este sentido, el estándar de mensajería ISO 20022 dispone de mensajes en su repositorio que podrían ser utilizados para este propósito.

## El cambio de paradigma que impulsa el Open Banking ¿Hacia dónde nos dirigimos?

Con los ritmos y retos descritos, es plausible que la esperada revolución del Open Banking, concebida regulatoriamente en Europa, tarde en materializarse más de lo previsto, pero sin duda está, ya en marcha.

El reto para la industria bancaria, una vez adaptados los sistemas y preparados para el despliegue del paradigma de Banca Abierta, es **encontrar la(s) killer application(s) y los casos de uso que universalicen la adopción**. Ello, teniendo en cuenta que la globalidad de las aspiraciones del Open Banking impone desafíos adicionales a los operadores, en la medida en que **los bancos globales han de conciliar el cumplimiento de regulaciones, estándares, preferencias y prácticas de mercado distintos según la región en la que operen**, que difieren en el nivel de desarrollo de los sistemas financieros y de los ecosistemas de pagos, a la vez que proveen servicios armonizados a sus clientes en un contexto digital y de disminución de barreras a la competencia.

En relación a la killer application, a modo de ejemplo, es preciso admitir que hoy el consumidor no tiene una visión completa de los consentimientos otorgados a los TPP que pueden acceder a sus cuentas bancarias, ni sabe con certeza en cuantos check-outs ha facilitado sus medios de pago (p.e. datos de tarjeta de débito o crédito), ni quizá de cuántos medios de pago activos dispone. Así, el consumidor necesitará, para un uso seguro y controlado de sus medios de pago en primer lugar, y de sus finanzas globales en segundo lugar, un dashboard personalizado, una suerte de mayordomo de sus credenciales, de su identidad digital, una llave de entrada en cualquier proceso de onboarding que bien podría ser facilitado por su banco de confianza o banco principal, más allá de las funcionalidades que en este sentido ofrecen ya los wallets actuales. La atención de estas necesidades por un "agente de confianza", condición de la que aún disfrutaban las entidades bancarias y a la que ya aludió el World Economic Forum en 2016<sup>41</sup>, es una clara ventaja comparativa de los operadores bancarios en el nuevo contexto de Banca Abierta.

<sup>41</sup> WEF (2016). A Blueprint for Digital Identity The Role of Financial Institutions in Building Digital Identity

En cuanto a los casos de uso que universalicen la adopción, es recomendable analizar casos de éxito inspiradores –y que ya son referencia en muchos países– como el de Transport for London y su contribución a la normalización del pago contactless, que ha conseguido extender el hábito tap and go a otros puntos de pago y aceptación en todo el Reino Unido.

Concluyendo con la misma idea con la que comenzó este capítulo – la continua y veloz extensión de las fronteras de lo tecnológicamente posible evidencia el riesgo de obsolescencia de PSD2 y su incipiente concepción de la Banca Abierta, aun encontrándose en estados preliminares de desarrollo– ya hay sobre la mesa visiones más ambiciosas sobre el futuro a medio plazo de los servicios financieros, como las analizadas de Reino Unido (Open Banking), México (Open Finance) y Australia (Open Data/Open Life).

De hecho, Open Finance, Open Loop Finance u Open Architecture Finance, son los términos acuñados por la FCA de Reino Unido para describir el paradigma de futuro en el que el cliente tiene y ejerce el derecho sobre sus datos –alojados o custodiados por diferentes proveedores autorizados– y la capacidad de acceder y gestionarlos de forma fácil, segura y con pleno control para mejorar su bienestar. En última instancia, y como ya contempla el modelo australiano en su interpretación más ambiciosa de la norma, Open Life será el siguiente estadio sustentado en el derecho de los consumidores / ciudadanos a compartir sus datos de una amplia variedad de proveedores de productos y servicios con los que interactúa y transa en su vida diaria (servicios financieros, servicios básicos –utilities, administrativos, servicios públicos, de movilidad, relaciones comerciales, educativos, entre otros muchos) para maximizar su bienestar personal y el pleno control de sus datos financieros y personales en un mundo en el que cada día las relaciones son menos analógicas y más digitales.

## Ya hay sobre la mesa visiones más ambiciosas sobre el futuro a medio plazo de los servicios financieros, como las analizadas de Reino Unido (Open Banking), México (Open Finance) y Australia (Open Data/Open Life)

Garantizar el ejercicio de los derechos que brinda la economía de los datos y **aprovechar todo el potencial de la secuencia “Open Payments (PSD2) – Open Banking – Open Finance – Open Life”** requiere de una estructura de gobernanza sólida y sustentada en incentivos adecuados, unas reglas de juego completas y predecibles, una estrategia de portabilidad de datos segura y consistente, una identidad digital soberana y un objetivo de inclusión que, juntos, minimicen los riesgos latentes de concentración, privacidad y de exclusión (o auto-exclusión).



## 5. A las puertas del Open banking

Accenture (2018). The brave new world of open banking. Disponible en: <https://accntu.re/2rW6ozQ>

AEB, CECA y UNACC (2019). Impacto en la aplicación de la autenticación reforzada sobre el pago con tarjeta en comercio electrónico. Disponible en: <https://bit.ly/2LmGRXr>

Banco Central do Brasil (2019) Comunicado nº 33.455 de 24/4/2019. Disponible en: <https://bit.ly/33PyXwi>

Banco de España (2019). Un nuevo régimen de acceso a las cuentas de pago: la PSD2. Revista de Estabilidad Financiera Nº 35. Disponible en: <https://bit.ly/2sGqT3X>

Banco de España (2019). Mandato AMI-Pay España. Grupo nacional para infraestructuras de pago. Disponible en: <https://bit.ly/2r4Sv2A>

CA Technologies (2016). Punto de Vista de CA: Resumen de 3D Secure 2.0 y la forma en que CA puede ayudar. Disponible en: <https://bit.ly/2PbSVfs>

CAPCO (2018). The future of open banking: How to monetize your bank's API. Disponible en: <https://bit.ly/2rTjxtK>

Center for Latin American Monetary Studies (2019). Key Aspects around Financial Technologies and Regulation. Policy report. CEMLA Fintech Regulatory Aspects Working Group. Disponible en: <https://bit.ly/2r2GIHr>

Citibank e Imperial College Business School (2017). Digital Money: A journey worth taking. Disponible en: <http://citi.us/34Ngh1C>

Citibank e Imperial College Business School (2019). Digital Money Index 2019. Disponible en: <http://citi.us/2YibhQb>

Comisión Europea (2018). Reglamento Delegado (UE) 2018/389. Disponible en: <https://bit.ly/382FFCB>

Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México (CNBV) (2018). Guía para la solicitud de autorización para la organización y operación de instituciones de fondos de pago electrónico. Disponible en: <https://bit.ly/2Lld1CE>

Competition and Markets Authority (CMA) (2016). Retail banking market investigation. Final Report. Disponible en: <https://bit.ly/386zwoG>

Convenient Access to PSD2 Services (CAPS) (2018). A Pan European account roaming service. CAPS considerations on achieving PSD2 harmonisation. Disponible en: <https://bit.ly/33RU1ll>

Euro Retail Payments Board (ERPB) (2018). Record of past ERPB Recommendations. Junio de 2018. Disponible en: <https://bit.ly/38q2fFp>

Euro Retail Payments Board (ERPB) (2019). Report of the ERPB Working group on a Single Euro Payments Area (SEPA) Application Programming Interface (API) Access Scheme. Disponible en: <https://bit.ly/2LF11MI>

European Central Bank (2019). Assessment of follow-up on ERPB statements, positions and recommendations. Disponible en: <https://bit.ly/38nD6Lp>

European Central Bank (2019). Electronic Money Association (EMA) dissension from elements of ERPB WG Report on SEPA API access Scheme. Disponible en: <https://bit.ly/36jGfAI>

European Central Bank (2019). European Credit Sector Associations letter on SEPA API access scheme. Disponible en: <https://bit.ly/2sYQPbb>

European Central Bank (2019). Mandate of the working group on a SEPA API access scheme. Disponible en: <https://bit.ly/2LHD8nD>

European Central Bank (2019). Mandate of the working group on instant payments at the point of interaction. Disponible en: <https://bit.ly/36nPrO6>

European Central Bank (2019). Statement following the eleventh meeting of the Euro Retail Payments Board held on 13 June 2019. Disponible en: <https://bit.ly/34d521q>

European Central Bank (2019). Statement from TPP representatives on the Report of the ERPB Working Group on a Single Euro Payments Area (SEPA) Application Programming Interface (API) Access Scheme. European Third Party Providers Association. Disponible en: <https://bit.ly/345IUWG>

European Payments Council (2018). API Evaluation Group (EG) recommended functionalities (PSD2/RTS). Disponible en: <https://bit.ly/389FmWD>

European Payments Council (2018). Summary of the 24th Meeting of the API Evaluation Group. Disponible en: <https://bit.ly/2YhWqoG>

European Payments Council (2019). Overview SEPA Scheme Participants, Status as of 14 June 2019. Disponible en: <https://bit.ly/20ORZ1B>

European Payments Council (2019). Status update on SCT Inst scheme ERPB Meeting 13 June 2019. <https://bit.ly/34aRqDv>

Gobierno de Gran Bretaña (2019). Directions to Santander issued under the Retail Banking Market Investigation Order 2017. Disponible en: <https://bit.ly/2sGwxmH>

Iberpay (2019). Informe Anual 2018. Disponible en: <https://bit.ly/2PFFBqv>

Ipsos MORI (2018). Open Banking. Data Sharing Dilemmas. Disponible en: <https://bit.ly/363qRla>

Ministerio de Economía y Empresa (2018). Anteproyecto de ley de medidas para la transformación digital del sistema financiero. Disponible en: <https://bit.ly/2Ym0JQ4>

New Payments Platform (NPP) Australia (2019). Real time payments 2.0, the net generation of real time payments. Disponible en: <https://bit.ly/2OSY3WY>

Open Banking Europe (2017). Registration & Passporting guide. Disponible en: <https://bit.ly/2OUzjO6>

Open Banking Europe (2019). PRETA goes live with the pan-European Open Banking Europe directory to support PSD2 compliance. Press release. Disponible en: <https://bit.ly/2YjjiPX>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2018). Dispute Management System for ASPSPs and TPPs. Disponible en: <https://bit.ly/2sjsJB7>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2019). Background to Open Banking. Disponible en: <https://bit.ly/2RngODy>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2019). Consumer priorities for open banking. Disponible en: <https://bit.ly/2LscsqR>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2019). Guidance when implementing the Standard. Disponible en: <https://bit.ly/365n2vN>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2019). Highlights March 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2PljgaO>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2019). Open Banking Customer experience guidelines. Disponible en: <https://bit.ly/33Pd4gl>

Open Banking Implementation entity (OBIE) (2019). Publication of Consumer Priorities for Open Banking Report. Disponible en: <https://bit.ly/38aEroT>

PWC y Open Data Institute (2019). The future of banking is open: How to seize the Open Banking opportunity. Disponible en: <https://bit.ly/33043EF>

Salt Edge (2019). PSD2 Payment Initiation API. One integration, thousands of connections. Disponible en: <https://bit.ly/2LnOo8I>

Sistema de Tarjetas y Medios de Pago (2019). Informe Anual 2018. Disponible en: <https://bit.ly/2Ro7GOM>

Tink (2019). Open banking 2019: Inside the minds of Europe's bankers. Disponible en: <https://bit.ly/33PetUw>

UK Finance (2018). UK Finance Industry Guidance on Strong Consumer Authentication under PSD2. Disponible en: <https://bit.ly/33TCJEV>

UK Finance (2019). Access to payment accounts services: good practice guidelines. Disponible en: <https://bit.ly/34UYtI5>

UK Finance (2019). Card Spending Update for March 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2sOfzD7>

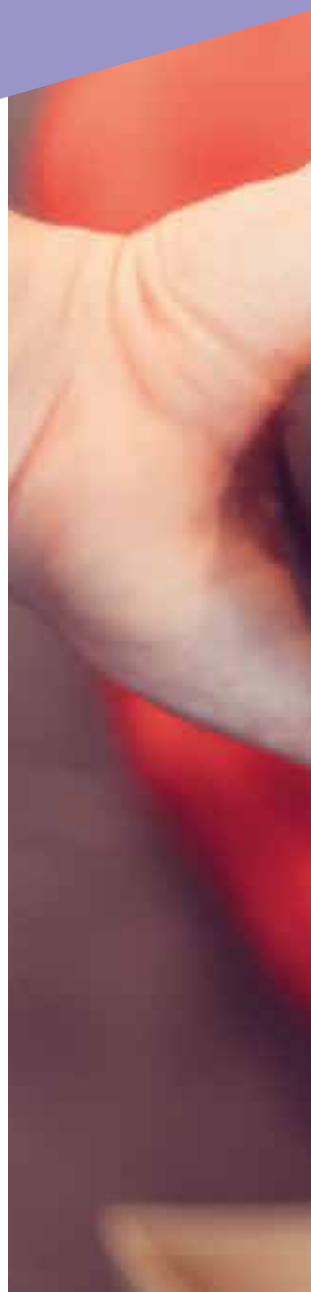
UK Finance (2019). Contactless Transit: Implementation in the UK. Disponible en: <https://bit.ly/2qtkVM>

US Department of the Treasury (2019) A Financial System That Creates Economic Opportunities Nonbank Financials, Fintech, and Innovation: <https://bit.ly/2LmPIOQ>

WEF (2016) A Blueprint for Digital Identity The Role of Financial Institutions in Building Digital Identity. Disponible en: <https://bit.ly/383GnPX>

# Demanda en Medios de Pago

6





# La multibancarización, una realidad global

Crece la predisposición de los usuarios a cambiar de entidad financiera o a operar con más de una a la vez, mientras que el uso de efectivo comienza su retroceso.

En esta nueva entrega, al igual que la edición del 2018, la investigación ha estado centrada en la población bancarizada internauta –que será denominada con el acrónimo ABI– por la creciente relevancia de este segmento para el sector financiero y al que va dirigido la mayoría de las innovaciones en medios de pago. Así, una de las particularidades de la presente entrega es la posibilidad de evidenciar los cambios que se han suscitado, en el intervalo de un año, en la relación entre la población ABI y los proveedores de servicios de pago.

Otra de las novedades es la inclusión del Reino Unido, que se suma a los nueve países analizados en 2018, ampliando el alcance de la investigación a un total de siete países latinoamericanos y tres europeos: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Reino Unido y República Dominicana.

Uno de los resultados más reveladores de esta investigación es el fenómeno de la multibancarización, es decir, la creciente tendencia a operar con más de una entidad bancaria, situación que inevitablemente repercute en la relación cliente-banco y que hace cada vez más relevante el concepto de “banco principal” y sus implicaciones en términos comportamentales y de negocio.

El uso del smartphone como dispositivo de pago, tanto en comercios físicos (P2B) como entre particulares (P2P) deja de tener una presencia marginal en las transacciones mensuales de la población ABI, evidenciando crecimientos significativos en un corto período de tiempo, mientras que el uso de tarjetas comienza a estancarse y el efectivo a retroceder. En definitiva, va tomando forma un escenario cada vez más propicio para el ingreso de nuevos actores

con soluciones de pago innovadoras, escenario que podría verse remecido por la incursión de las grandes compañías tecnológicas (Amazon, Facebook, Apple, Google, etc.) como proveedoras de servicios financieros, considerando además el permanente crecimiento del comercio electrónico donde este tipo de empresas podrían lograr una ventaja sin precedentes.

## Metodología

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

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

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

**Duración del cuestionario:** 15 minutos

**Tamaño muestral:** 400 entrevistas por país (4.000 entrevistas en total)

**Error muestral:** 4,9% por país, considerando muestreo aleatorio con varianza máxima y un nivel de confianza del 95%

**Trabajo de campo:** junio y julio de 2019

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

## Población bancarizada internauta

En línea con el Informe del año 2018, esta investigación ha sido realizada sobre **la población adulta bancarizada internauta (ABI)**, que corresponde al segmento de la población mayor de 18 años, con acceso permanente a Internet y que tiene contratado al menos un producto o servicio con un banco o institución financiera.

En la **Tabla 6.1** se presentan tres indicadores que permiten una visión estructural de la situación de cada país en cuanto al nivel bancarización, uso de Internet y, por último, una estimación de la población adulta bancarizada sobre la población internauta.

En base a la última actualización de "The Global Findex Database" del Banco Mundial realizada en

2017, se evidencia que los niveles de bancarización en Latinoamérica, a excepción de Chile y Brasil que superan el 70%, aún enfrentan un amplio margen de mejora. En contraste, el nivel de bancarización de los países europeos incluidos en la investigación supera el 90%.

Respecto al uso de Internet, a partir de la información pública de la "International Telecommunication Union (ITU)" es posible afirmar que la población internauta es mayoritaria en todos los países analizados.

Finalmente, a partir de los resultados de la investigación, se ha realizado una estimación del nivel de bancarización entre la población internauta de cada país, es decir, el porcentaje de la población, con acceso a internet, que declara tener al menos una cuenta en alguna entidad financiera. Como es posible observar en la **Tabla 6.1**, el nivel de bancarización entre la población internauta sobrepasa el 80% en prácticamente todos los países analizados.

**Tabla 6.1:** Estimación de la población ABI (mayor de 18 años)

	Población bancarizada mayor de 18 años (Global Findex 2017) <sup>42</sup>	Mayores de 15 años con acceso a Internet (ITU 2017-2018) <sup>43</sup>	Estimación de la población adulta bancarizada sobre la población internauta (2019) <sup>44</sup>
<b>Argentina</b>	48,7%	74,3%	80,3%
<b>Brasil</b>	70,0%	67,5%	88,7%
<b>Chile</b>	74,3%	82,3%	90,5%
<b>Colombia</b>	45,8%	62,3%	88,3%
<b>México</b>	36,9%	65,8%	78,9%
<b>Perú</b>	42,6%	52,5%	87,4%
<b>República Dominicana</b>	56,2%	74,8%	85,7%
<b>España</b>	93,8%	86,1%	94,7%
<b>Portugal</b>	92,3%	74,7%	93,7%
<b>Reino Unido</b>	94,6%	94,9%	95,9%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Global Findex 2017, de International Telecommunication Union (ITU 2017-2018) y resultados del presente estudio

<sup>42</sup> Últimos datos publicados por el Banco Mundial en el momento de la realización de este informe, <https://globalfindex.worldbank.org/>

<sup>43</sup> Última actualización realizada por la International Telecommunication Union sobre la proporción de personas, mayores de 15 años, con acceso a internet (que utilizaron internet en los tres últimos meses), <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

<sup>44</sup> En base a los resultados de la presente investigación

## Una población que avanza hacia la multibancarización

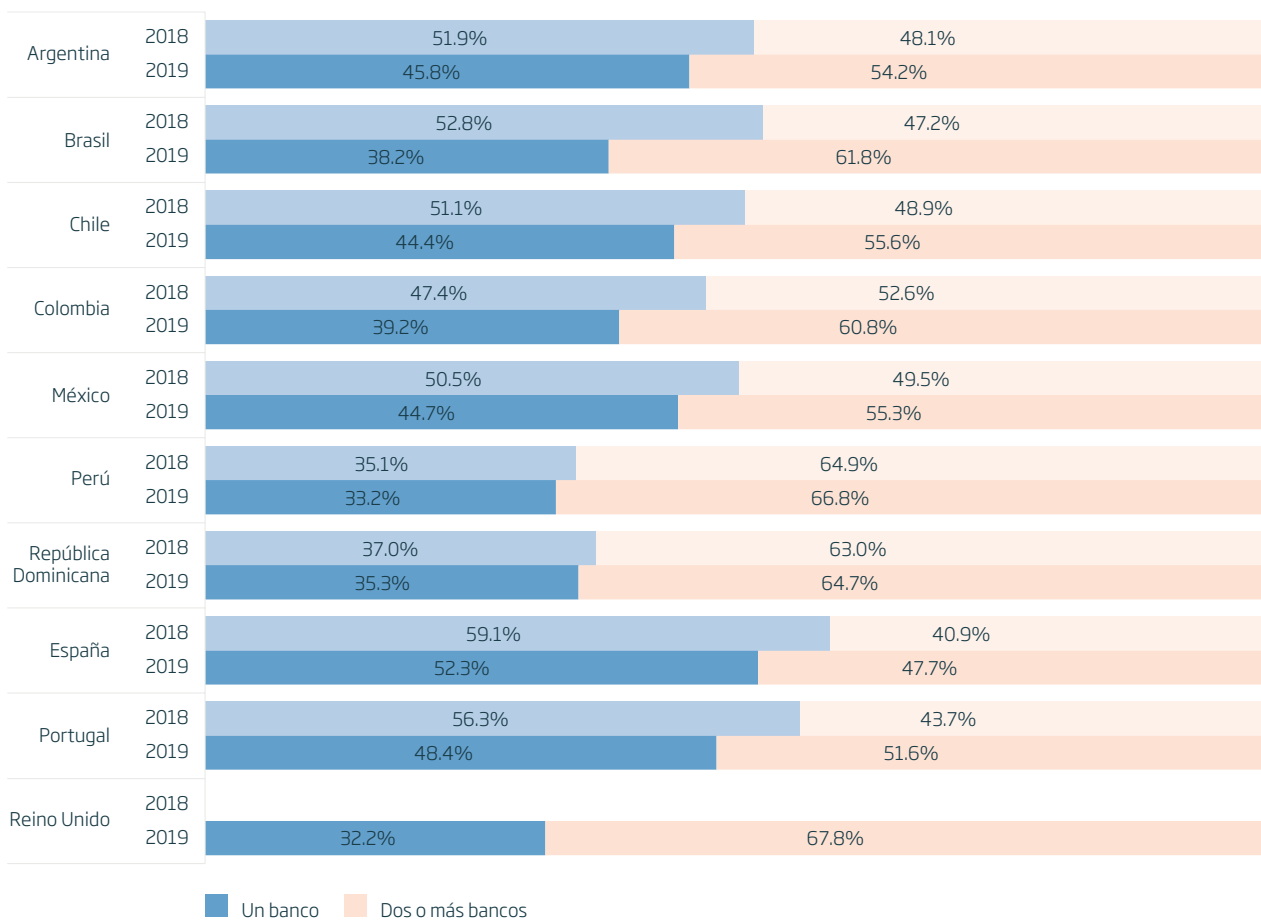
### Los brasileños apuestan por la diversificación de proveedores de servicios financieros

El nivel de vinculación de los usuarios con el sector financiero inevitablemente está condicionado por la cantidad de bancos con los que operan. A este respecto, la población ABI que opera con más de un banco es mayoritaria (esto es, superior al 50%) en nueve de los diez países analizados, con España (47,7%) como única excepción. Reino Unido (67,8%), Perú (66,8%) y República Dominicana (64,7%) destacan en este nuevo indicador de multibancarización: dos de cada tres personas operan con dos o más bancos.

