

Presenta el IX Informe de Tendencias de Medios de Pago**MINSAIT PAYMENTS MUESTRA QUE LAS ALIANZAS ENTRE NEGOCIO Y TECNOLOGÍA SON LA CLAVE PARA LA EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGO**

- **Los datos recogidos en su estudio apuntan a la creación de ecosistemas de colaboración entre la banca y las Bigtech, las Fintech y los Neobancos que incluyan proveedores especializados como intermediarios para desarrollar nuevos modelos de negocio y servicios que aumenten su competitividad**
- **Aumenta el fenómeno de la multibancarización y la mayoría de la población ya opera con dos o más bancos. Los clientes europeos son los que mantienen una relación más larga con sus entidades financieras y en España alcanza una media de 12,6 años**
- **La tarjeta sigue siendo el medio de pago electrónico por excelencia entre los españoles, con un crecimiento de casi el 70% del volumen de operaciones en los últimos cinco años. En la actualidad, 2 de cada 3 operaciones de pago electrónico en nuestro país se hacen con tarjeta**
- **Las compras on line con tarjeta tuvieron un espectacular crecimiento en España, tanto en términos de facturación (+29,1%) como en volumen de transacciones (+34,5)**
- **Se ve cada vez más cercana la competencia entre los servicios de iniciación de pago y las tarjetas. Seis de cada diez directivos entrevistados consideran bastante probable que los primeros sustituyan a las segundas**

Madrid, 13 de febrero de 2020.- Las alianzas entre el negocio bancario y los nuevos players tecnológicos constituyen la clave de la evolución en medios de pago para mejorar la competitividad del sector frente a los retos derivados de la llegada del Open Banking, el modelo de negocio que facilita el intercambio de datos entre entidades a partir de reconocer a los clientes como propietarios de su información financiera.

Así lo destaca el IX Informe de Tendencias de Medios de Pago, que acaba de presentar Minsait Payments, empresa que agrupa todos sus productos, soluciones y servicios de medios de pago y los más de 1.000 profesionales especializados de Minsait, una compañía de Indra, aplicando un modelo que busca incrementar su agilidad comercial y lograr una mayor flexibilidad estratégica.

Minsait Payments, con su nueva estructura, busca potenciar la innovación en nuevos productos y modelo de negocios especializados, ganar escala en el negocio de emisión y diversificar su oferta en adquirencia, y potenciar una oferta única, diferencial y de alto valor añadido basada en servicios digitales para medios de pago construidos en torno al dato y la analítica y el empleo de algoritmos *machine learning*.

Y con ello, aumentar su liderazgo en los mercados de España y Latinoamérica, así como aprovechar al máximo el potencial del mercado de medios de pago y alcanzar un crecimiento de doble dígito anual en sus ingresos para los próximos cinco ejercicios.

El Informe de Minsait Payments ha sido realizado con la colaboración de Analistas Financieros Internacionales (AFI) y ha incluido las opiniones de más de 45 directivos del sector bancario y más de 4.000 encuestas a la población bancarizada de España, Portugal, Latinoamérica y Reino Unido, país que se incorpora en esta edición por considerarse un referente en este mercado. El informe está disponible en (<https://mediosdepago.minsait.com/es>)

Si bien es verdad que la banca abierta es aún incipiente y tiene grados de desarrollo diferentes en distintos países en cuanto a normativa, adopción de estándares e iniciativas, también lo es que el 64% de los directivos entrevistados en los diez países ya perciben que su competencia en los próximos años será una combinación de Big Tech, Fintech y Neobancos.

Ante este nuevo escenario, el estudio señala que la mayoría de los directivos opina que la promoción de una regulación de competencia digital y la creación de ecosistemas de colaboración con los nuevos actores para desarrollar nuevos modelos de negocio será la reacción que predomine en la industria bancaria.

Se destaca, asimismo, el papel de los proveedores especializados como motor de estos nuevos ecosistemas por su capacidad para actuar como elemento intermediario entre el negocio y la tecnología, agilizar la puesta en marcha de nuevas tendencias o aportar conocimiento sobre la regulación de cada geografía.

Clientes cada vez menos fieles

La multibancarización es otra tendencia que está creciendo a un ritmo acelerado, de lo que se deduce que las necesidades financieras actuales de los consumidores no están siendo cubiertas por una sola entidad y que, de seguir así, este fenómeno podría intensificarse en los próximos años.