Es en Brasil (+14,6%), Colombia (+8,2%) y Portugal (+7,9%) donde se presentan los cambios más significativos en esta magnitud con respecto a 2018, seguidos de España (+6,8%). En Brasil, prácticamente un 15% de la población ABI pasó en un año de tener contratados productos y/o servicios exclusivamente con una entidad financiera a tenerlos con dos o más entidades. Los cambios menos relevantes se han producido en Perú (+1,9%) y República Dominicana (+1,7%).

La tendencia parece clara y permite inferir que las necesidades financieras actuales de los consumidores no están siendo cubiertas por sólo una entidad y, en la medida que esta situación continúe, el fenómeno de la multibancarización podría intensificarse en los próximos años.

**Figura 6.1:** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2018-2019)



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Con cuántos bancos/entidades financieras operas/ tienes contratado algún tipo de servicio o producto financiero actualmente?"

## Ser entidad financiera principal, un terreno en disputa

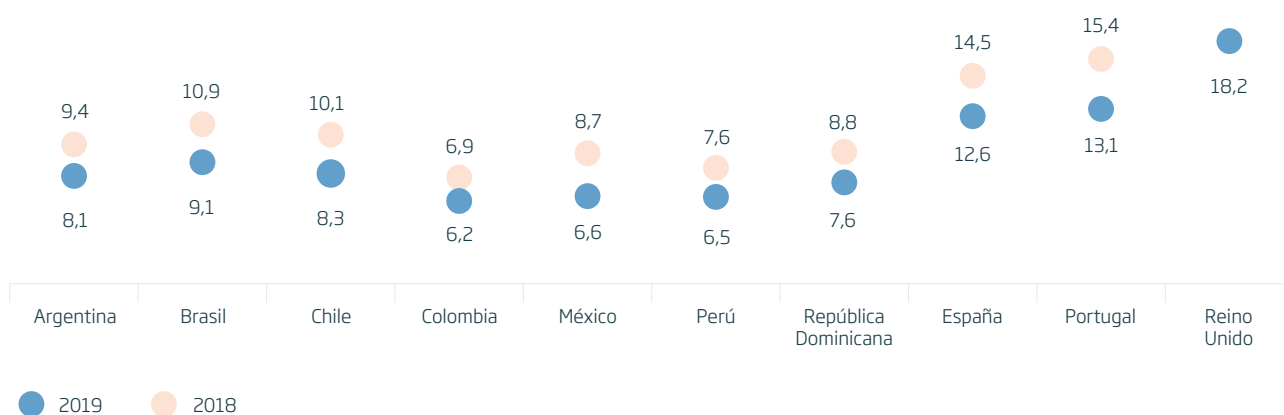
En Europa, a diferencia de Latinoamérica, la población ABI mantiene relaciones mucho más estables, en términos de antigüedad, con su entidad financiera principal. En Reino Unido se observa la relación más estable (superior a los dieciocho años de media), prácticamente el doble que en Brasil, el país latinoamericano que registra la mayor antigüedad en la relación cliente-banco principal.

El fenómeno de la multibancarización se evidencia<sup>45</sup> asimismo en la disminución de la duración de la relación con la entidad financiera que los usuarios reconocen como principal; no sólo ha aumentado la proporción de

personas que opera con más de una entidad financiera (ver **Figura 6.1**), sino que también se está produciendo un cambio o sustitución de entidad principal.

En todos los países se evidencia, en un solo año, una disminución significativa de la antigüedad con la que la población ABI opera con su entidad principal. Portugal (-2,3 años), México (-2,1 años), España (-1,9 años) y Chile (-1,8 años) son los países que presentan los mayores descensos, de en torno a dos años. Teniendo en cuenta que la entidad financiera considerada como principal, por definición, es la que captura la mayor parte de las contrataciones, operaciones y transaccionalidad de los usuarios, es posible inferir que el sector bancario se encuentra inmerso en un dinamismo cuya dirección está determinada por las decisiones de los clientes.

**Figura 6.2:** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)



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

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

En todos los países se evidencia, en un solo año, una disminución significativa de la antigüedad con la que la población ABI opera con su entidad principal

<sup>45</sup> Reino Unido se ha incluido en la investigación en 2019, por lo que no se cuenta con información correspondiente a 2018 para ninguno de los indicadores.

# La multibancarización y su impacto en la tenencia de tarjetas

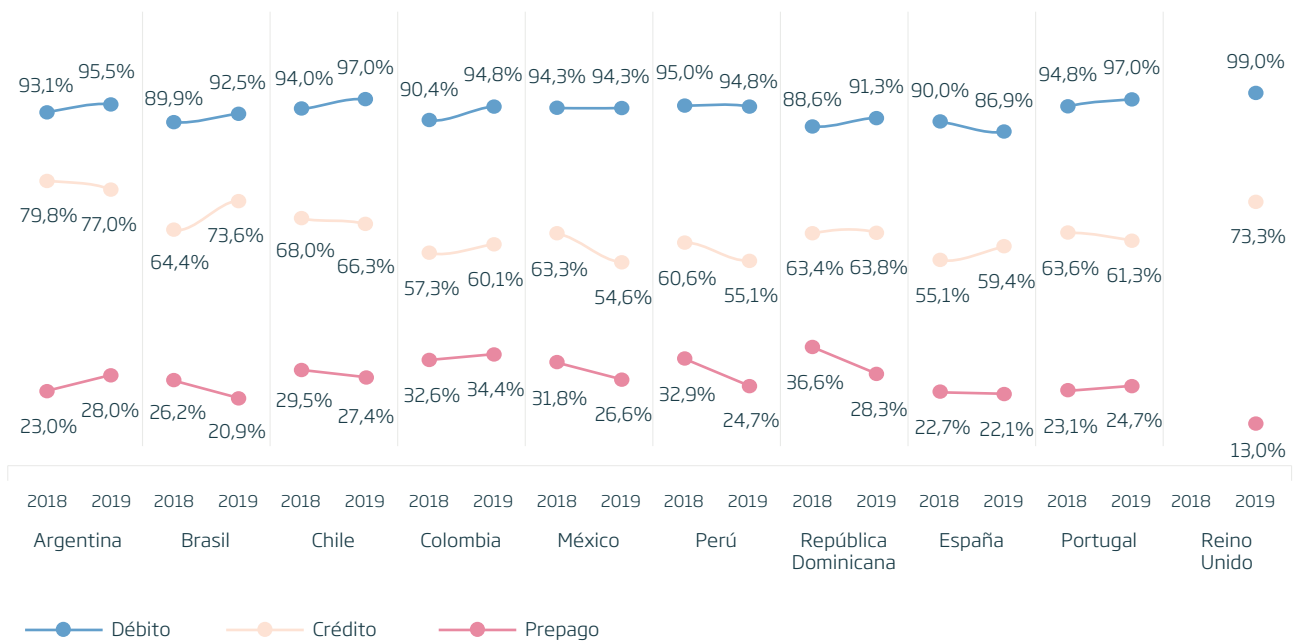
## España se sitúa a la cola en tenencia de tarjeta de débito mientras Brasil lidera el crecimiento en tenencia de tarjeta de crédito

A excepción de España que cae tres puntos hasta el 87%, la tenencia de tarjeta de débito en la población ABI supera el 90% en todos los países. Colombia evidencia el mayor crecimiento en este indicador con un aumento de 4,4 puntos porcentuales respecto al año 2018, mientras que México y Perú registran un estancamiento.

La tenencia de tarjeta de crédito presenta comportamientos diferenciados por país: sólo Argentina, Brasil y Reino Unido superan el 70%. Respecto a 2018, Brasil y España muestran las mayores alzas en tenencia de esta modalidad de tarjeta, con un incremento de 9,2 y 4,3 puntos porcentuales, respectivamente. Por el contrario, México (-8,7 puntos porcentuales), Perú (-5,5), Argentina (-2,8), Portugal (-2,3) y Chile (-1,7) registran caídas en tenencia de tarjetas de crédito.

La tenencia de tarjetas del tipo prepago sólo crece significativamente en Argentina (+5,0 puntos porcentuales) y cae en República Dominicana, Perú, Brasil y México.

Figura 6.3: Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)



Población analizada: Total población ABI (400 casos por país)  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "A continuación, se muestran distintos tipos de tarjetas de pago. ¿Cuáles de ellas tienes?"

### Solo Argentina, Brasil y Reino Unido superan el 70% en tenencia de tarjeta de crédito

## España, único país en que cae la tenencia de más de una tarjeta de débito

En España, la población ABI que dispone de más de una tarjeta de débito cae en un solo año cerca de quince puntos porcentuales, de un 37,2% a un 22,7%. Por otro lado, en Brasil, Portugal y Argentina se observan alzas importantes, mientras en el resto de los países se evidencia cierta estabilidad al respecto.

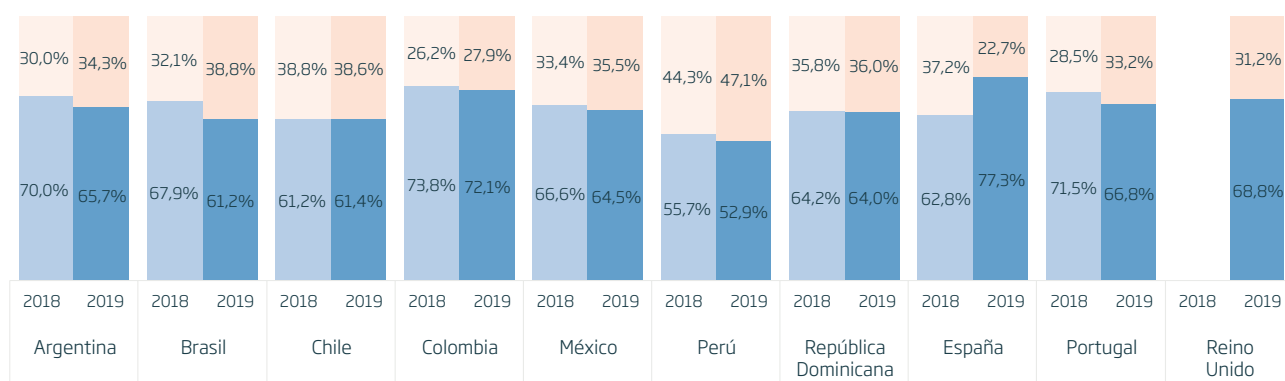
En lo que se refiere a las tarjetas de crédito, el 47,6% de la población ABI tarjetahabiente en Reino Unido tiene dos o más tarjetas de este tipo. Tal nivel de tenencia se ajusta más a la realidad latinoamericana que a la de España y Portugal donde sólo el 30% declara tener dos o más tarjetas de crédito.

En todos los países con excepción de Colombia y México aumenta la proporción de la población ABI en posesión de tarjeta de crédito que tienen dos o más tarjetas de este tipo, con Perú y República Dominicana a la cabeza en crecimiento, con un incremento de 19,7 y 14,1 puntos porcentuales, respetivamente, entre 2018 y 2019.

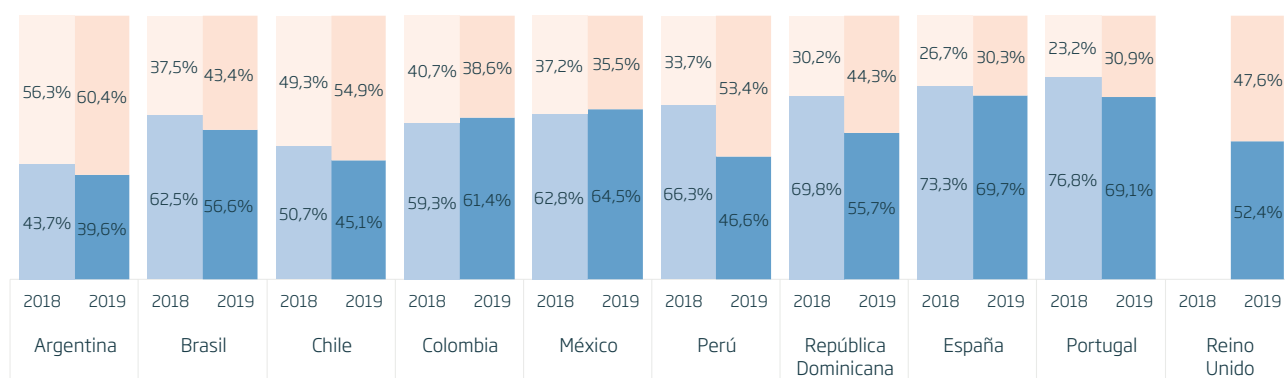
En relación con las tarjetas prepago, Argentina vuelve a destacar: no sólo es el país donde más ha aumentado la proporción de población ABI que tiene al menos una tarjeta prepago (ver **Figura 6.3**), sino que también aumenta el nivel de tenencia de dos o más tarjetas de este tipo, ubicándose como el líder en este ámbito, por delante de México y Brasil (ver **Figura 6.4**).

**Figura 6.4:** Número de tarjetas entre la población ABI tarjetahabiente (evolutivo 2018-2019)

### Tarjeta Débito

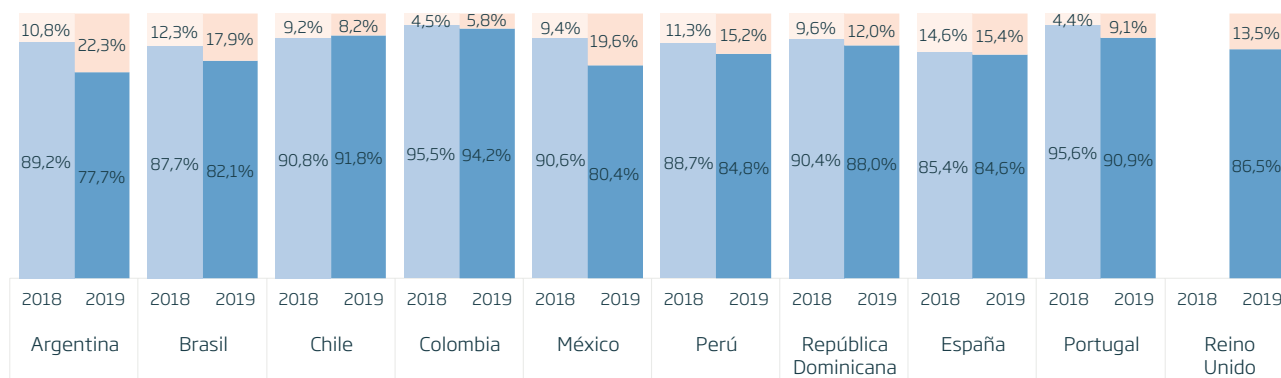


### Tarjeta Crédito



**Figura 6.4:** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019) - Continuación

**Tarjeta Prepago**



Población analizada: Población ABI con tenencia de cada tipo de tarjeta  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿Cuántas tarjetas tienes de cada tipo?”

## Uso dispar de la tarjeta de crédito

### República Dominicana y Perú son los únicos países donde el uso frecuente de la tarjeta de crédito para compras de bajo importe supera a las de alto valor

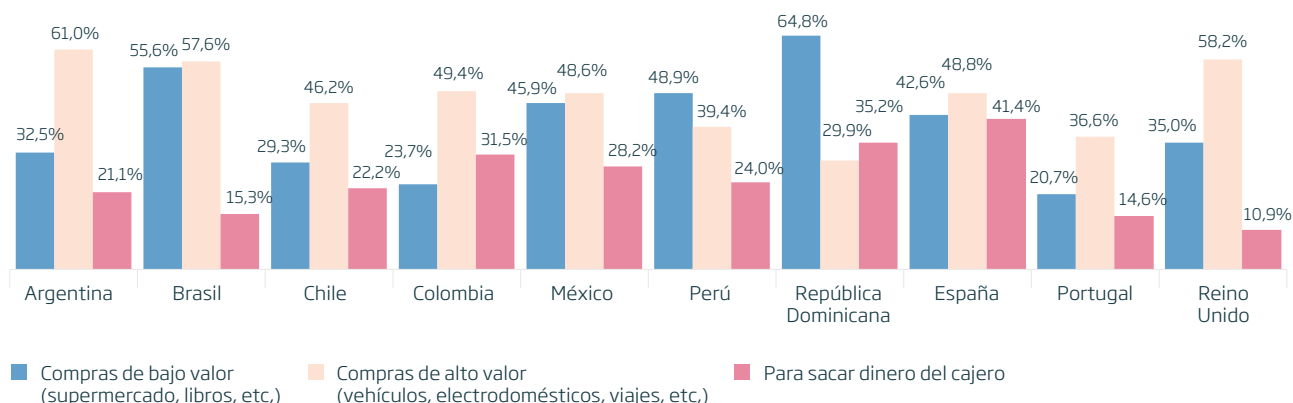
Prácticamente dos de cada tres dominicanos pertenecientes a la población ABI en posesión de tarjeta de crédito la utilizan siempre (o casi siempre) para pagar compras de bajo importe (libros, supermercados, etc), superando significativamente a aquellos que la utilizan para compras de alto importe (29,9%). Este mismo fenómeno se observa en Perú, sólo que con menor intensidad; mientras que en Brasil, México y España el porcentaje de la población que utiliza la tarjeta crédito para compras de bajo importe es prácticamente igual a la proporción de la población que la utiliza para compras de alto importe.

Caso contrario acontece con Argentina, Chile, Colombia y Reino Unido, donde el uso frecuente de la tarjeta de crédito para compras de alto importe supera sustancialmente a las de bajo importe: por ejemplo, en Argentina un 32,6% utiliza la tarjeta de crédito para compras de bajo importe, mientras que 61,0% la utiliza para compras de alto importe.

España, por su parte, es el país donde se evidencia el uso más frecuente de la tarjeta de crédito para retirar dinero en efectivo en ATM (41,4%) seguido de República Dominicana (35,2%) y Colombia (31,5%). Reino Unido registra el menor uso de la tarjeta de crédito para retirar efectivo del ATM (10,9%), seguido de Portugal (14,6%) y Brasil (15,3%).

### España es el país con el uso más frecuente de la tarjeta de crédito para retirar dinero en efectivo en ATM. Reino Unido con el menos frecuente

**Figura 6.5:** Uso frecuente<sup>46</sup> de la tarjeta de crédito según tipo de operación



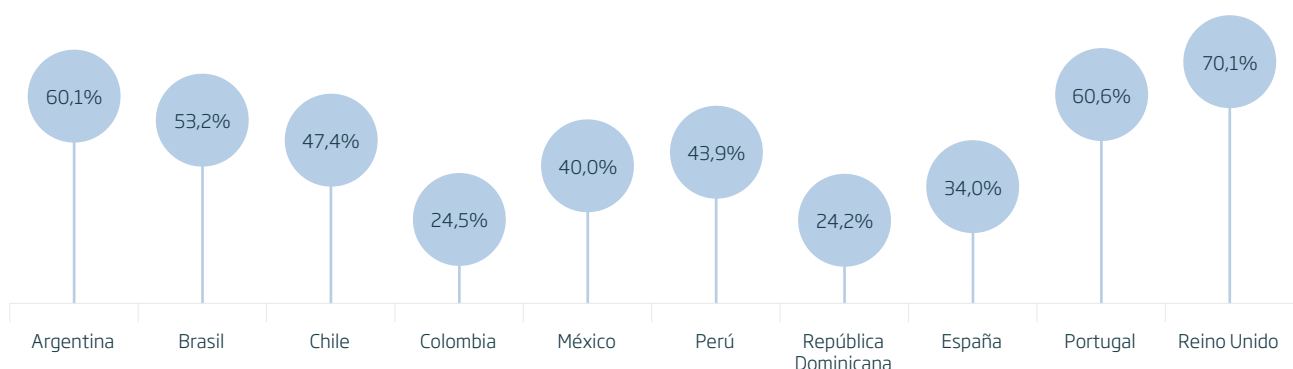
Población analizada: Población ABI con tenencia de tarjeta de crédito  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿En cuáles de las siguientes situaciones suele utilizar tu tarjeta de crédito?”

### Argentina, alto nivel de desconocimiento respecto a la posibilidad de retirar dinero en efectivo con la tarjeta de crédito

Tal como es posible observar en la **Figura 6.5**, España, República Dominicana y Colombia son los países donde se utiliza con mayor frecuencia la tarjeta de crédito para sacar dinero en efectivo de cajeros automáticos, superando el 30% de la población ABI de cada país que la utiliza siempre (o casi siempre) para este propósito.

En contraste, Reino Unido, Portugal, Brasil y Argentina son los países donde se utiliza con menor frecuencia para dicho fin. Más aún, la mayoría de la población ABI de estos países, en posesión de tarjeta de crédito, nunca la ha utilizado para este propósito (ver **Figura 6.6**). Entre quienes nunca han utilizado la tarjeta de crédito para obtener dinero en efectivo en ATM, es en Argentina donde se evidencia el mayor nivel de desconocimiento respecto a esta operación (ver **Figura 6.7**), declarado por más de cuatro de cada diez.

**Figura 6.6:** Proporción de población ABI en posesión de tarjeta de crédito que nunca la ha utilizado para retirar dinero en efectivo de ATM

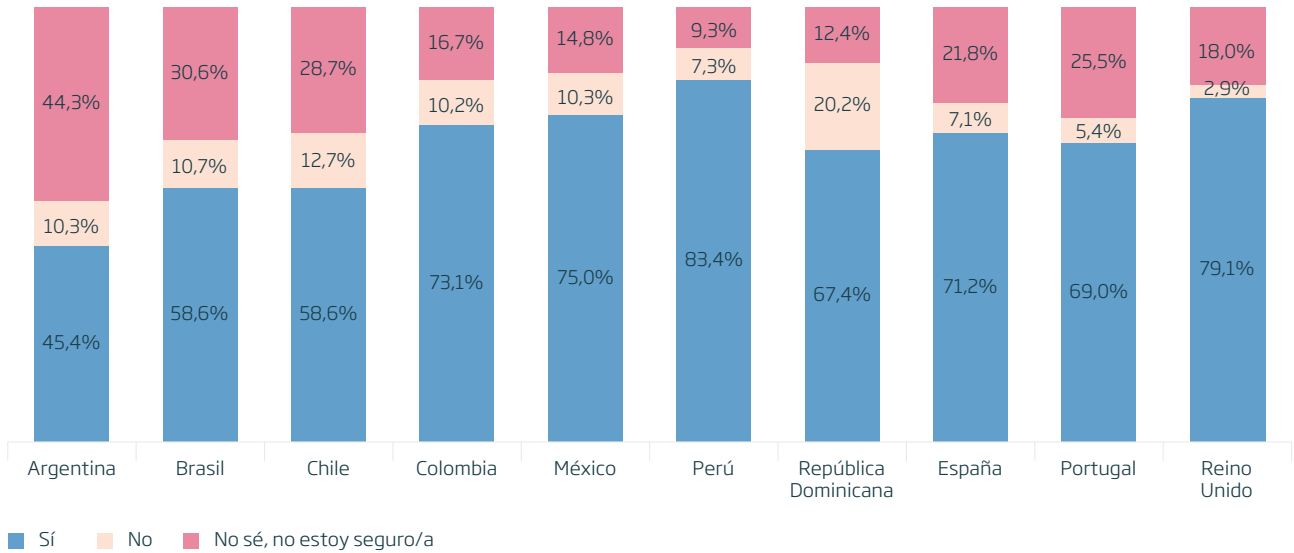


Población analizada: Población ABI con tenencia de tarjeta de crédito  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿En cuáles de las siguientes situaciones suele utilizar tu tarjeta de crédito?”

<sup>46</sup> El uso frecuente se define como el porcentaje de personas que mencionan utilizar su tarjeta “siempre” o “casi siempre” en una escala verbal de frecuencias (Likert) de cinco niveles: (1) siempre (2) casi siempre (3) algunas veces (4) pocas veces (5) nunca.

**Figura 6.7:** Nivel de conocimiento sobre la posibilidad de utilizar la tarjeta de crédito para retirar dinero en efectivo de ATM

**¿Es posible retirar dinero en efectivo con tu tarjeta de crédito desde un cajero automático?**



Población analizada: Población ABI, con tenencia de tarjeta de crédito, que nunca la ha utilizado para retirar dinero en efectivo  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿Es posible sacar dinero del cajero con tu tarjeta de crédito?”

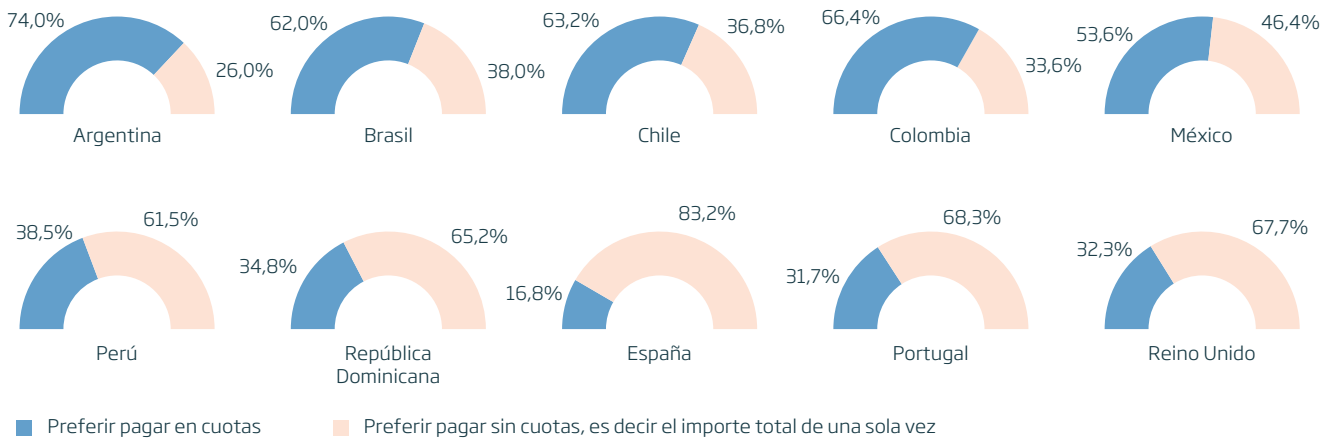
**El pago aplazado con tarjeta de crédito, imperceptible en España**

Sólo uno de cada seis españoles pertenecientes a la población ABI en posesión de tarjeta de crédito prefiere el pago de sus compras en cuotas frente al pago a fin de mes, el nivel más bajo de los diez países analizados. En contraste, es en Latinoamérica donde más se concentra la preferencia de pago en cuotas, con Argentina en posición de liderazgo (74,0%), seguido de Colombia (66,4%), Chile (63,2%), Brasil (62,0%) y México (53,6%), todos ellos países donde la preferencia por el pago aplazado en cuotas supera al pago único. Al profundizar en la forma de pago en cuotas con tarjeta de crédito (ver **Figura 6.9**), cuatro países (Argentina, Brasil, Chile y México) destacan en su preferencia (superior al 85%) por el pago en cuotas sin intereses, aunque suponga tener que elegir un menor número de cuotas. En contraste, en Perú, República Dominicana y Colombia es mayoritario el pago en cuotas con intereses, donde más de un tercio de la población ABI de cada país afirma que no tiene la posibilidad de elegir cuotas sin intereses.

A nivel europeo, es en Portugal donde el pago en cuotas sin interés tiene una presencia más que significativa; el 65,3% de la población ABI que suele pagar en cuotas, suele elegir el pago sin intereses, seguido de España (48,8%). En el caso de Reino Unido existe similar proporción de la población que elige voluntariamente el pago en cuotas con y sin intereses.

**En Latinoamérica se concentra la preferencia por el pago en cuotas con tarjeta de crédito**

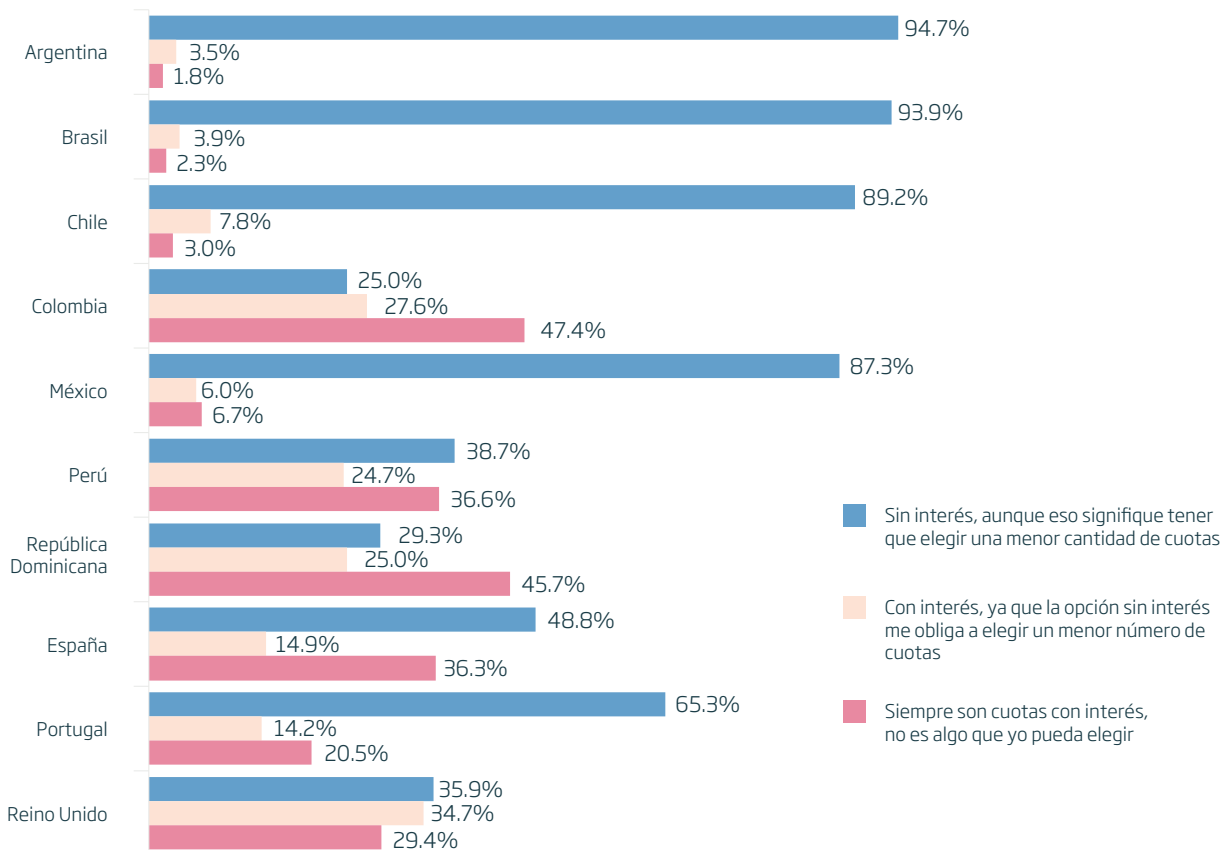
**Figura 6.8:** Preferencia respecto al aplazamiento de pagos con tarjeta de crédito



Población analizada: Población ABI con tenencia de tarjeta de crédito

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Cuál de las siguientes dos frases representa mejor tu manera de utilizar la tarjeta de crédito?"

**Figura 6.9:** Preferencia respecto la forma de pago en cuotas con tarjeta de crédito



Población analizada: Población ABI, con tenencia de tarjeta de crédito, que suele preferir el pago en cuotas

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Cuando pagas en cuotas ¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu manera de elegir las cuotas?"

## El despertar (tardío) del pago móvil

### El pago móvil crece en todos los países mientras que el efectivo comienza a reducir su presencia en los gastos mensuales

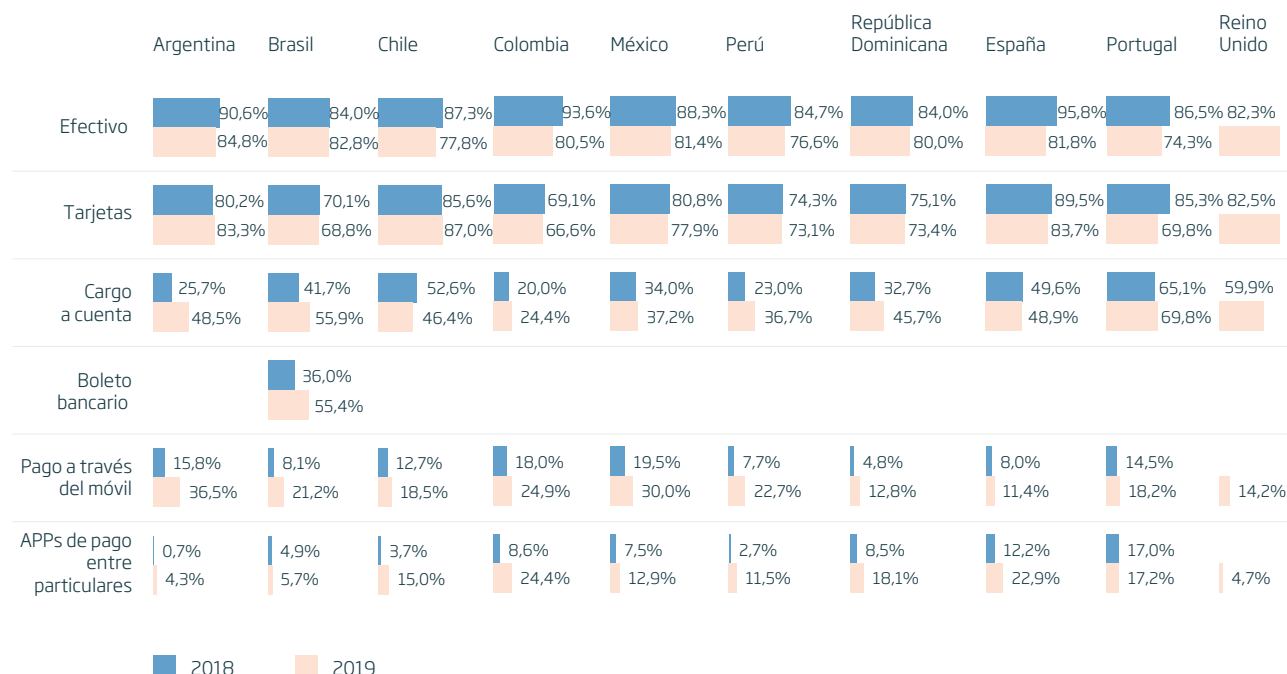
El uso de aplicaciones móviles para realizar transacciones de pago entre particulares evidencia una alta tasa de crecimiento en la mayoría de los países, con Argentina, Perú y Chile registrando las alzas más importantes, donde al menos se cuadruplica su nivel de uso.

La reducción del uso del efectivo es una realidad declarada por la población ABI en todos los países, si bien la mayor intensidad de la caída se observa en España (-15 puntos), Portugal (-12 puntos) y Colombia (-13 puntos). El menor uso del dinero en efectivo se complementa con un mayor uso de los pagos desde cuenta (transferencias, débitos directos) en todos los países salvo en Chile, donde son las tarjetas las que recogen este trasvase

de transaccionalidad. El crecimiento interanual de los pagos desde cuenta es sustantivo en Brasil (+14 puntos) donde lo utiliza ya el 56% de la población ABI; Argentina y República Dominicana (uno de cada dos) y Perú (uno de cada tres), registrando estos tres últimos un crecimiento de 13 puntos porcentuales en el último año.

El pago móvil en comercio físico presenta un crecimiento en todos los países, destacando la penetración en Argentina y México, donde actualmente es utilizado al menos por un 30% de la población ABI en sus gastos mensuales. En España el único crecimiento significativo se concentra en el pago móvil P2P, ya utilizado por casi uno de cada cuatro españoles. En Portugal el pago móvil P2B es utilizado por dos de cada diez personas -un nivel de adopción superior al declarado en Reino Unido (14,2%)- y el pago desde cuenta, si bien es utilizado por menos personas que hace un año (69,8% en 2019 vs 85,3% en 2018), registra el mayor grado de adopción en el conjunto de países, seguido de Reino Unido (59,9%) y Brasil (55,9%). Por su parte, España, Argentina, Chile y República Dominicana se acercan al 50% mientras en Colombia apenas es declarado su uso por una de cada cuatro personas.

Figura 6.10: Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)<sup>47</sup>



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "De los siguientes medios de pago, ¿cuáles de ellos has utilizado en el último mes?"

<sup>47</sup> La opción "tarjetas" incluye débito, crédito y prepago / La opción "cargo a cuenta" incluye todas las formas de pago con cargo directo a cuenta (cargo a cuenta, débito automático, domiciliaciones, pago automático de cuentas y transferencias) / La opción "Pago a través del móvil" incluye todas las formas de pago con smartphone y/o smartwatch en comercios físicos (p.e. Samsung Pay, Google Pay, Twyp, Lydia, Khipu, BIM, Mercado pago, Wallets, etc.)

## El efectivo ha dejado de ser el medio de pago principal, salvo en Colombia

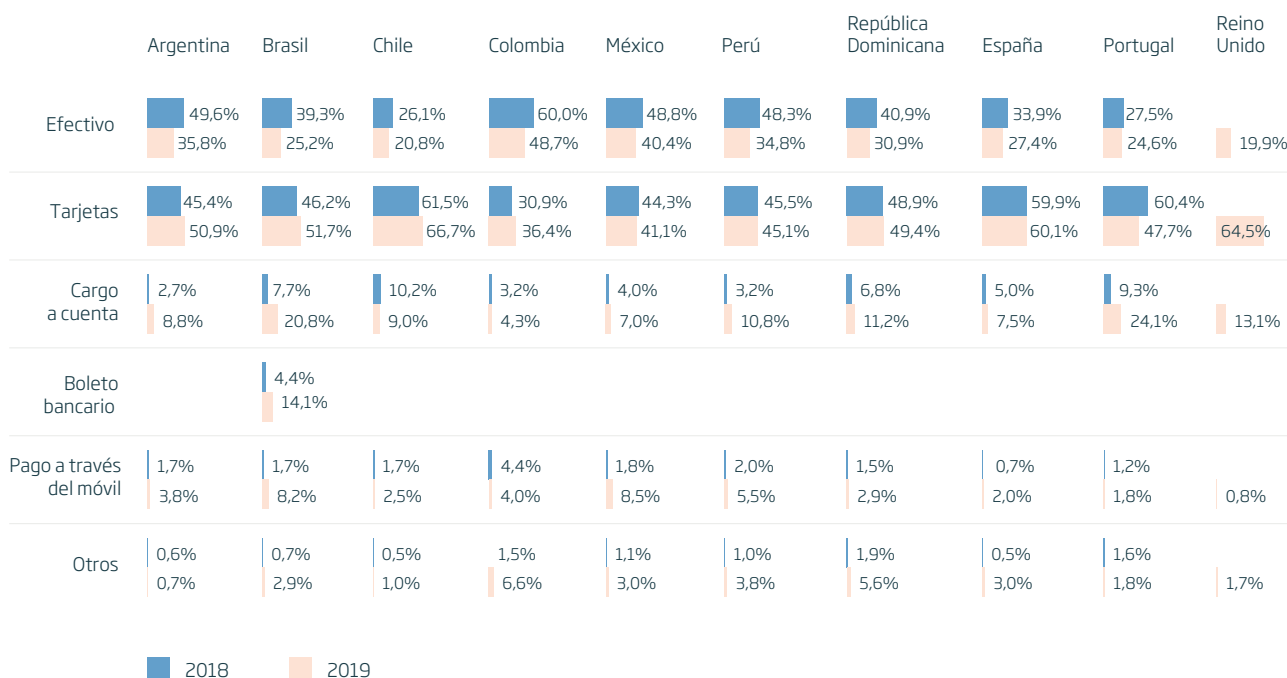
La **Figura 6.11**, evidencia cómo en un intervalo de apenas un año el efectivo ha perdido terreno como medio de pago principal, terreno conquistado tanto por las tarjetas como por el pago desde cuenta y pago móvil. En Reino Unido y Chile el efectivo es el medio de pago principal para una de cada cinco personas mientras que en Colombia lo es para una de cada dos. En Brasil, Portugal y España aún lo es para una de cada cuatro personas.

El crecimiento del cargo a cuenta como medio de pago principal ha sido espectacular en Portugal (+14,8%), Brasil (+13,1%) y Argentina (+6,1%) donde esta se ha triplicado en apenas un año, mientras que el crecimiento más tímido se encuentra en Colombia, España y República Dominicana. Solo la población ABI en Chile declara un menor uso (-1,2%).

El pago móvil como medio de pago principal crece en todos los países salvo en Colombia, con especial intensidad en Brasil y México donde se cuadruplica y alcanza niveles superiores al 8%, seguidos de Perú (5,5%), Argentina (3,8%) y España (2,0%), donde se duplica.

## El efectivo ha perdido terreno como medio de pago principal, terreno conquistado por las tarjetas, el pago desde cuenta y el pago móvil

**Figura 6.11:** Medio de pago principal (evolutivo 2018-2019)<sup>48</sup>



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "De los siguientes medios de pago, ¿cuál consideras que es tu medio principal, es decir, con el que haces la mayor parte de los gastos?"

<sup>48</sup> Se define como medio de pago principal el que concentra la mayor parte de los gastos realizados por cada persona. La opción Otros considera: "Otros medios de pago basados en papel (cheques/pagarés)" / "Apps de pago entre particulares a través del móvil (Twyp/Bizum/Paypal)" / "Tarjeta virtual" / "Criptomonedas".