Pese a ello, la relación con el cliente no se percibe en el top 5 de los desafíos del sector, que prioriza temas como la transformación digital, la competencia Bigtech, el cumplimiento normativo o el fraude y la seguridad. En esta línea, el informe advierte que esta circunstancia podría ser aprovechada por los nuevos players que traerá consigo el Open Banking.

Según los datos recogidos en el estudio, la población bancarizada que opera con más de una entidad financiera es mayoritaria en los países estudiados (superior al 50%), con España como única excepción, que posee el nivel más bajo de mutibancarización.

En los países analizados se evidencia durante el último año una disminución significativa en la duración de la relación entre el usuario y el banco, observándose en Europa unas relaciones más duraderas. España sigue siendo uno de los países donde la relación del usuario y su banco es mayor, 12,6 años, aunque se atisban descensos en los próximos años debido al cambio generacional de la población española.”

Por otro lado, la canibalización entre tarjetas y los servicios de pagos a cuenta, especialmente a partir de los próximos servicios de iniciación de pagos, es considerada como una realidad más que incipiente. Seis de cada diez directivos entrevistados consideran bastante probable que el pago desde cuenta sustituya a la tarjeta en e-commerce en los próximos diez años.

Pese a ello, los datos del estudio trasladan que el servicio de iniciación de pagos es aún un gran desconocido entre la población bancarizada con experiencia de compra on-line. El nivel de desconocimiento supera el 65% en ocho de los diez países analizados, porcentaje que asciende hasta el 85,1% en España. La percepción de seguridad de la iniciación de pagos es baja, en líneas generales, en contraste con la alta percepción de seguridad que aporta al cliente el uso de tarjeta para sus compras.

Dentro de las posibles innovaciones respecto a la autenticación de pagos, es la huella dactilar la que corre con más ventaja. Más del 60% de la población bancaria está dispuesta a utilizar este medio de autenticación, que se percibe más seguro, moderno, fácil y rápido que el actual PIN.

Asimismo, el uso de dispositivos móviles como medio de pago ha experimentado un fuerte incremento de nuevos usuarios, aunque aún es muy bajo en comercios físicos. La falta de confianza e irrelevancia son inhibidores comunes en los once países, presentando Latinoamérica la particularidad de que los comercios van detrás de la tecnología y no disponen de esta opción de pago.

España triplica la facturación online e intensifica el pago en POS

Por su parte, continúa el crecimiento imparable del comercio electrónico, tanto en Europa como en Latinoamérica. En España, la tarjeta sigue considerándose el medio de pago electrónico principal por el 60% de los internautas bancarizados, al igual que en 2018, lo que podría apuntar a un posible estancamiento futuro.

Existe también en este país una alta proporción de compradores online, que han triplicado el volumen de facturación desde 2013. Las operaciones de pago con tarjeta han crecido casi un 70 % en los últimos cinco años y en la actualidad 2 de cada 3 operaciones de pago electrónico en nuestro país se hacen a través de este medio.

Las cifras publicadas por la CNMC relativas a 2018, que contabiliza las compras realizada 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 en 2017), que supusieron un volumen de cerca de 40.000 millones de euros (un 29,1% más que en 2017).

Asimismo, nuestro país confirma un cambio de tendencia en el uso y gasto de la tarjeta, dado que crece la utilización de la de crédito de forma equitativa para todo tipo de compras en la misma proporción en que se reduce la de débito. Los datos parecen apuntar a ciertos niveles de confusión en la población respecto al tipo de tarjetas que poseen.

Por otro lado, se acelera en España la tendencia global que intensifica el uso de las tarjetas como medio de pago directo en el punto de venta (POS) frente a la retirada de efectivo en cajeros automáticos (ATM).

En conjunto, el número de operaciones de pago realizadas en España con tarjetas en los POS aumentó considerablemente en 2018 (13,6%), una tasa de crecimiento superior y muy alejada de su equivalente de uso en ATM, que apenas creció un 0,1%. También crece el valor de las operaciones en POS, que se incrementó un 9% en 2018, representando el 12,2% del PIB, y que ya supera sistemáticamente al valor de los retiros con tarjetas en ATM.

Acerca de Minsait

Minsait, una compañía de Indra (www.minsait.com), es una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. En el ejercicio 2018, Indra tuvo unos ingresos de 3.104 millones de euros, 43.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.