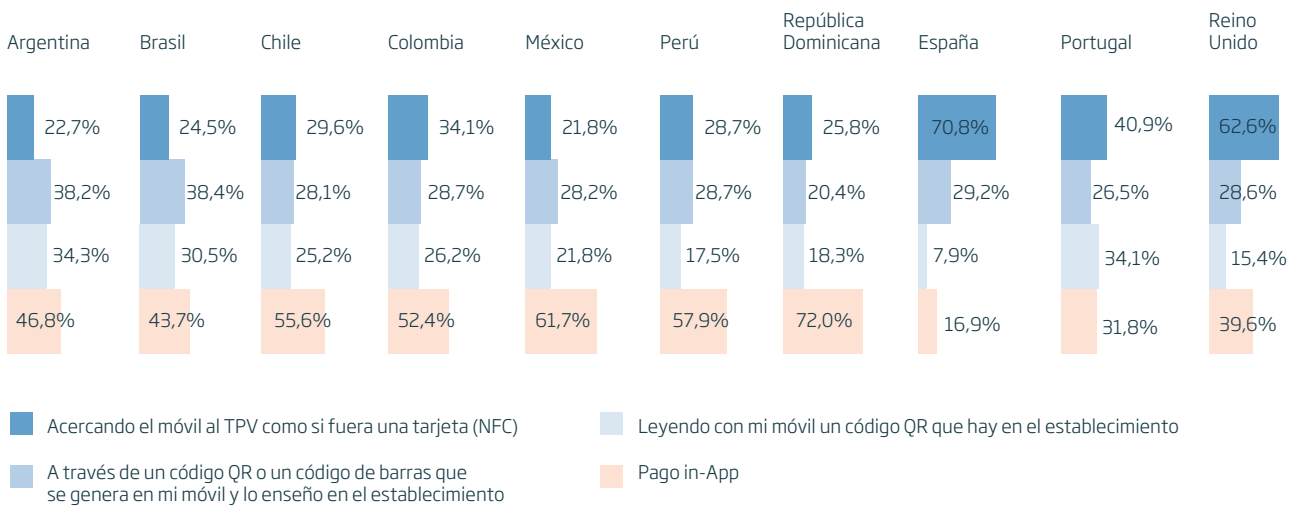
## El pago inApp<sup>49</sup> es el medio más utilizado en Latinoamérica entre quienes utilizan dispositivos móviles

De las distintas formas de pago móvil en establecimientos físicos (QR, NFC, inApp), el pago móvil en el POS (NFC) es la forma de pago más extendida en los países europeos incluidos en el estudio (ver **Figura 6.12**). Así, en España un 70,8% de la población ABI, que ha utilizado su smartphone y/o smartwatch para pagar en comercios, lo ha hecho mediante la tecnología NFC, seguido de Reino Unido (62,6%) y Portugal (40,9%);

mientras que en Latinoamérica esta forma de pago está mucho menos extendida, superando el 30% de uso sólo en Colombia.

El pago con código QR estático<sup>50</sup> ya se utiliza por uno de cada tres en Argentina, Brasil y Portugal, y por uno de cada cuatro en Chile y Colombia. El menor uso se recoge en España (7,9%) y Reino Unido (15,4%). Por su parte, el uso del QR dinámico<sup>51</sup> es superior al QR estático en todos los países salvo en Portugal, con un liderazgo claro de Argentina y Brasil donde casi un 40% de la población ABI con experiencia de pago móvil en establecimientos físicos, lo ha utilizado.

**Figura 6.12:** Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos



Población analizada: Población ABI que ha pagado con smartphone o smartwatch en establecimientos físicos  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “De las siguientes formas con las que puedes pagar con tu smartphone o smartwatch en tiendas, restaurantes y comercios físicos en general, ¿cuáles de ellas has utilizado?”

## En Latinoamérica los consumidores están más adaptados que los comercios al pago móvil

Si bien el uso de dispositivos móviles como medio de pago ha evidenciado un fuerte aumento en nuevos usuarios, su uso como forma de pago en establecimientos físicos es aún marginal respecto a otros medios de pago más tradicionales (ver **Figura 6.12**).

La **Figura 6.13** muestra cómo la irrelevancia es el principal obstáculo al uso para cuatro de cada diez

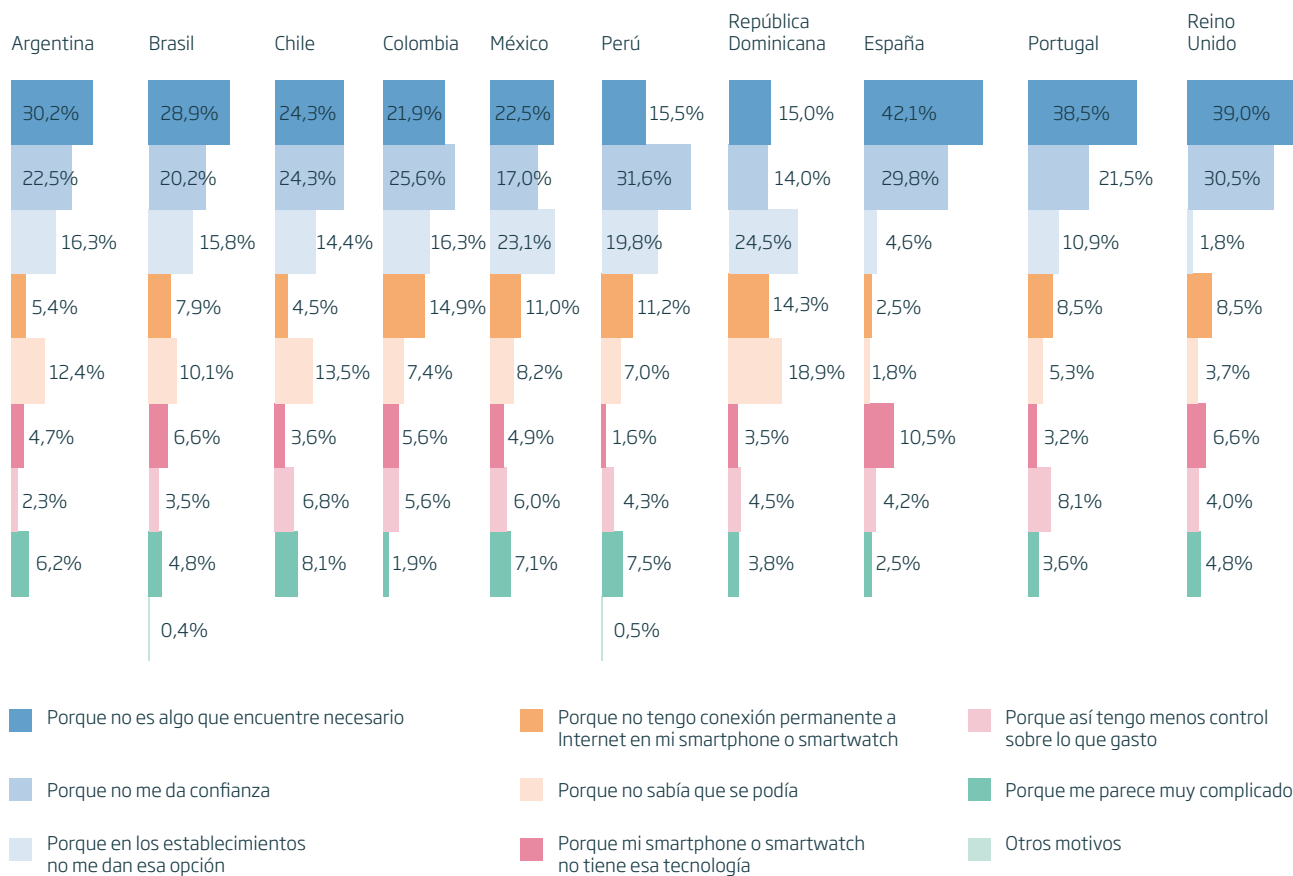
personas en Europa que, junto a la desconfianza, se presentan como las principales barreras al uso en todos los países, si bien en Latinoamérica compiten con la percepción de falta de aceptación en los comercios, lo que refleja que el proceso de integración de esta tecnología en la región aún tiene un camino por recorrer. La falta de conectividad móvil es una barrera reconocida por una de cada seis personas en Colombia y República Dominicana, mientras la falta de conocimiento o percepción de complejidad en su uso es relevante para una de cada cinco personas en Argentina, Brasil, Chile y República Dominicana.

<sup>49</sup> Pago in App se define como: “A través de aplicaciones con las que cuentan algunos comercios que te permiten ingresar tu tarjeta u otro medio de pago, realizando el pago directamente desde la App sin pasar por caja”.

<sup>50</sup> Se define QR Estático como: “Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento”.

<sup>51</sup> Se define QR Dinámico como: “A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento”.

**Figura 6.13:** Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos



Población analizada: Población ABI, en posesión de smartphone/smartwatch, que no lo han utilizado como medio de pago en establecimientos físicos  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “¿Cuál es el motivo principal por el que no has utilizado tu smartphone o smartwatch para pagar en algún establecimiento?”

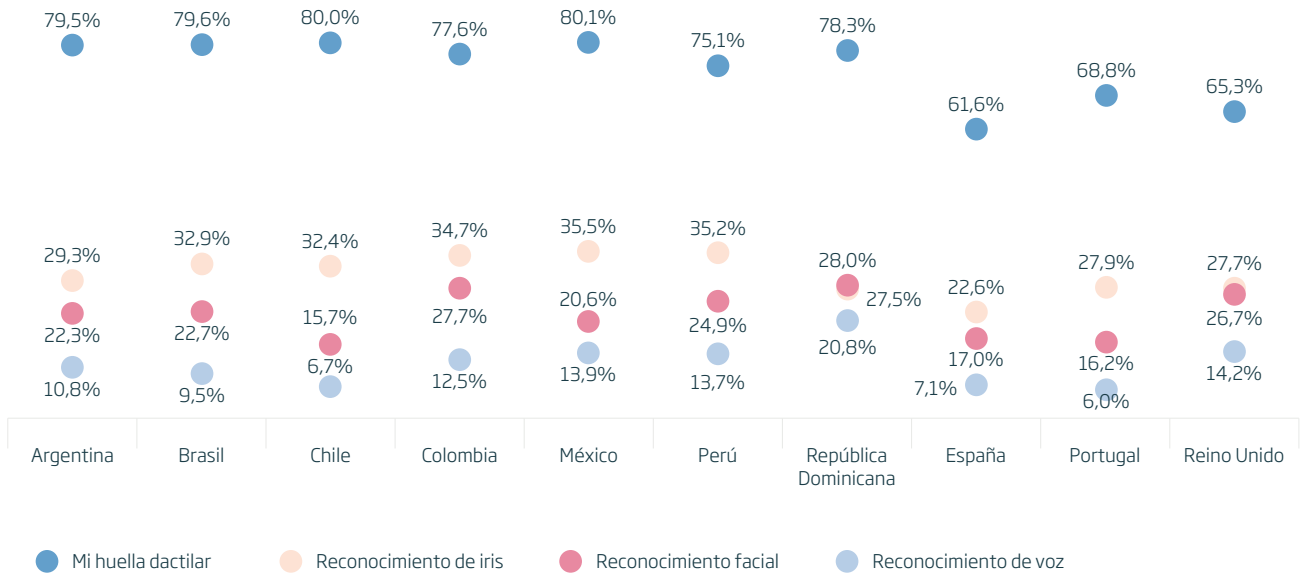
## Innovación y preferencias de medidas de autenticación

Se observa (**Figura 6.14**) una mayor disposición al uso de nuevas tecnologías para la autenticación de los pagos en Latinoamérica que en Europa, de en torno a quince puntos porcentuales. El orden de prelación de las preferencias de modos de autenticación es, no obstante, el mismo para todos los países: huella dactilar en primer lugar, seguida de reconocimiento de iris, facial y, por último, voz. España registra el menor grado de predisposición, aunque en el caso de la huella dactilar supera el 60%.

En República Dominicana y Reino Unido la distinción de preferencias entre reconocimiento facial y de iris es imperceptible.

## La irrelevancia es el primer obstáculo al uso del pago móvil en comercios

**Figura 6.14:** Disposición al uso de nuevas tecnologías como factor de autenticación para pagos en comercios físicos



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Imagínate que tu banco te diera la posibilidad de validar tus pagos en los establecimientos físicos con cualquiera de estas alternativas, sin ningún tipo de restricción por parte del comercio, ¿cuál de ellos estarías dispuesto a utilizar?"

Entre los aspectos asociados a los nuevos métodos de autenticación, la huella dactilar es el más asociado al atributo "rapidez" en todos los países. Es asimismo considerado más seguro y fácil de usar que el código PIN en Latinoamérica, mientras que en Europa la percepción de seguridad y facilidad entre ambos modos (huella dactilar y PIN) es prácticamente equivalente.

El reconocimiento de iris es, sin lugar a duda, el método de autenticación considerado más moderno tanto en Latinoamérica como en Europa. Adicionalmente, logra un alto nivel de asociación con el atributo de la seguridad, que lo sitúa, junto con la huella dactilar y el código PIN, como los tres métodos de autenticación más seguros en todos los países, llegando a ser el segundo más seguro en prácticamente toda Latinoamérica, mientras que en Europa es el tercero más asociado a la seguridad.

Por el momento, los métodos de reconocimiento facial, voz e iris son percibidos como los más complejos y poco ágiles en todos los países. Aún más, el reconocimiento de voz tiene un bajo nivel de asociación al atributo de seguridad, lo que unido a lo anterior, podría obstaculizar la adopción proactiva de este tipo innovación en medios de pago.



**Figura 6.15:** Percepción de seguridad, modernidad, facilidad y rapidez del código PIN y de las nuevas tecnologías de autenticación de pagos

<b>Seguridad</b>	<b>Argentina</b>	<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Colombia</b>	<b>México</b>	<b>Perú</b>	<b>República Dominicana</b>	<b>España</b>	<b>Portugal</b>	<b>Reino Unido</b>
Código PIN	40,0%	39,2%	37,2%	37,2%	39,0%	35,4%	46,1%	45,7%	51,9%	47,6%
Mi huella dactilar	57,8%	54,4%	60,3%	56,6%	56,8%	55,4%	59,4%	48,9%	51,9%	49,1%
Reconocimiento de Iris	42,0%	47,6%	49,6%	46,6%	51,4%	53,6%	42,8%	40,6%	42,4%	39,2%
Reconocimiento facial	30,5%	35,2%	34,2%	32,7%	33,0%	35,7%	36,2%	29,0%	24,4%	33,7%
Reconocimiento de voz	14,0%	17,5%	18,5%	21,4%	20,3%	23,2%	27,3%	14,6%	14,0%	20,0%

<b>Moderno</b>	<b>Argentina</b>	<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Colombia</b>	<b>México</b>	<b>Perú</b>	<b>República Dominicana</b>	<b>España</b>	<b>Portugal</b>	<b>Reino Unido</b>
Código PIN	10,8%	12,7%	10,2%	15,5%	12,7%	15,7%	16,4%	7,8%	11,2%	16,0%
Mi huella dactilar	36,3%	35,2%	31,9%	32,9%	33,7%	31,7%	39,9%	38,7%	41,4%	46,6%
Reconocimiento de Iris	49,8%	53,4%	52,9%	53,6%	52,6%	49,9%	47,1%	53,8%	54,6%	45,1%
Reconocimiento facial	40,8%	41,1%	43,1%	46,1%	48,1%	40,9%	45,9%	47,0%	46,6%	42,6%
Reconocimiento de voz	31,0%	36,4%	35,2%	36,7%	31,0%	30,9%	37,2%	35,3%	36,2%	36,9%

<b>Fácil</b>	<b>Argentina</b>	<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Colombia</b>	<b>México</b>	<b>Perú</b>	<b>República Dominicana</b>	<b>España</b>	<b>Portugal</b>	<b>Reino Unido</b>
Código PIN	33,0%	27,9%	34,2%	30,4%	42,7%	29,7%	33,8%	43,3%	44,6%	52,1%
Mi huella dactilar	47,8%	48,4%	39,4%	46,4%	49,9%	43,9%	40,3%	41,6%	49,6%	41,1%
Reconocimiento de Iris	15,8%	20,9%	14,2%	18,0%	21,3%	21,7%	20,3%	13,9%	18,7%	19,7%
Reconocimiento facial	20,5%	25,4%	18,5%	23,7%	21,6%	24,9%	27,1%	18,0%	23,2%	23,9%
Reconocimiento de voz	17,5%	22,7%	17,7%	20,4%	19,6%	21,4%	26,1%	16,8%	18,5%	17,7%

<b>Rápido</b>	<b>Argentina</b>	<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Colombia</b>	<b>México</b>	<b>Perú</b>	<b>República Dominicana</b>	<b>España</b>	<b>Portugal</b>	<b>Reino Unido</b>
Código PIN	27,0%	23,9%	27,2%	23,9%	38,7%	24,2%	32,9%	33,3%	37,2%	36,9%
Mi huella dactilar	45,0%	46,4%	45,9%	52,6%	53,1%	47,9%	47,1%	49,4%	55,1%	38,2%
Reconocimiento de Iris	20,0%	23,4%	22,7%	22,2%	19,4%	23,7%	22,7%	20,4%	21,9%	21,9%
Reconocimiento facial	22,3%	26,7%	21,9%	21,2%	22,3%	21,9%	25,8%	22,4%	21,2%	23,7%
Reconocimiento de voz	15,8%	20,7%	20,0%	23,7%	20,6%	26,4%	29,2%	17,0%	17,5%	15,7%

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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Cuáles de los siguientes métodos de validación de pagos en establecimientos físicos asocias a los siguientes conceptos?"

## Comercio online

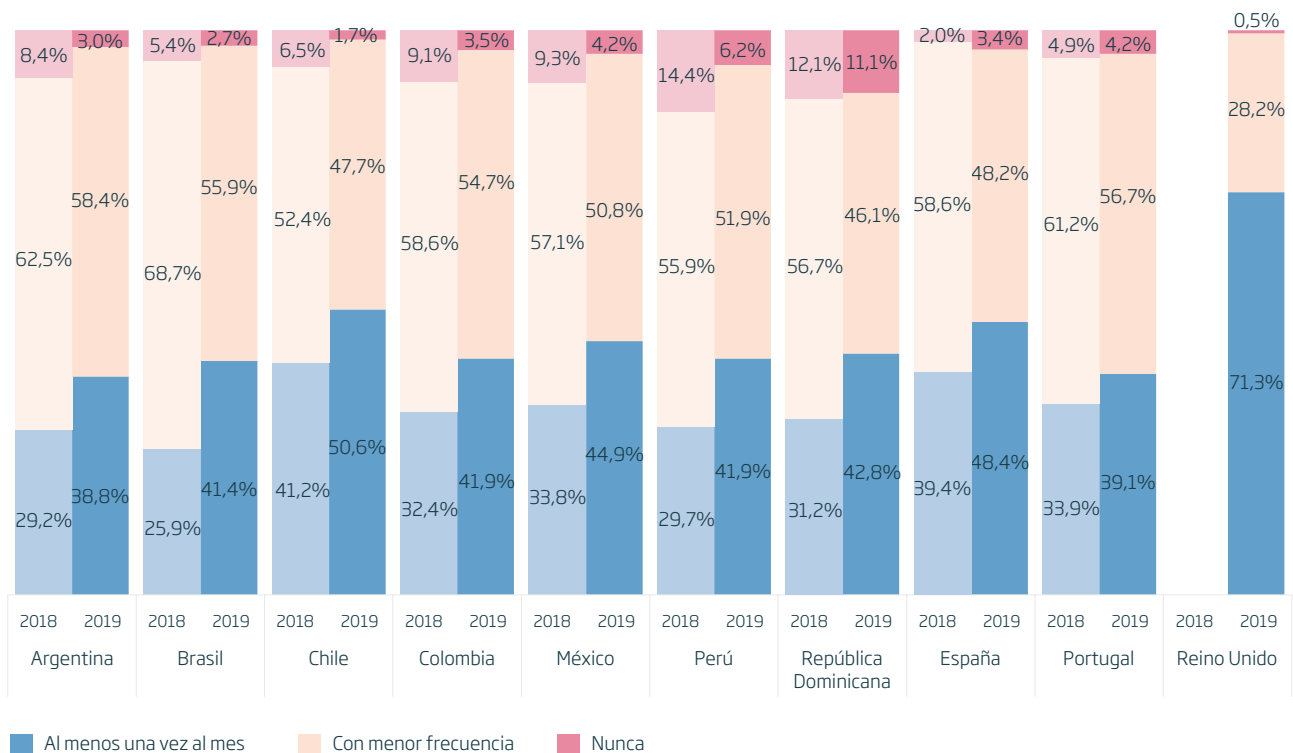
### Reino Unido a la vanguardia en ecommerce

El comercio online avanza con celeridad en todo el mundo. En el intervalo de sólo un año (ver **Figura 6.16**) ha disminuido la población ABI que nunca ha comprado por Internet (salvo en España, Portugal y República Dominicana), y ha aumentado en torno a 10 puntos porcentuales, en la mayoría de los países, la que compra online todos los meses, llegando a incrementos de 15,5 puntos porcentuales en el caso de Brasil. Siete de cada diez ABI en Reino Unido compran online todos los meses. En Chile y España lo hacen cinco de cada diez, mientras que a la cola se encuentran Argentina y Portugal, con menos de cuatro de cada diez individuos ABI.

### El mayor trasvase de población de la inactividad a la actividad en ecommerce se registra en Argentina, Chile, Colombia, México y Perú

El mayor trasvase de población ABI desde la inactividad a la actividad en comercio online se registra en Argentina, Chile, Colombia, México y Perú, países donde este segmento se reduce a menos de la mitad del registrado un año antes.

**Figura 6.16:** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Con qué frecuencia utilizas el smartphone o smartwatch para pagar en comercios o establecimientos físicos?"

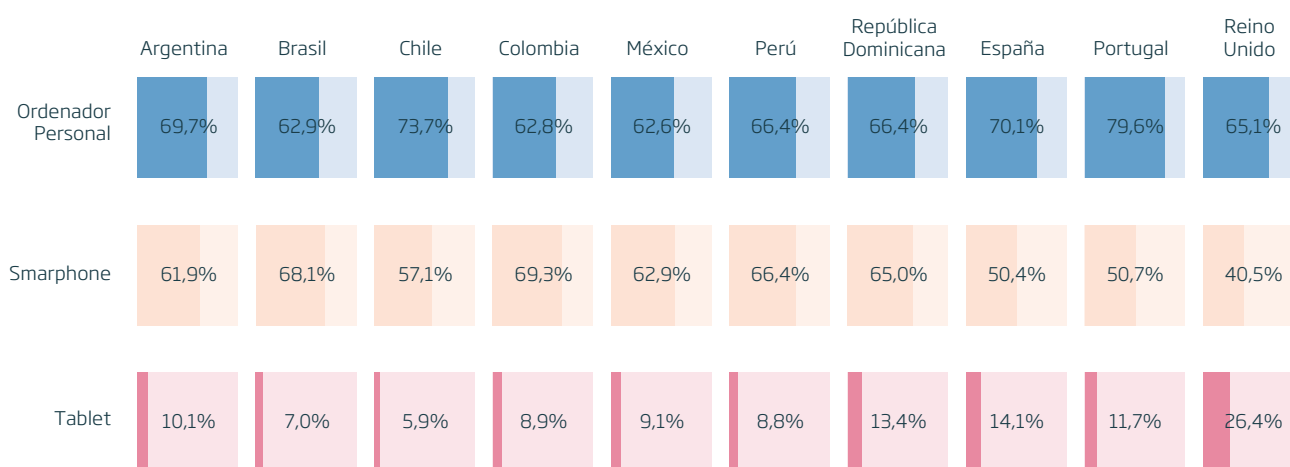
## Latinoamérica, líder en compra online a través del smartphone

En España y Portugal, la mitad de la población ABI que ha realizado compras online suele utilizar el smartphone para realizarlas, cifra que sólo alcanza un 40,5% en Reino Unido (el menor de todos los países analizados), país donde destaca el uso de tablet, dispositivo utilizado por el 26,4% de la población ABI con experiencia de compra online para sus transacciones en la red, seguido

de lejos por España (14,1%) que es el segundo país donde más se utiliza tablets para este propósito.

En Latinoamérica la situación es muy distinta: el smartphone suele ser utilizado por la mayoría de la población ABI para comprar por Internet, llegando incluso a superar el uso del ordenador en algunos países de la región (Colombia, Brasil y México), fenómeno que no se evidencia en los países europeos.

**Figura 6.17:** Dispositivos utilizados para comprar productos y/o servicios por Internet



Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

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

## Colombia, Perú y Argentina son los países con el mayor nivel de uso de efectivo para las compras por Internet

Si bien las tarjetas físicas siguen siendo el medio de pago más utilizado en ecommerce, el uso de tarjetas virtuales es ya significativo, especialmente en Portugal donde uno de cada tres individuos ABI las utiliza (ver **Figura 6.18**). El uso del dinero en efectivo es muy relevante aún en Colombia (35,2%), Perú (23,4%), Argentina (19,1%) y México (15,5%), y es utilizado por un ABI de cada veinte en el resto de países.

Mientras que el pago desde cuenta es un método utilizado por cuatro de cada diez individuos ABI portugueses, solo lo utilizan para compras online uno de cada diez españoles, el menor registro del conjunto de países. Su uso en Reino Unido es similar al recogido en Argentina, Brasil, Chile y Perú, de en torno a uno de cada cuatro ABI.

**El pago desde cuenta en ecommerce es utilizado por cuatro de cada diez portugueses y solo uno de cada diez españoles**

**Figura 6.18:** Métodos de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	R. Dominicana	España	Portugal	Reino Unido
Efectivo	19,1%	6,4%	4,8%	35,2%	15,5%	23,4%	5,4%	5,8%	6,0%	3,8%
Tarjeta/s de débito/crédito/prepago físicas	84,5%	66,7%	85,8%	65,4%	80,3%	71,5%	80,7%	85,1%	46,9%	81,2%
Transferencia/domiciliaciones	27,3%	21,2%	24,7%	15,9%	14,8%	25,0%	18,5%	11,4%	40,1%	23,8%
Boleto bancario	0,0%	44,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tarjeta virtual	1,8%	15,8%	9,2%	17,4%	11,9%	6,9%	6,3%	9,8%	34,3%	5,3%
Criptomonedas (Bitcoin, Ethereum, etc.)	1,0%	0,5%	0,0%	1,8%	1,3%	1,6%	3,3%	0,5%	0,3%	1,0%

Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Qué métodos de pago utilizas para tus compras online?"

### La percepción de seguridad en el comercio electrónico se construye a partir de varios factores, donde certificados de seguridad y aceptación de distintos medios de pago juegan un papel muy relevante

Reveladores son los resultados respecto a los aspectos que transmiten seguridad en las compras por Internet realizadas en páginas no habituales. Tanto en Chile como en República Dominicana y Portugal la aceptación de una diversidad de medios de pago es el factor de seguridad más importante, mientras que la presencia de logos y certificados de seguridad visibles para los usuarios en el proceso de compra son muy relevantes en Brasil y Reino Unido.

La sensación de seguridad que transmiten las páginas cifradas (https) sólo tienen una incidencia relevante en Reino Unido y Colombia.

Por su parte, la credibilidad atribuida a los comentarios de compradores previos es muy pequeña en todos los países, sobre todo en Reino Unido.

### El doble factor de autenticación bancario en el comercio electrónico, una realidad muy frecuente en Chile y España

La autenticación reforzada del cliente (SCA) es una obligación en Europa que poco a poco se irá imponiendo también en Latinoamérica.

Chile es el país donde la población ABI se encuentra más habituada a la entrega de un doble factor de autenticación como requisito en las transacciones online (ver **Figura 6.20**), seguido de España y Colombia. A la cola, sorprendentemente, se encuentra Reino Unido.

En esta línea, más de la mitad de la población ABI de cada país que ha comprado por Internet -con la excepción del Reino Unido-, considera necesario el doble factor de autenticación siempre que se realiza una compra online, con independencia de si el portal de compra es de confianza o no (ver **Figura 6.21**).

Los ABI españoles y portugueses son los más precavidos (ocho de cada diez considera que el doble factor debe ser utilizado siempre), seguidos de colombianos y chilenos. Sólo una proporción muy reducida de ABI afirma que el doble factor de autenticación es totalmente innecesario en cualquier circunstancia, salvo en Argentina y Reino Unido donde un 10% opina de forma contraria. Es en Reino Unido donde la opción de utilizarlo solo en la primera compra de un comercio online recibe la anuencia de casi tres de cada diez ABI.

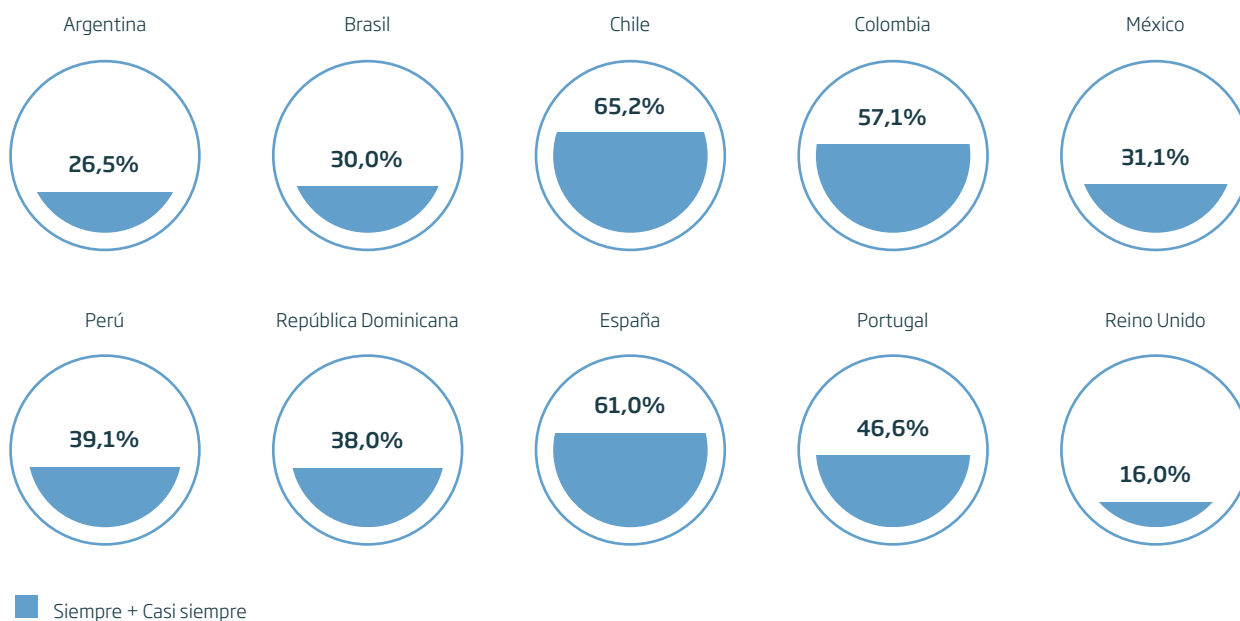
**Figura 6.19:** Factores que inciden en la sensación de seguridad a la hora de comprar por Internet en páginas no recurrentes

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Dominicana	España	Portugal	UK
Que tenga comentarios o reviews de personas que han comprado anteriormente	11,9%	10,8%	5,3%	6,2%	8,5%	5,3%	11,7%	7,1%	8,6%	1,5%
Que sea una página recomendada por alguien de confianza	15,5%	10,8%	10,9%	12,9%	8,5%	15,7%	10,9%	10,8%	18,8%	4,5%
Que sea una página ampliamente conocida	21,9%	17,4%	16,5%	21,4%	18,1%	14,6%	17,4%	20,2%	12,5%	6,5%
Que acepte diferentes formas de pago (tarjeta, PayPal, etc.)	18,3%	14,1%	33,8%	19,9%	24,4%	26,6%	30,7%	21,7%	30,2%	20,6%
Que sea una página cifrada (HTTPS)	15,5%	15,9%	16,8%	23,0%	14,0%	14,9%	13,9%	17,9%	10,7%	35,1%
Que la página tenga logos y/o certificados de seguridad	17,0%	31,0%	16,8%	16,5%	26,4%	22,9%	15,5%	22,4%	19,3%	31,8%

Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Imagina que estás pensando hacer una compra por internet, en una página que nunca has comprado antes. ¿Cuál de las siguientes cosas te transmiten seguridad?"

**Figura 6.20:** Solicitud frecuente<sup>52</sup> del doble factor de autenticación en compras a través de Internet

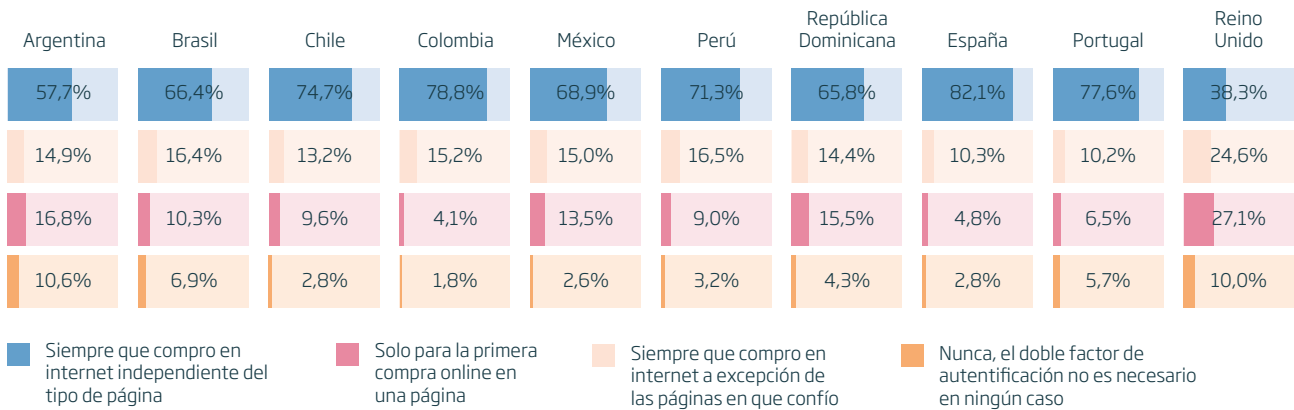


Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Con qué frecuencia te solicita tu banco el doble factor de autenticación cuando realizas compras online?"

<sup>52</sup>La solicitud frecuente se define como el porcentaje de personas que "siempre" o "casi siempre" se le suele requerir un doble factor de autenticación en sus compras por Internet, sobre una escala verbal de frecuencias (Likert) de cinco niveles: (1) siempre (2) casi siempre (3) algunas veces (4) pocas veces (5) nunca.

**Figura 6.21:** Situaciones en la que se considera necesario el doble factor de autenticación

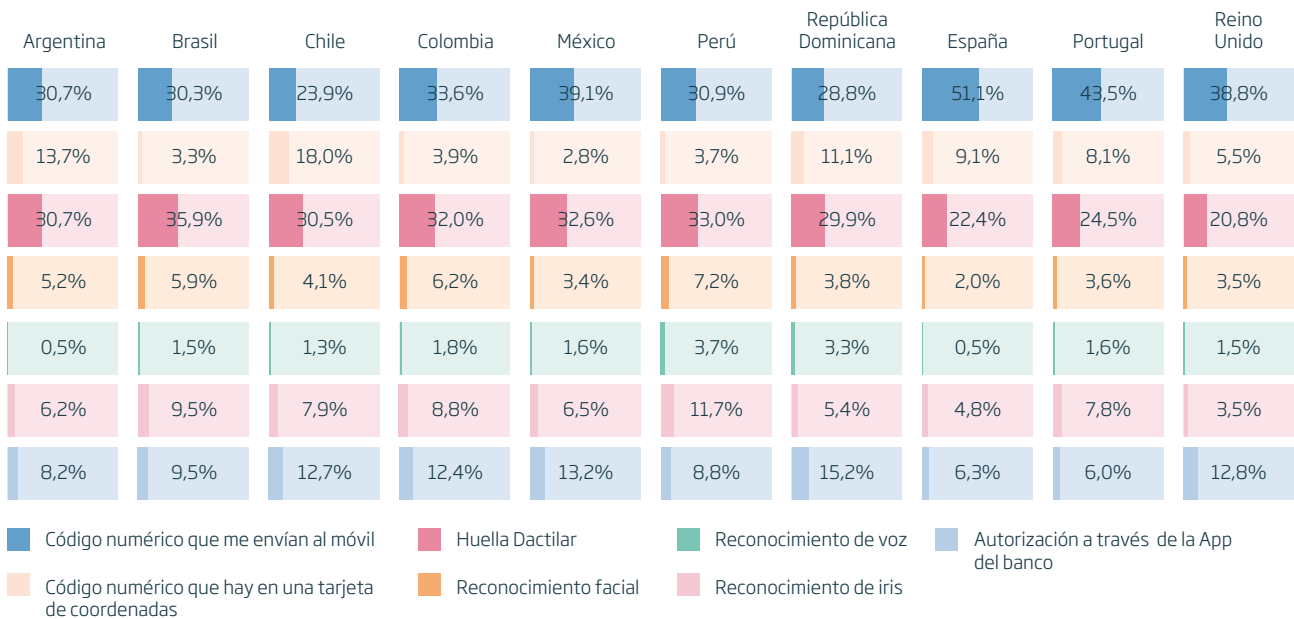


Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Respecto al doble factor de autenticación que hemos comentado anteriormente ¿Cuándo lo consideras necesario?"

Con el propósito de indagar en el grado de aceptación de eventuales métodos de autenticación como el reconocimiento biométrico, visto que el doble factor de autenticación es considerado como necesario siempre que se realiza alguna transacción en Internet por la mayoría de la población ABI, se solicita a los encuestados que seleccionen un segundo factor de su preferencia de un total de siete.

La preferencia por la forma en la que se ha de materializar ese segundo factor de autenticación estaría condicionada por la experiencia previa y familiaridad de uso, como queda reflejado en la **Figura 6.22**: el código numérico enviado al teléfono móvil (OTP o one-time-password) supera sensiblemente a la huella dactilar, las tarjetas de coordenadas y la app bancaria en Europa; mientras que compite con la huella dactilar en preferencia de uso en Latinoamérica, donde esta segunda es el método preferido en Brasil, Chile y Perú.

**Figura 6.22:** Preferencia respecto al segundo factor de autenticación



Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Si pudieses elegir en este momento un segundo factor de autenticación en tus compras por Internet para finalizar el pago, ¿cuál preferirías?"

## Desconocimiento generalizado de los servicios de iniciación de pagos

El pago desde cuenta está comenzando a ser utilizado para las compras online como alternativa al medio de pago más habitual en ecommerce hasta la fecha: las tarjetas. El servicio de iniciación de pagos (en adelante, SIP), regulado por PSD2 en Europa, es un gran desconocido entre la población ABI.

Si bien el proceso de los iniciadores de pago puede tener diferencias según país, en términos generales el procedimiento es el descrito a continuación y es el que fue presentado a cada uno de los encuestados que ha realizado compras online, con el propósito de indagar sobre su conocimiento y uso.

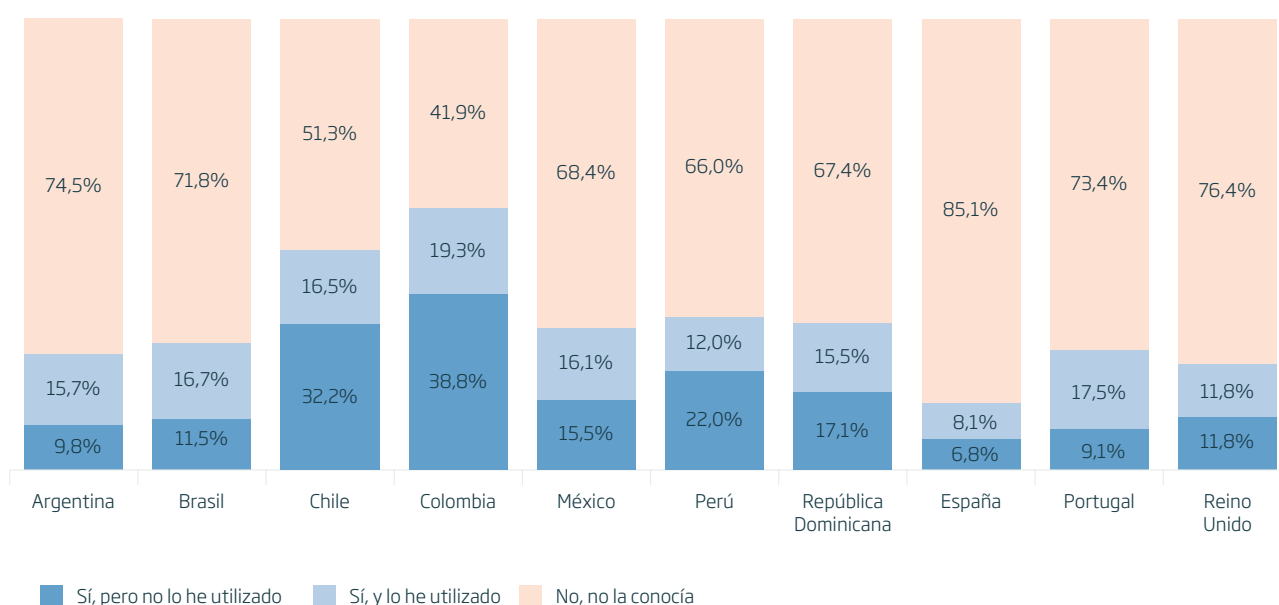
La operativa del servicio de iniciación de pago, una vez escogido el producto o servicio, se realiza en los siguientes pasos:

- **Paso 1:** El comprador elige su banco entre una lista y accede a él con sus contraseñas habituales
- **Paso 2:** Se selecciona la cuenta bancaria desde la que se desea hacer el pago
- **Paso 3:** Se valida el pago con los métodos habilitados (código app del banco, código SMS, OTP, etc.)

De la **Figura 6.23** podemos observar que el nivel de desconocimiento del SIP entre población ABI con experiencia de compra online supera el 65% en ocho de los diez países analizados, alcanzando su nivel más alto en España, donde el 85,1% afirma desconocer este mecanismo de pago.

En contraste, en Colombia y Chile este sistema de pago no sólo tiene niveles de conocimiento significativamente mayores en comparación al resto de los países, sino que ha sido utilizado por al menos un tercio de la población ABI de cada país. A este respecto, es importante señalar que tanto en Colombia como en Chile existen servicios de pago que debitán directamente a la cuenta bancaria del usuario para transacciones digitales, como el Pago Seguro en Línea (PSE) en Colombia y Kiphu en Chile.

**Figura 6.23:** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago



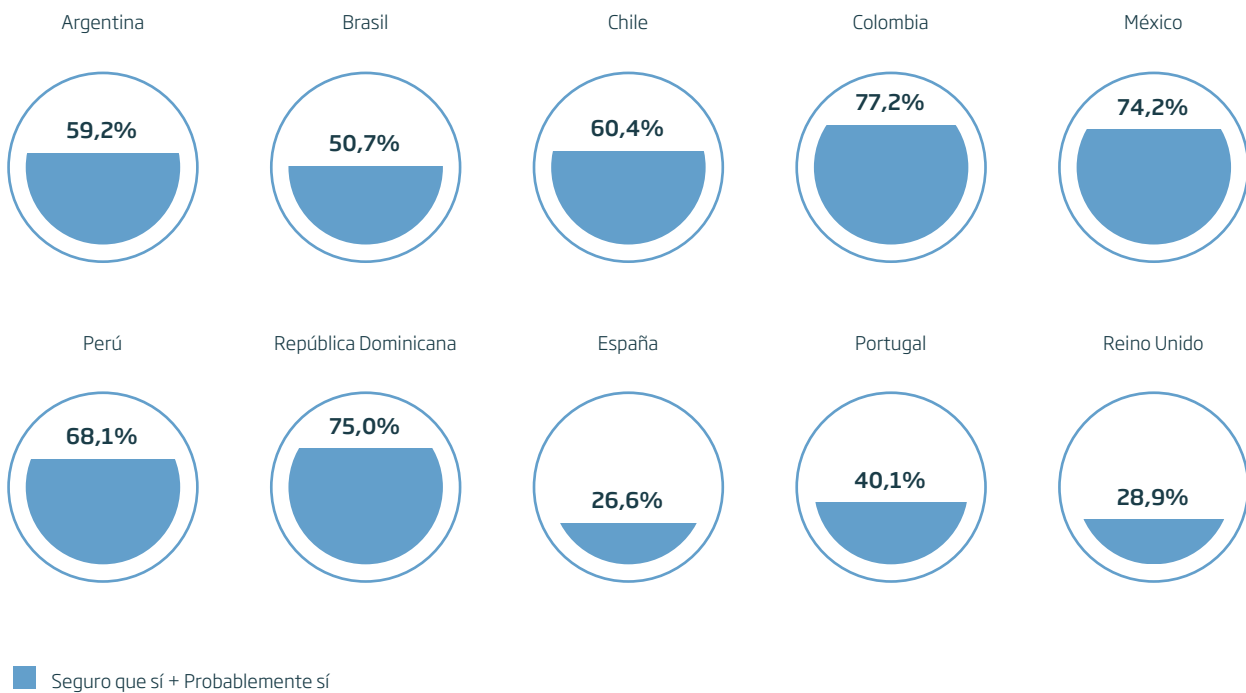
Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet  
 Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "¿Conocías estas nuevas formas de pago para compras en internet? ¿La has utilizado alguna vez?"

## 6. Demanda en Medios de Pago

Como un intento de estimar la predisposición al uso de los SIP, se ha consultado a la población ABI que no conocía este sistema su intención de uso mediante una escala Likert de probabilidad<sup>53</sup>. En ella, los dos niveles superiores reflejan una intención de uso segura o probable (“seguro la utilizarán” o “probablemente la utilizarán”), a cuya suma se le denomina propensión al uso (ver **Figura 6.24**).

Dicha propensión es muy superior en Latinoamérica que en Europa, con España de nuevo en el nivel más bajo con sólo uno de cada cuatro ABI con experiencia de compra online declarando una intención segura o probable de utilizar este nuevo servicio. En el lado opuesto se encuentran Colombia, República Dominicana y México, con tres de cada cuatro ABI compartiendo esa postura.

**Figura 6.24:** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)



Población analizada: Población ABI, que ha comprado a través de Internet, y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “Ahora que sabes lo que es, ¿crees que lo utilizarás?”

La eventual masificación de los SIP en el comercio online implicará una convivencia con los medios de pago hoy predominantes.

Con el propósito de identificar posibles barreras y movilizadores al uso de los SIP, se ha recogido para la población ABI con experiencia de compra online, el grado de asociación de unos (tarjeta) y otros (SIP) respecto a seguridad, modernidad, facilidad y rapidez (ver **Figura 6.25**)

Un atributo común de los iniciadores de pago, a nivel internacional, es la modernidad del sistema si se le compara con las tarjetas físicas. Por otro lado, la percepción de la facilidad de uso es la principal desventaja en la mayoría de los países.

Tanto en los países europeos como en Argentina se evidencia una baja asociación respecto a la seguridad de los iniciadores en comparación a las tarjetas, situación que podría significar una barrera en la adopción de esta incipiente forma de pago.

<sup>53</sup> La escala Likert de probabilidad se compone de la siguiente escala: de cinco niveles: (1) Seguro que sí (2) Probablemente sí (3) No lo sé (4) Probablemente no (5) Seguro que no

**Figura 6.25:** Percepción de seguridad, modernidad, facilidad y rapidez de los iniciadores de pago en comparación a las tarjetas físicas, para compras en Internet

Tarjetas físicas	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Portugal
Seguro	50,0%	43,0%	47,8%	48,2%	38,1%	42,0%	54,5%	43,9%	46,4%
Moderno	14,6%	17,8%	16,6%	23,5%	17,1%	22,7%	17,5%	10,1%	12,3%
Fácil	45,7%	48,1%	40,4%	45,0%	48,7%	40,9%	40,1%	51,3%	41,9%
Rápido	32,0%	35,7%	30,9%	35,5%	41,6%	29,0%	39,4%	39,8%	29,6%

Iniciadores de pago	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España	Portugal
Seguro	28,4%	32,8%	37,8%	46,5%	40,9%	38,3%	42,9%	21,7%	26,6%
Moderno	40,2%	36,7%	36,8%	40,8%	38,1%	34,8%	46,5%	29,7%	39,6%
Fácil	24,0%	25,1%	27,7%	31,5%	23,8%	23,7%	26,6%	23,2%	29,7%
Rápido	24,2%	25,9%	26,1%	27,6%	20,5%	23,7%	28,3%	21,2%	24,0%

Población analizada: Población ABI que ha comprado a través de Internet

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "De todos los medios de pago que has utilizado en tus compras en internet, incluyendo la nueva forma de pago mencionada anteriormente ¿A cuáles asocias a los siguientes conceptos?"

## Bigtech

### La amenaza competitiva de las bigtech parece lejana en Europa, no tanto en Latinoamérica

La incursión de las grandes compañías tecnológicas (Amazon, Facebook, Apple, Google, etc.) en la provisión de servicios financieros es una realidad que tiene en alerta a las entidades financieras tradicionales, principalmente por la eventual disposición de la población a operar con las denominadas bigtech.

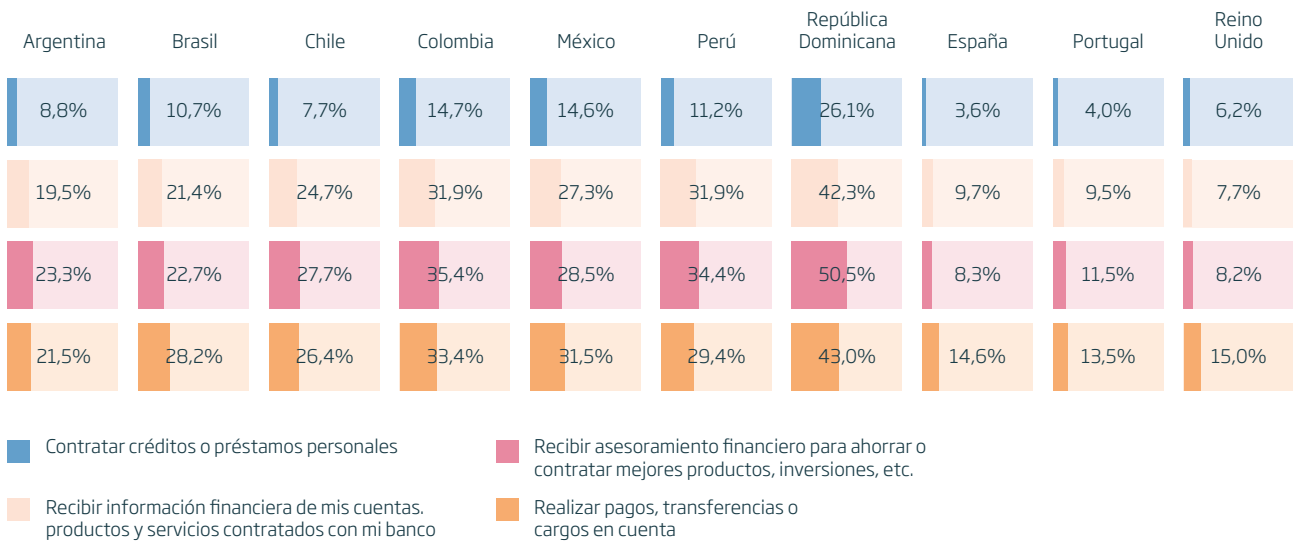
Respecto a lo anterior, en la presente investigación se ha dimensionado tal disposición en términos de contratación de préstamos personales, información, asesoramiento y transacciones como pagos y transferencias.

Los resultados (ver **Figura 6.26**) indican que la disposición a recibir información y asesoría financiera, así como a la operación de pagos y transferencias, es mucho mayor que la disposición a contratar préstamos y/o créditos.

Destacan los resultados obtenidos en República Dominicana, donde más del 40% de la población ABI de dicho país está dispuesta tanto a realizar pagos como a recibir información y asesoramiento financiero por parte de una bigtech, e incluso uno de cada cuatro está dispuesto a contratar préstamos personales con este tipo de empresas.

Finalmente, es posible evidenciar como en los países europeos existe una muy baja disposición a tener una relación financiera con las bigtech.

**Figura 6.26:** Disposición<sup>54</sup> a considerar a las grandes compañías tecnológicas para contratación, información y asesoramiento financiero



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta “Nos gustaría saber en qué medida considerarías a estas compañías tecnológicas a la hora de...”

### Los bancos generan más confianza que las bigtech en el tratamiento de datos personales

Más allá de los potenciales servicios y/o productos financieros que podrían proveer las denominadas bigtech, una ventaja fundamental de este tipo de empresas es la cantidad y variedad de información con la que cuentan de sus usuarios, que les permitiría generar estrategias competitivas con un alto nivel de personalización.

Ante incentivos adecuados, la población ABI declara mayor interés en compartir con su banco información personal contenida en sus redes sociales (gustos, aficiones, etc.), que compartir con estas grandes empresas tecnológicas sus datos bancarios (ver **Figura 6.27**).

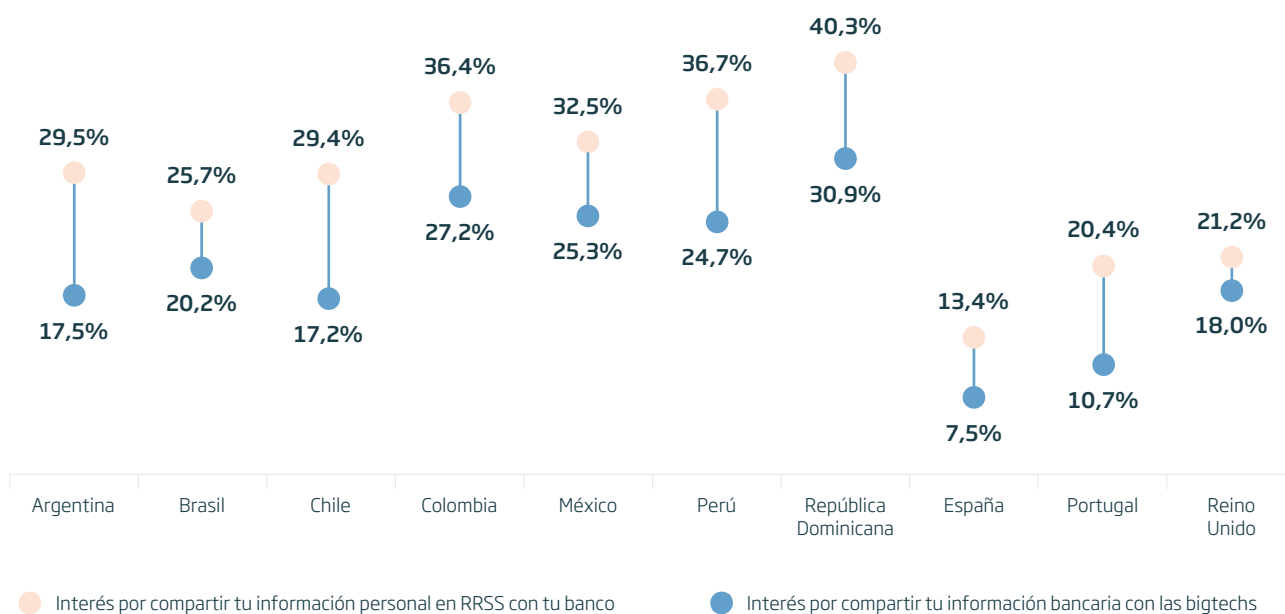
Analizando lo anterior a nivel regional, la disposición a la cesión de datos personales, desde bancos a bigtech o viceversa, es significativamente mayor en Latinoamérica que en Europa, y España repite como el país con menor interés.

Destaca República Dominicana como el país más interesado en ceder información a cambio de mejores condiciones ya sea desde los bancos hacia las bigtech o viceversa; en concreto, un 30,9% está dispuesto a compartir su información bancaria con las bigtech mientras que el interés de compartir información personal en redes sociales con su banco alcanza al 40,3% de la población ABI de dicho país.

### La disposición a ceder datos personales, desde bancos a bigtech o viceversa, es significativamente mayor en Latinoamérica que en Europa

<sup>54</sup> La disposición se define como el porcentaje de individuos que mencionan estar “muy dispuestos” o “bastante dispuestos” en una escala verbal (Likert) de cinco niveles: (1) muy dispuesto (2) bastante dispuesto (3) algo dispuesto (4) poco dispuesto (5) nada dispuesto.

**Figura 6.27:** Nivel de interés<sup>55</sup> de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con los bancos.



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Si una compañía tecnológica como Facebook, Amazon, Google, Apple, etc. te ofreciese mejores condiciones en sus productos a condición de que accedieses a ceder tus datos financieros (cuentas bancarias, productos contratados, estado financieros) ¿Hasta qué punto estarías interesado? Y si ahora fuese a la inversa, es decir, si tu banco o entidad financiera te ofreciese mejores condiciones en sus productos a condición de que accedieses a ceder tus datos en redes sociales, información sobre gustos y aficiones ¿Hasta qué punto estarías interesado?"

### Con la excepción de Chile, en Latinoamérica existe una gran expectativa respecto a la calidad de los servicios financieros que podrían entregar las bigtech

Pese a la mayor disposición de la población ABI a compartir información personal con sus bancos a cambio de acceder a mejores condiciones, en la mayoría de los países latinoamericanos existe la percepción de que, ante una eventual entrada de las bigtech al mundo financiero, estas empresas tecnológicas proveerían un mejor servicio, o al menos de calidad similar, que el que está entregando la banca actualmente.

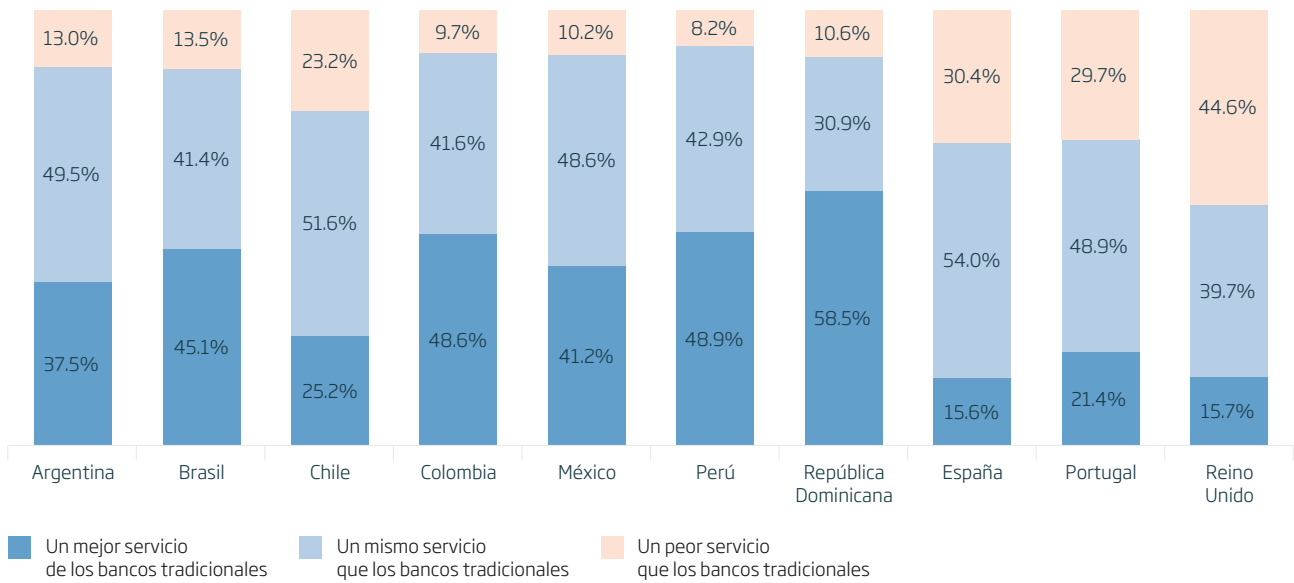
A excepción de Chile y de los países europeos incluidos en el presente estudio, la proporción de personas que consideran que las bigtech entregarían un mejor servicio que la banca tradicional al menos triplica la que considera

que entregarían un servicio peor, siendo República Dominicana donde este fenómeno se evidencia con mayor fuerza, donde la mayoría de la población ABI (58,5%) percibe que el servicio que entregarían los gigantes tecnológicos, a nivel financiero, será mejor que el de la banca.

En Europa, aunque la percepción sobre el posible ingreso de las bigtech al mundo financiero es mucho más negativa que en Latinoamérica, sólo el 30% de la población ABI de España y Portugal cree que el servicio financiero que entregarían los gigantes tecnológicos será peor que el de la banca tradicional: en otras palabras, alrededor de un 70% de la población ABI de estos países considera que el servicio será mejor o igual. En Reino Unido la situación se presenta menos favorable para las bigtech, ya que casi la mitad de la población ABI cree que el servicio financiero que entregarían las empresas tecnológicas será peor que el de los bancos tradicionales.

<sup>55</sup> El nivel de interés se define como el porcentaje de individuos que mencionan estar "muy interesados" o "bastante interesados" en una escala verbal (Likert) de cinco niveles: (1) muy interesado (2) bastante interesado (3) algo interesado (4) poco interesado (5) nada dispuesto.

**Figura 6.28** : Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a la banca tradicional



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

Fuente: elaboración propia a partir resultados de la pregunta "Imagina que estas compañías tecnológicas (Google, Amazon, Facebook y Apple, etc.) deciden competir con los bancos tradicionales. En tu opinión ¿Crees que entregarán un mejor, peor o mismo servicio?"

A excepción de Chile y de los países europeos, la proporción de personas que consideran que las bigtech entregaría un mejor servicio que la banca tradicional al menos triplica la que considera que entregarían un servicio peor



# Resumen por país

---

En este apartado se realiza un análisis sintético de los resultados más destacables por país.

Considerando que Reino Unido ha sido incluido en la presente entrega, sólo nueve de diez países incluyen análisis evolutivos y comparativos respecto a la medición del 2018.

Cabe reiterar que la razón por la que el análisis comparativo se realiza sólo respecto al año anterior es debido al cambio metodológico realizado en la pasada edición, donde la población analizada pasa a ser la población internauta bancarizada de cada país.





# Argentina

- Presenta el **mayor incremento en tenencia de tarjetas prepago**, pasando de un 23% a un 28% de tenencia entre la población ABI y evidenciando un fuerte aumento en la cantidad de tarjetas prepago per cápita en el intervalo de sólo un año: si en 2018 un 10,8%, de quienes contaban con este tipo de tarjetas declaraban tener más de una, en 2019 esa proporción asciende a un 22,3%.
- El uso de la **tarjeta de crédito** presenta características singulares en una perspectiva comparada. Seis de cada diez la utilizan con mucha frecuencia (siempre o casi siempre) para compras de alto importe (vehículos, viajes, electrodomésticos, etc.) y, al mismo tiempo, la gran mayoría (más del 70%) prefiere el **aplazamiento de los pagos en cuotas sin intereses**, aunque esto le signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas.
- El 60,1% de la población ABI nunca ha utilizado su tarjeta de crédito para retirar dinero en efectivo del ATM; de éstos, un 44,3% desconoce la existencia de dicha posibilidad, reflejando el nivel de desconocimiento más elevado entre la muestra de países.
- El uso del **pago móvil** y del **pago desde cuenta** como medio de pago para los gastos mensuales presentan un **gran crecimiento** en el intervalo de sólo un año, duplicándose su alcance. El pago móvil en comercios físicos, utilizado por el 15,8% de la población ABI en 2018, ahora llega a una cobertura del 36,5%. El pago desde cuenta es utilizado por casi la mitad de la población ABI (48,5%), mientras que en 2018 lo utilizaba el 25,7%.
- Los **servicios de iniciación de pagos (SIP) son desconocidos por el 74,5%** de la población ABI argentina, pero una vez se presenta su forma básica de operación, seis de cada diez afirman que lo utilizarían.
- Es el segundo país -después de Chile- **con menor interés respecto a la eventual participación de los gigantes tecnológicos** como proveedores de servicios financieros, y sólo un 17,5% afirma estar dispuesto a compartir su información bancaria con las bigtech a cambio de algún beneficio, mientras que 29,5% sí muestra interés por compartir información personal de redes sociales con su banco a cambio de mejores condiciones.

## Medios de pago

**Tabla 6.2** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	93,1%	<b>95,5%</b>
Tarjeta de crédito	79,8%	<b>77,0%</b>
Tarjeta prepago	23,0%	<b>28,0%</b>

Población analizada: Total población ABI argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.3** Número de tarjetas prepago entre la población ABI tarjetahabiente (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Una tarjeta prepago	89,2%	<b>77,7%</b>
Dos o más tarjetas prepago	10,8%	<b>22,3%</b>

Población analizada: Población ABI argentina con tenencia de tarjetas prepago  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.4** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo valor (supermercado, libros, etc.)	32,5%
Compras de alto valor (vehículos, electrodomésticos, viajes...)	61,0%
Para sacar dinero del cajero	21,1%

Población analizada: Población ABI argentina con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.5** Proporción de población ABI en posesión de TC que nunca la ha utilizado para retirar dinero en efectivo de ATM

2019	60,1%
------	-------

Población analizada: Población ABI argentina con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.6** Nivel de conocimiento sobre la posibilidad de utilizar la tarjeta de crédito para retirar dinero en efectivo de ATM

¿Es posible retirar dinero en efectivo con tu TC desde un cajero automático?	2019
Sí	45,4%
No	10,3%
No sé. no estoy seguro/a	44,3%

Población analizada: Población ABI argentina, con tenencia de tarjeta de crédito, que nunca la ha utilizado para retirar dinero en efectivo  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.7** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	90,6%	84,8%
Tarjetas	80,2%	83,3%
Cargo a cuenta	25,7%	48,5%
Pago a través del móvil	15,8%	36,5%
Apps de pago entre particulares	0,7%	4,3%

Población analizada: Total población ABI argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.8** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago

	2019
Sí, y lo he utilizado	9,8%
Sí, pero no lo he utilizado	15,7%
No, no la conocía	74,5%

Población analizada: Población ABI argentina que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.9** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)

	2019
Seguro que sí + probablemente sí	59,2%

Población analizada: Población ABI argentina, que ha comprado a través de Internet, y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.10** Nivel de interés de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con los bancos

	2019
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	17,5%
Interés por compartir tu información en redes sociales con tu banco	29,5%

Población analizada: Total población ABI dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.11** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	37,5%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	49,5%
Peor servicio que los bancos tradicionales	13,0%

Población analizada: Total población ABI argentina (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Brasil

- Es el país que **ha registrado de forma más contundente el nuevo fenómeno de la multibancarización**. Mientras que en 2018 menos de la mitad de la población ABI (47,2%) tenía contratado algún producto o servicio con más de una entidad financiera, en 2019 la proporción alcanza el 61,8%.
- Se evidencia el **crecimiento interanual más importante en tenencia de tarjeta de crédito** (+9,2 puntos) y se sitúa en segunda posición (tras Argentina) en penetración de este medio de pago, con un 73,6% de la población ABI con al menos una tarjeta de crédito. Destaca asimismo el **uso intensivo** de la tarjeta de crédito independiente del importe de la compra: más de la mitad de la población ABI en posesión de este tipo de tarjetas, las utiliza con frecuencia (siempre o casi siempre) tanto para compras de bajo como de alto importe.
- El uso de **efectivo**, como medio de pago principal ha sufrido **la mayor caída** de todos los países analizados (-14,1 puntos porcentuales), capturada por el boleto bancario, el pago desde cuenta y el pago móvil, fundamentalmente.
- En la dimensión del **ecommerce registra la mayor alza en frecuencia de compra**. Mientras que en 2018 sólo un 25,9% de la población ABI realizaba compras por Internet al menos una vez al mes, en 2019 es el 41,4%.
- Los **sellos y certificados de seguridad son los aspectos que más seguridad transmiten** al momento de hacer una primera compra en un sitio web: tres de cada diez aseguran que su presencia transmite seguridad.
- Es el segundo país latinoamericano con mayor **desconocimiento respecto a los iniciadores de pago**, donde un 71,8% de la población ABI afirma no conocer esta modalidad. Es el país de la región donde **menor interés genera utilizarlo**.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.12** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	52,8%	38,2%
Dos o más bancos	47,2%	61,8%

Población analizada: Total población ABI brasileña (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.13** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	89,9%	92,5%
Tarjeta de crédito	64,4%	73,6%
Tarjeta prepago	26,2%	20,9%

Población analizada: Total población ABI brasileña (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.14** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo valor (supermercado, libros, etc.)	55,6%
Compras de alto valor (vehículos, electrodomésticos, viajes...)	57,6%
Para sacar dinero del cajero	15,3%

Población analizada: Población ABI brasileña con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.15** Medio de pago principal (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	39,3%	25,2%
Tarjetas	46,2%	51,7%
Cargo a cuenta	7,7%	20,8%
Boleto bancario	4,4%	14,1%
Pago a través del móvil	1,7%	8,2%
Otros	0,7%	2,9%

Población analizada: Total población ABI brasileña (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.16** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago

	2019
Sí, y lo he utilizado	11,5%
Sí, pero no lo he utilizado	16,7%
No, no la conocía	71,8%

Población analizada: Población ABI brasileña que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.17** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)

	2019
Seguro que sí + probablemente sí	50,7%

Población analizada: Población ABI brasileña, que ha comprado a través de Internet, y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Comercio electrónico

**Tabla 6.18** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

	2018	2019
Al menos una vez al mes	25,9%	41,4%
Con menor frecuencia	68,7%	55,9%
Nunca	5,4%	2,7%

Población analizada: Total población ABI brasileña (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.19** Factores que inciden en la sensación de seguridad a la hora de comprar por Internet en páginas no recurrentes

	2019
Que tenga comentarios o reviews de personas que han comprado anteriormente	10,8%
Que sea una página recomendada por alguien de confianza	10,8%
Que sea una página ampliamente conocida	17,4%
Que acepte diferentes formas de pago (tarjeta, PayPal, etc.)	14,1%
Que sea una página cifrada (HTTPS)	15,9%
Que la página tenga logos y/o certificados de seguridad	31,0%

Población analizada: Población ABI brasileña que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.20** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	45,1%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	41,4%
Peor servicio que los bancos tradicionales	13,5%

Población analizada: Total población ABI brasileña (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Chile

- Es el país con el **mayor nivel de bancarización** de la región, ya sea a nivel de población total (74,3%), o sobre la población internauta (90,5%).
- Es el país junto con Portugal –y solo por detrás de Reino Unido- donde se **evidencia la mayor penetración de la tarjeta de débito**, alcanzando al 97,0% de tenencia entre la población ABI.
- En la participación de los distintos medios de pago en los gastos mensuales de la población ABI destaca la **caída del efectivo** (-9,5 puntos porcentuales) y la **alta presencia de las tarjetas** (87,0%), la mayor de todos los países.
- El **comercio electrónico** en Chile sigue evidenciando un liderazgo tanto a nivel latinoamericano como europeo. No sólo es el segundo país (sólo por detrás del Reino Unido) con mayor penetración del ecommerce (un **98,3% de la población ABI ha utilizado este canal de compra**), sino que también conserva esta misma posición respecto a la frecuencia de compra, donde un **50,6% de la población ABI compra por Internet al menos una vez al mes**.
- La **disponibilidad de distintos medios de pago en los portales de compra** es un aspecto clave para la percepción de seguridad. Un 33,8% de la población ABI con experiencia de compra online manifiesta que este tipo de funcionalidades les **transmite seguridad** al momento de realizar una compra en una página en que nunca han comprado antes
- Es el país latinoamericano donde **peor se percibe el eventual ingreso de las bigtech al sector financiero**. Sólo un 25,2% considera que el servicio financiero que entregarían los gigantes tecnológicos sería mejor que el que entrega la banca actualmente, mientras que un 23,2% avizora que el servicio será de peor calidad.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.21** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	51,1%	44,4%
Dos o más bancos	48,9%	55,6%

Población analizada: Total población ABI chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.22** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2018	2019
Antigüedad promedio	10,1 años	8,3 años

Población analizada: Total población ABI chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.23** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	94,0%	97,0%
Tarjeta de crédito	68,0%	66,3%
Tarjeta prepago	29,5%	27,4%

Población analizada: Total población ABI chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.24** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	87,3%	77,8%
Tarjetas	85,6%	87,0%
Cargo a cuenta	52,6%	46,4%
Pago a través del móvil	12,7%	18,5%
Apps de pago entre particulares	3,7%	15,0%

Población analizada: Total población ABI chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.25** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago

	2019
Sí, y lo he utilizado	32,2%
Sí, pero no lo he utilizado	16,5%
No, no la conocía	51,3%

Población analizada: Población ABI chilena que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.26** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)

	2019
Seguro que sí + probablemente sí	60,4%

Población analizada: Población ABI chilena, que ha comprado a través de Internet, y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Comercio electrónico

**Tabla 6.27** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

	2018	2019
Al menos una vez al mes	41,2%	50,6%
Con menor frecuencia	52,4%	47,7%
Nunca	6,5%	1,7%

Población analizada: Total población ABI chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.28** Factores que inciden en la sensación de seguridad a la hora de comprar por Internet en páginas no recurrentes

	2019
Que tenga comentarios o reviews de personas que han comprado anteriormente	5,3%
Que sea una página recomendada por alguien de confianza	10,9%
Que sea una página ampliamente conocida	16,5%
Que acepte diferentes formas de pago (tarjeta, PayPal, etc.)	33,8%
Que sea una página cifrada (HTTPS)	16,8%
Que la página tenga logos y/o certificados de seguridad	16,8%

Población analizada: Población ABI chilena que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.29** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	25,2%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	51,6%
Peor servicio que los bancos tradicionales	23,2%

Población analizada: Total población ABI chilena (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Colombia

- Presenta la **menor variación en la antigüedad media de la relación con la entidad financiera principal**, en otras palabras, es el país que mantuvo **relaciones más estables con los bancos**.
- Es el único país donde **los tres tipos de tarjetas (débito, crédito y prepago) evidencian un crecimiento**. La tarjeta de débito es la que registra el alza más importante (4,4 puntos porcentuales), seguida de la de crédito (2,8 puntos porcentuales), mientras que **la tarjeta prepago** (con un alza de 1,8 puntos porcentuales), alcanza una **penetración del 34,4% de la población ABI**, la más alta de todos los países analizados.
- Colombia es el segundo país de la región latinoamericana que utiliza la **tarjeta de crédito para retirar dinero de ATM** con frecuencia. **Un 31,5% la utiliza siempre, o casi siempre, para este propósito**, comportamiento que sólo es opacado por República Dominicana.
- El **uso preferente del pago en cuotas al utilizar la tarjeta de crédito es mayoritario**. Dos de cada tres colombianos ABI suelen pagar en cuotas. De éstos, prácticamente la mitad (**47,4%**) **asocia el pago en cuotas al pago de intereses**.
- La participación de los diversos medios de pago en los gastos mensuales de la población ABI registra los cambios más significativos de toda la región latinoamericana. Mientras **el uso del efectivo sufre un fuerte retroceso** (-13,1 puntos porcentuales), **los dispositivos móviles se toman la escena constatando un incremento de su penetración**, tanto para pagos en comercios físicos (+6,9 puntos porcentuales) como entre particulares (+15,8 puntos porcentuales).
- Es el **único país donde el efectivo continúa siendo el medio de pago principal entre la población ABI**. Aún más, Colombia es, con distancia, el país donde más se utiliza esta forma de pago en el comercio electrónico, **uno de cada tres paga en efectivo sus compras en Internet**.
- Es el **único país donde el conocimiento de los servicios de iniciación de pagos (SIP) es mayoritario** y, aún más, utilizado por el 38,8% de la población ABI.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.30** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	47,4%	39,2%
Dos o más bancos	52,6%	60,8%

Población analizada: Total población ABI colombiana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.31** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2018	2019
Antigüedad promedio	6,9 años	6,2 años

Población analizada: Total población ABI colombiana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.32** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	90,4%	<b>94,8%</b>
Tarjeta de crédito	57,3%	<b>60,1%</b>
Tarjeta prepago	32,6%	<b>34,4%</b>

Población analizada: Total población ABI colombiana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.33** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo valor (supermercado, libros, etc.)	23,7%
Compras de alto valor (vehículos, electrodomésticos, viajes...)	49,4%
Para sacar dinero del cajero	31,5%

Población analizada: Población ABI colombiana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.34** Preferencia respecto al aplazamiento de pagos con tarjeta de crédito

Cuando utilizo mi TC suelo...	2019
Preferir pagar en cuotas	66,4%
Preferir pagar sin cuotas, es decir el importe total de una sola vez	33,6%

Población analizada: Población ABI colombiana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.35** Preferencia respecto la forma de pago en cuotas con tarjeta de crédito

	2019
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	25,0%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número de cuotas	27,6%
Siempre son cuotas con interés. no es algo que yo pueda elegir	47,4%

Población analizada: Población ABI colombiana, con tenencia de tarjeta de crédito que suele preferir el pago en cuotas  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.36** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	93,6%	<b>80,5%</b>
Tarjetas	69,1%	<b>66,6%</b>
Cargo a cuenta	20,0%	<b>24,4%</b>
Pago a través del móvil	18,0%	<b>24,9%</b>
Apps de pago entre particulares	8,6	<b>24,4%</b>

Población analizada: Total población ABI colombiana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.37** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2019
Sí, y lo he utilizado	38,8%
Sí, pero no lo he utilizado	19,3%
No, no la conocía	41,9%

Población analizada: Población ABI colombiana que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.38** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	48,6%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	41,6%
Peor servicio que los bancos tradicionales	9,7%

Población analizada: Total población ABI colombiana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

# México

- El **nivel de bancarización** continúa siendo el **más bajo** de los países analizados, no sólo a nivel de población total (36,9%) sino también entre la población internauta (78,9%).
- No obstante, el dinamismo del sector bancario en México es el más alto de toda la región. La antigüedad media con el banco principal sufre una significativa caída de 2,1 años, lo que, en términos prácticos significa, que **el sector está inmerso en un importante movimiento de clientes bancarios**.
- El **pago móvil en comercios físicos** ya es utilizado, a nivel mensual, por el 30,0% de la población ABI y se ha convertido en el medio de pago principal para el 8,5%, registrando **uno de los crecimientos más explosivos** al respecto, desde el registro del 2,0% en 2018. La principal barrera a la masificación del pago móvil radica más en la oferta que en la demanda: uno de cada cuatro que aún no ha utilizado el smartphone para pagar en comercios físicos asegura que la razón fundamental es que los establecimientos no disponen de esa opción.
- Si bien existe un **alto desconocimiento respecto a los sistemas de iniciación de pagos (SIP)**, donde prácticamente siete de cada diez mexicanos ABI, menciona no conocer esta modalidad de pago, así también es el país, junto con República Dominicana, **donde más probabilidad de crecimiento tiene este sistema**. Un 74,2% de quienes no lo conocían, una vez que se les presenta su forma de operación básica, manifiesta su intención de utilizarlo.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.39** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	50,5%	<b>44,7%</b>
Dos o más bancos	49,5%	<b>55,3%</b>

Población analizada: Total población ABI mexicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.40** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2018	2019
Antigüedad promedio	8,7 años	<b>6,6 años</b>

Población analizada: Total población ABI mexicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.41** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	94,3%	<b>94,3%</b>
Tarjeta de crédito	63,3%	<b>54,6%</b>
Tarjeta prepago	31,8%	<b>26,6%</b>

Población analizada: Total población ABI mexicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.42** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	88,3%	<b>81,4%</b>
Tarjetas	80,8%	<b>77,9%</b>
Cargo a cuenta	34,0%	<b>37,2%</b>
Pago a través del móvil	19,5%	<b>30,0%</b>
Apps de pago entre particulares	7,5%	<b>12,9%</b>

Población analizada: Total población ABI mexicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.43** Medio de pago principal (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	48,8%	<b>40,4%</b>
Tarjetas	44,3%	<b>41,1%</b>
Cargo a cuenta	4,0%	<b>7,0%</b>
Pago a través del móvil	1,8%	<b>8,5%</b>
Otros	1,1%	<b>3,0%</b>

Población analizada: Total población ABI mexicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.44** Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos

	2019
Porque no es algo que encuentre necesario	<b>22,5%</b>
Porque no me da confianza	<b>17,0%</b>
Porque en los establecimientos no me dan esa opción	<b>23,1%</b>
Porque no tengo conexión permanente a Internet en mi smartphone o smartwatch	<b>11,0%</b>
Porque no sabía que se podía	<b>8,2%</b>
Porque mi smartphone o smartwatch no tiene esa tecnología	<b>4,9%</b>
Porque así tengo menos control sobre lo que gasto	<b>6,0%</b>
Porque me parece muy complicado	<b>7,1%</b>

Población analizada: Población ABI mexicana, en posesión de smartphone/smartwatch, que no lo han utilizado como medio de pago en establecimientos físicos.  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.45** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago

	2019
Sí, y lo he utilizado	<b>15,5%</b>
Sí, pero no lo he utilizado	<b>16,1%</b>
No, no la conocía	<b>68,4%</b>

Población analizada: Población ABI mexicana que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.46** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)

	2019
Seguro que sí + probablemente sí	<b>74,2%</b>

Población analizada: Población ABI mexicana, que ha comprado a través de Internet, y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.47** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	<b>41,2%</b>
Mismo servicio que los bancos tradicionales	<b>48,6%</b>
Peor servicio que los bancos tradicionales	<b>10,2%</b>

Población analizada: Total población ABI mexicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Perú

- El mayor nivel de multibancarización de toda la región latinoamericana, sólo comparable a Reino Unido. Un **66,8% de la población ABI peruana tiene algún producto y/o servicio contratado con más de una entidad** financiera; no obstante, junto a Colombia, es el **país donde menos cambios de banco principal se han producido**.
- Junto con República Dominicana, son los únicos países latinoamericanos donde **la mayoría de la población que utiliza la tarjeta de crédito paga el importe total de una sola vez**, sólo un 38,5% de la población ABI peruana se inclina por el pago en cuotas.
- El uso del efectivo, a nivel mensual, es el menor de todos los países latinoamericanos incluidos en el estudio. Sólo un 76,6% de los peruanos, pertenecientes a la población ABI, afirma que ha utilizado dinero en efectivo para realizar pagos durante el último mes; en contraste, el **pago desde cuenta** (transferencias, etc.) como medio de pago para los gastos mensuales, registra **el segundo mayor crecimiento de todos los países analizados**, pasando de un 23,0% a un 36,7% de uso, crecimiento **sólo opacado por el registrado en Argentina**.
- La penetración del smartphone en las transacciones mensuales de la población ABI en Perú evidencia un importante avance: en el intervalo de sólo un año **se ha triplicado el uso del pago móvil en comercios físicos**, mientras que se ha **cuadruplicado el uso de aplicaciones móviles para pagos entre particulares**.
- No obstante, a la significativa reducción del efectivo, aun un **23,4% de la población ABI utiliza este medio de pago en sus compras por internet**, proporción que se ubica **sólo por detrás de México**.
- Presenta uno de los escenarios más propicios para un eventual ingreso de los **gigantes tecnológicos** al sector financiero, donde **menos de un 10% de la población ABI estima que el servicio financiero que entregarían estas empresas sería de peor calidad que el que entrega la banca actualmente**, mientras que prácticamente la mitad de dicha población (48,9%) cree que el servicio que proveerían sería mejor. Aún más, uno de cada cuatro está dispuesto a compartir su información bancaria con las denominadas bigtech, a cambio de algún beneficio.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.48** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	35,1%	33,2%
Dos o más bancos	64,9%	66,8%

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.49** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2018	2019
Antigüedad promedio	7,6 años	6,5 años

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.50** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	95,0%	94,8%
Tarjeta de crédito	60,6%	55,1%
Tarjeta prepago	32,9%	24,7%

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.51** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo valor (supermercado, libros, etc.)	48,9%
Compras de alto valor (vehículos, electrodomésticos, viajes...)	39,4%
Para sacar dinero del cajero	24,0%

Población analizada: Población ABI peruana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.52** Preferencia respecto al aplazamiento de pagos con tarjeta de crédito

Cuando utilizo mi TC suelo...	2019
Preferir pagar en cuotas	38,5%
Preferir pagar sin cuotas, es decir el importe total de una sola vez	61,5%

Población analizada: Población ABI peruana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.53** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	84,7%	76,6%
Tarjetas	74,3%	73,1%
Cargo a cuenta	23,0%	36,7%
Pago a través del móvil	7,7%	22,7%
Apps de pago entre particulares	2,7%	11,5%

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.54** Métodos de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet

	2019
Efectivo	23,4%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas	71,5%
Transferencia/domiciliaciones	25,0%
Tarjeta virtual	6,9%
Criptomonedas (Bitcoin, Ethereum, etc.)	1,6%

Población analizada: Población ABI peruana que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.55** Nivel de interés de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con los bancos.

	2019
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	24,7%
Interés por compartir tu información en redes sociales con tu banco	36,7%

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.56** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	48,9%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	42,9%
Peor servicio que los bancos tradicionales	8,2%

Población analizada: Total población ABI peruana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

# República Dominicana

- Es el **tercer país con mayor nivel de multibancarización**. Un 64,7% de su población ABI tiene contratado algún producto y/o servicio con más de una entidad financiera.
- El uso de la **tarjeta de crédito** es una realidad recurrente entre la población ABI dominicana, no sólo un 64,8% la utiliza siempre (o casi siempre) para pagar sus **compras de bajo importe** (el nivel de uso más alto de todos los países analizados), sino que también **uno de cada tres la utiliza con frecuencia para retirar dinero en efectivo de los ATM**.
- Es el **tercer país con mayor penetración de las Apps de pago entre particulares**, donde un 18,1% de la población ABI ha utilizado esta forma de pago durante último mes; en contraste, es el país de la región con **menor penetración del pago móvil en comercios físicos**, siendo la principal barrera el bajo nivel de adopción de los comercios físicos a esta modalidad de pago.
- La **penetración del comercio electrónico es la más baja** de los diez países analizados. Más del 10% de la población ABI no ha comprado nunca por Internet. Entre quienes sí tienen experiencia de compra online, la **disponibilidad de distintas formas de pago en los portales web es el aspecto que más seguridad transmite** cuando se realiza una compra por primera vez.
- Si bien **el desconocimiento de los servicios de iniciación de pagos (SIP) es alto** entre la población ABI (67,4%), la **intención de utilizarlo**, una vez que se presenta su forma básica de operación, es **mayoritario**. Un 75,0% de quienes no lo conocían, declaran su intención de utilizarlo.
- **Presenta el escenario más favorable para el eventual ingreso de los gigantes tecnológicos** al sector bancario. Seis de cada diez dominicanos ABI considera que el servicio que entregarían las denominadas bigtech sería mejor que el que entrega la banca actualmente y **un 30,9% muestra un alto interés en compartir su información bancaria con este tipo de empresas** a cambio de algún beneficio.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.57** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	37,0%	35,3%
Dos o más bancos	63,0%	64,7%

Población analizada: Total población ABI dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.58** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo valor (supermercado, libros, etc.)	64,8%
Compras de alto valor (vehículos, electrodomésticos, viajes...)	29,9%
Para sacar dinero del cajero	35,2%

Población analizada: Población ABI dominicana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.59** Preferencia respecto al aplazamiento de pagos con tarjeta de crédito

Cuando utilizo mi TC suelo...	2019
Preferir pagar en cuotas	34,8%
Preferir pagar sin cuotas, es decir el importe total de una sola vez	65,2%

Población analizada: Población ABI dominicana con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.60** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	84,0%	80,0%
Tarjetas	75,1%	73,4%
Cargo a cuenta	32,7%	45,7%
Pago a través del móvil	4,8%	12,8%
Apps de pago entre particulares	8,5%	18,1%

Población analizada: Total población ABI dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.61** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago

	2019
Sí, y lo he utilizado	17,1%
Sí, pero no lo he utilizado	15,5%
No, no la conocía	67,4%

Población analizada: Población ABI dominicana que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Comercio electrónico

**Tabla 6.62** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

	2018	2019
Al menos una vez al mes	31,2%	42,8%
Con menor frecuencia	56,7%	46,1%
Nunca	12,1%	11,1%

**Tabla 6.63** Factores que inciden en la sensación de seguridad a la hora de comprar por Internet en páginas no recurrentes

	2019
Que tenga comentarios o reviews de personas que han comprado anteriormente	11,7%
Que sea una página recomendada por alguien de confianza	10,9%
Que sea una página ampliamente conocida	17,4%
Que acepte diferentes formas de pago (tarjeta, PayPal, etc.)	30,7%
Que sea una página cifrada (HTTPS)	13,9%
Que la página tenga logos y/o certificados de seguridad	15,5%

Población analizada: Población ABI dominicana que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.64** Nivel de interés de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con los bancos.

	2019
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	30,9%
Interés por compartir tu información en redes sociales con tu banco	40,3%

Población analizada: Total población ABI dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.65** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que los bancos tradicionales	58,5%
Mismo servicio que los bancos tradicionales	30,9%
Peor servicio que los bancos tradicionales	10,6%

Población analizada: Total población ABI dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

Población analizada: Total población ABI dominicana (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# España

- Es el país que presenta los **niveles más bajos de multibancarización**, es decir, donde existe una mayor proporción de población ABI que opera con una sola entidad para todas sus necesidades financieras.
- Que en España exista mayor tendencia a operar con sólo una entidad financiera no implica mantener vínculos más estables entre cliente-banco. De hecho, España es **el tercer país** (sólo por detrás de Portugal y México) **donde más ha caído la antigüedad de la relación con el banco principal** (-1,9 años).
- Presenta un **comportamiento bastante atípico en relación a la tenencia y uso de tarjetas**, Es el único país donde la tenencia de tarjetas de débito disminuye, y lo hace aproximadamente en la misma proporción en el que aumenta la tenencia de tarjetas de crédito. Único país donde la tarjeta de crédito se utiliza frecuentemente, y de manera equitativa, para todo tipo de compras (independiente de su importe) y además para retirar dinero en efectivo desde los ATM. Los datos parecen apuntar hacia la existencia de **ciertos niveles de confusión en la población respecto al tipo de tarjeta que poseen**.
- Es también en España donde se produce la **mayor caída del efectivo como medio de pago para los gastos mensuales**, registrando una caída de 14 puntos porcentuales en sólo un año. Si a esto se le suma también la disminución del uso de tarjetas, y el aumento de los medios de pago móvil, es posible inferir que **los medios tradicionales de pago en España han entrado en un proceso de reemplazo** hacia nuevas tecnologías cuya velocidad aún es incierta.
- El **concepto de “iniciadores de pago”** (SIP) es por ahora algo **muy desconocido** entre la población ABI española. Es el país con el mayor nivel de desconocimiento respecto a esta nueva modalidad de pago digital (85,1%), sino que además **es el país donde menos disposición hay para utilizarlo**, sólo uno de cada cuatro afirma que seguro o muy probablemente lo utilizaría.
- Es **uno de los países más críticos frente a un eventual ingreso de los gigantes tecnológicos al sector bancario**, donde un 30,4% de la población ABI estima que el servicio financiero que entregarían estas empresas sería de peor calidad que el que entrega la banca actualmente, esto equivale a prácticamente el doble de quienes consideran que el servicio sería mejor (15,6%). Y, si bien, es el país con menor disposición a la ceder datos financieros a este tipo de empresas -sólo un 7,5% afirma que estaría dispuesto a compartir su información bancaria con las denominadas bigtech a cambio de algún beneficio-, también es **el que menos dispuesto está a compartir información personal** de redes sociales con su banco (13,4%), aunque esto le reporte alguna mejora en sus condiciones contractuales.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.66** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Un banco	59,1%	52,3%
Dos o más bancos	40,9%	47,7%

Población analizada: Total población ABI española (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.67** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2018	2019
Antigüedad promedio	14,5 años	12,6 años

Población analizada: Total población ABI española (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.68** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	90,0%	86,9%
Tarjeta de crédito	55,1%	59,4%
Tarjeta prepago	22,7%	22,1%

Población analizada: Total población ABI española (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.69** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo importe	42,6%
Compras de alto importe	48,8%
Para sacar dinero del cajero	41,4%

Población analizada: Población ABI española con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.70** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	95,8%	81,8%
Tarjetas	89,5%	83,7%
Cargo a cuenta	49,6%	48,9%
Pago a través del móvil	8,0%	11,4%
Apps de pago entre particulares	12,2%	22,9%

Población analizada: Total población ABI española (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.71** Conocimiento y uso de los sistemas de iniciación de pagos (SIP)

	2019
Lo conozco y lo he utilizado	6,8%
Lo conozco, pero no lo he utilizado	8,1%
No lo conocía	85,1%

**Tabla 6.72** Propensión a utilizar iniciadores de pago (entre quienes no lo conocían)

	2019
Seguro que sí + Probablemente sí	26,6%

Población analizada: Población ABI española que ha comprado a través de Internet y menciona que no conocía los iniciadores de pago  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.73** Nivel de interés de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con los bancos

	2019
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	7,5%
Interés por compartir tu información en redes sociales con tu banco	13,4%

Población analizada: Población ABI española con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.74** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que la bancos tradicionales	15,6%
Mismo servicio que la bancos tradicionales	54,0%
Peor servicio que la bancos tradicionales	30,4%

Población analizada: Total población ABI española (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

Población analizada: Población ABI española que ha comprado a través de Internet Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

# Portugal

- **La antigüedad media con el banco principal sufre una significativa caída de 2,3 años**, lo que evidencia un importante dinamismo en el sector bancario portugués en lo que respecta al cambio de entidad financiera, o de entidad financiera principal entre quienes operan con más de una.
- De los tres países europeos, es el que exhibe una **mayor penetración de tarjetas prepago**. Actualmente, uno de cada cuatro portugueses, pertenecientes a la población ABI, tiene al menos una tarjeta de este tipo.
- Respecto a la posibilidad de aplazamiento de pagos cuando se utiliza **tarjeta de crédito**, sólo un 31,7% prefiere el pago en cuotas, siendo **mayoritario la elección de cuotas sin intereses, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas**.
- **Es el país con el menor nivel de uso del dinero en efectivo** para costear los gastos mensuales., **Uno de cada cuatro portugueses ABI no ha utilizado esta forma de pago durante el último mes**. En contraste, el **pago desde cuenta** evidencia una penetración del 69,8% y se ha convertido en el **medio de pago principal para el 24,1%** de la población ABI de este país.
- En lo referente al **comercio electrónico** es el país, **junto con Argentina con la menor proporción de compradores frecuentes** entre la población ABI, sólo un 39,1% compra por Internet al menos una vez al mes, siendo el ordenador personal el dispositivo preferente para acceder a este canal de compra. Asimismo, la **tarjeta virtual** como medio de pago para las transacciones online es utilizado por un 34,1%, el **nivel más alto de todos los países** incluidos en la investigación.
- La **disponibilidad de distintos medios de pago es un aspecto que facilita la sensación de seguridad** al momento de realizar una compra en un portal web no utilizado con anterioridad, en específico un 30,2% declara que una página que acepte diferentes formas de pago les transmite seguridad.
- Finalmente, **ante una eventual irrupción de los gigantes tecnológicos al sector bancario, es el segundo país con menor disposición de la población ABI a ceder sus datos financieros** a este tipo de empresas, sólo un 10,7% exhibe un interés manifiesto de facilitar sus datos bancarios a las denominadas bigtech aunque esto les reporte algún tipo de beneficio.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.75** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2018	2019
Antigüedad promedio	15,4 años	<b>13,1 años</b>

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.76** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Tarjeta de débito	94,8%	<b>97,0%</b>
Tarjeta de crédito	63,6%	<b>61,3%</b>
Tarjeta prepago	23,1%	<b>24,7%</b>

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.77** Preferencia respecto al aplazamiento de pagos con tarjeta de crédito

Quando utilizo mi TC suelo...	2019
Preferir pagar en cuotas	31,7%
Preferir pagar sin cuotas, es decir el importe total de una sola vez	68,3%

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.78** Preferencia respecto la forma de pago en cuotas con tarjeta de crédito

	2019
Sin interés, aunque eso signifique tener que elegir una menor cantidad de cuotas	65,3%
Con interés, ya que la opción sin interés me obliga a elegir un menor número de cuotas	14,2%
Siempre son cuotas con interés. no es algo que yo pueda elegir	20,5%

Población analizada: Población ABI portuguesa, con tenencia de tarjeta de crédito que suele preferir el pago en cuotas  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.79** Medios de pago utilizados en el último mes (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	86,5%	74,3%
Tarjetas	85,3%	69,8%
Cargo a cuenta	65,1%	69,8%
Pago a través del móvil	14,5%	18,2%
Apps de pago entre particulares	17,0%	17,2%

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.80** Medio de pago principal (evolutivo 2018-2019)

	2018	2019
Efectivo	27,5%	24,6%
Tarjetas	60,4%	47,7%
Cargo a cuenta	9,3%	24,1%
Pago a través del móvil	1,2%	1,8%
Otros	1,6%	1,8%

## Comercio electrónico

**Tabla 6.81** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

	2018	2019
Al menos una vez al mes	33,9%	39,1%
Con menor frecuencia	61,2%	56,7%
Nunca	4,9%	4,2%

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.82** Métodos de pago utilizados en compras de productos y/o servicios por Internet

	2019
Efectivo	6,0%
Tarjeta/s de débito/crédito/ prepago físicas	46,9%
Transferencia/domiciliaciones	40,1%
Tarjeta virtual	34,3%
Criptomonedas (Bitcoin, Ethereum, etc.)	0,3%

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.83** Nivel de interés de compartir, a cambio de incentivos, información bancaria con las bigtech, así como de compartir información personal en redes sociales con los bancos

	2019
Interés por compartir tu información bancaria con las bigtech	10,7%
Interés por compartir tu información en redes sociales con tu banco	20,4%

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

Población analizada: Total población ABI portuguesa (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

# Reino Unido

- Presenta el **nivel más alto de bancarización**, tanto a nivel de población total (94,6%) como entre la población internauta, donde el nivel de bancarización supera el 95%.
- También **lidera en nivel de multibancarización**: un 67,8% de los británicos ABI tiene contratado algún producto y/o servicio con más de una entidad financiera. No obstante, los británicos son los que **evidencian las relaciones más permanentes con su banco principal**, en promedio, el período de tiempo con el que opera con su entidad bancaria principal **supera los 18 años**.
- Prácticamente la **totalidad de la población ABI cuenta con al menos una tarjeta de débito**, mientras que la tenencia de tarjeta de crédito supera el 70%. En contraste, la **penetración de las tarjetas prepago es la menor** de los diez países analizados, sólo un 13,0% declara tener al menos una tarjeta de este tipo.
- El uso de la **tarjeta de crédito** lo concentran las **compras de alto importe** (vehículos, viajes, electrodomésticos, etc.), en concreto, un 58,2% de la población ABI británica asegura utilizar siempre (o caso siempre) su tarjeta de crédito para este tipo de compras.
- El **medio de pago principal es, con distancia, la tarjeta**, mientras que el dinero en efectivo sólo es considerado como forma de pago preferente por el 19,9% de la población ABI británica.
- Está a la vanguardia en **comercio electrónico**. Un **99,5% de la población ABI ha comprado alguna vez por Internet** mientras que **7 de cada 10 utiliza este canal de compra al menos una vez al mes**. Tanto sellos y/o certificados de seguridad, como **páginas cifradas (https)** son los aspectos que más transmiten seguridad al momento de decidir una compra en un portal no utilizado con anterioridad.
- **Tres de cada cuatro británicos pertenecientes a la población ABI con experiencia de compra online desconocía totalmente los servicios de iniciación de pagos (SIP)**. Su **intención de uso es tan baja como en España**, menos del 30% declara alguna intención de utilizar esta nueva modalidad de pago digital.
- **Los británicos son los más críticos frente a una eventual incursión de los gigantes tecnológicos** al sector bancario. La proporción de la población ABI que considera que el servicio financiero que entregarían las denominadas bigtech sería peor que el que entrega la banca actualmente triplica a la población que cree que el servicio sería mejor.

## Relación cliente-banco

**Tabla 6.84** Número de entidades financieras con las que opera la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2019
Un banco	32,2%
Dos o más bancos	67,8%

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.85** Antigüedad de la relación con la entidad financiera principal (promedio en años)

	2019
Antigüedad promedio	18,2 años

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Medios de pago

**Tabla 6.86** Tenencia de tarjetas en la población ABI (evolutivo 2018-2019)

	2019
Tarjeta de débito	99,0%
Tarjeta de crédito	73,3%
Tarjeta prepago	13,0%

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.87** Uso frecuente de la tarjeta de crédito según tipo de operación

	2019
Compras de bajo importe	35,0%
Compras de alto importe	58,2%
Para sacar dinero del cajero	10,9%

Población analizada: Población ABI británica con tenencia de tarjeta de crédito  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

**Tabla 6.88** Medio de pago principal (evolutivo 2018-2019)

	2019
Efectivo	19,9%
Tarjetas	64,5%
Cargo a cuenta	13,1%
Pago a través del móvil	0,8%
Otros	1,7%

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.89** Conocimiento y uso de los iniciadores de pago

	2019
Lo conozco y lo he utilizado	11,8%
Lo conozco, pero no lo he utilizado	11,8%
No lo conocía	76,4%

Población analizada: Población ABI británica que ha comprado a través de Internet  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

## Comercio electrónico

**Tabla 6.90** Frecuencia de compra de productos y/o servicios por Internet

	2019
Al menos una vez al mes	71,3%
Con menor frecuencia	28,2%
Nunca	0,5%

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

**Tabla 6.91** Factores que inciden en la sensación de seguridad a la hora de comprar por Internet en páginas no recurrentes

	2019
Que tenga comentarios o reviews de personas que han comprado anteriormente	1,5%
Que sea una página recomendada por alguien de confianza	4,5%
Que sea una página ampliamente conocida	6,5%
Que acepte diferentes formas de pago (tarjeta, PayPal, etc.)	20,6%
Que sea una página cifrada (HTTPS)	35,1%
Que la página tenga logos y/o certificados de seguridad	31,8%

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del estudio

## Bigtech

**Tabla 6.92** Percepción de la calidad del servicio financiero que entregarían las bigtech, en comparación a los bancos

	2019
Mejor servicio que la bancos tradicionales	21,4%
Mismo servicio que la bancos tradicionales	48,9%
Peor servicio que la bancos tradicionales	29,7%

Población analizada: Total población ABI británica (400 casos)  
Fuente: elaboración propia a partir resultados de los resultados del estudio

# Conclusiones y reflexiones

## La multibancarización: un nuevo fenómeno en la relación con los clientes

Operar con más de una entidad financiera es un nuevo fenómeno global. Todos los países evidencian un crecimiento de la población ABI que tiene servicios y/o productos con más de una entidad. Si esta realidad es un fenómeno en crecimiento o no, es algo que sólo las posteriores entregas podrán confirmar.

## Freno al uso del dinero en efectivo

A excepción de Colombia, 2019 ha sido el año en que el efectivo deja de ser el medio de pago principal entre la población ABI a nivel global. Si bien las tarjetas son las que actualmente detentan esa posición, su marginal crecimiento respecto al año anterior y, en contraste, los significativos crecimientos de pago móvil y del pago desde cuenta permiten avizorar un importante cambio en lo que respecta a la preferencia de los distintos medios de pago.

## Los inhibidores al pago móvil, similitudes y diferencias entre Latinoamérica y Europa

El uso de dispositivos móviles como medio de pago ha evidenciado un fuerte aumento en nuevos usuarios. No obstante su uso en comercios físicos es aún muy bajo respecto a otras formas de pago más tradicionales. Falta de confianza e irrelevancia son aspectos transversales a los diez países analizados que inhiben el crecimiento en nuevos usuarios; sin embargo, en Latinoamérica existe un tercera barrera que es casi inexistente en Europa: comercios que aún no disponen de esta opción de pago.

## Una población que aumenta el número de tarjetas en su poder

España es el único país en que cae la tenencia de más de una tarjeta de débito. No obstante, el panorama general es que los tarjetahabientes de cada país han visto incrementado el número de tarjetas que posee, ya sea débito, crédito o del tipo prepago.

## Uso dispar de la tarjeta de crédito

República Dominicana destaca en el uso de la tarjeta de crédito para compras de bajo importe, dos de cada tres tarjetahabientes dominicanos la utilizan con frecuencia para transacciones cotidianas. Por otro lado, Argentina y Reino Unido despuntan en uso frecuente de la tarjeta de crédito para compras de alto importe: más de la mitad de la población tarjetahabiente de estos países la utilizan siempre, o casi siempre, para este tipo de compras. Finalmente, Brasil evidencia el uso más intensivo independiente del monto de la transacción: más de la mitad de la población ABI brasileña tarjetahabiente utiliza la tarjeta de crédito con frecuencia, ya sea para compras de alto o bajo importe.

## Las cuotas sin intereses como movilizador al uso de las tarjetas de crédito

Cinco de los diez países incluidos en la investigación se inclinan por el uso de cuotas al utilizar su tarjeta de crédito y, de estos cinco países, en cuatro predomina fuertemente el uso de las cuotas sin interés. En concreto, en Argentina, Brasil, Chile y México, más del 85% de quienes dividen el pago de su tarjeta de crédito muestran preferencia por el pago en cuotas sin intereses.

## Autenticación mediante huella dactilar es el método preferido

Dentro de las posibles innovaciones respecto a la autenticación de pagos, es la huella dactilar la que corre con ventaja. Más del 60% de la población ABI en todos los países analizados está dispuesta a utilizar este medio de autenticación, además de ser percibido como un método más seguro, moderno, fácil y rápido que el actual código PIN.

## Los servicios de iniciación de pagos, grandes desconocidos

La disposición al uso de servicios de iniciación de pagos es mayor en Latinoamérica que en los países europeos. La razón de esta realidad es, probablemente, la baja percepción de seguridad de este sistema en comparación con el pago con tarjetas.

## Las bigtech, percibidas como competidores

Un hipotético escenario de ingreso de los gigantes tecnológicos a la provisión de servicios financieros genera diversidad de opiniones y actitudes a nivel global. Dicho esto, más de la mitad de la población ABI de todos los países percibe que el servicio que entregarían las denominadas bigtech sería mejor o al menos de similar nivel de calidad del entregado actualmente por las entidades bancarias.

Esta percepción basal, unido al nuevo fenómeno de la multibancarización, permite inferir que el sector bancario podría verse fuertemente remecido si este tipo de empresas deciden competir en la provisión de servicios financieros.



# Agradecimientos

La elaboración de este Informe ha sido posible gracias a la colaboración de un gran número de profesionales de la industria de los medios de pago. Desde aquí queremos expresar un sincero y especial agradecimiento a:

## Argentina

Santiago Benvenuto, Gerente de Medios de Pago, BBVA

Jorge Alfredo Larravide, CCO, Link

## Brasil

Carlos Alberto C. Moreira Jr., Director Ejecutivo de Desarrollo de Negocios y Productos, ELO

Oscar Pettezzoni de Almeida Neto, Merchants Planning and Strategy Executive Director for Visa Latin America and Caribbean

Eduardo Prota, Gerente General N26

Tulio Xavier de Oliveira, Country Manager, Mercado Pago

## España

Amelia I. Angulo García, Directora de Operaciones de Medios de Pago, Bankia

Ángel Nigorra, Director General de Sociedad de Procedimientos de Pago, S.L. (Bizum)

Anna Puigoriol, Directora de Servicios Financieros de Banc Sabadell

Carlos Mier, Director de Tarjetas y Negocio Emisor, Bankia

Juan David Hernández, Head of Core Product & Solutions Southern Europe, Visa

Juan Gabriel Rodríguez Ampudia, Global Payment Solutions, BBVA

Paloma Real, Country Manager, Mastercard España

Jacobo Miralles, Head of Data, Engagement & Monetization, BNEXT

Francisco Sierra, Director General N26 España

Rodrigo García de la Cruz, Presidente Asociación Española de Fintech e Insurtech

Javier Santamaría, Chairman European Payments Council

Carlos Sanz, Director del Departamento de Sistemas de Pago, Banco de España

## Chile

Américo Becerra, Gerente de Operaciones y TI, Banco Ripley

José López Molina, Jefe DPTI Sistemas Producto Santander Chile

Patricio Sandoval, Country manager, Mastercard Chile

Juan Vega Aguilera, Director Corporativo Core de Negocio, Falabella

Nicolás Jaramillo, CEO Global66

## Colombia

Edwin Zácipa, Director ejecutivo, Colombia Fintech

## Costa Rica

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

## **México**

Alfonso Estévez, Director General,  
EZ Wallet

Jorge Garizurieta, PMO del  
Programa Impulso a los Medios de  
Pago Electrónicos, Asociación de  
Bancos de México.

Lourdes Herrera, Coordinadora  
Subcomité de Tarjetas, Asociación  
de Bancos de México

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

Gerardo Gage, Analista Fintech,  
CEMLA

Raúl Morales, Gerente de  
Infraestructuras y Mercados  
Financieros, CEMLA

Sebastián Ortiz, Co-fundador  
TPaga

Emilio González, Country Manager  
Nubank México

Daniela Robles, Directora General  
Fintech México

## **Perú**

Felipe Vásquez de Velasco,  
Gerente general, Pagos Digitales  
Peruanos

José Antonio Muñiz, Gerente  
del Área de Medios de Pago y  
Financiamiento al Consumo, Banco  
de Crédito del Perú -BCP

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

Francisco Salinas Talavera, Gerente  
FEPCMAC

Ricardo Kanna, COO, Banbif

Alberto Castillo, CEO La Mágica-  
Ligo

## **República Dominicana**

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

Yilmari Rosario, Consultor técnico  
del Departamento de Sistema  
Pagos del Banco Central de la  
República Dominicana.

## **Reino Unido**

Jamie Cooke, Managing Director,  
FSCOM

Jim Tomaney, COO Renovite

John Irwin, General Manager, Modurl  
Europe

IX Informe

# Tendencias en Medios de Pago

---

Avda. de Bruselas 35  
28108 Alcobendas  
Madrid (Spain)  
T +34 91 480 50 00

minsait.com

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

Escanea este QR



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

minsait

An Indra company