

El covid-19 impulsa la tendencia “cashless” en Latinoamérica, según Minsait Payments

- Ante la posibilidad de que el uso de efectivo sea un medio de transmisión del COVID-19, la OMS sugiere el pago con tarjeta y, más concretamente, con tecnología contactless, con el objetivo de disminuir el riesgo de propagación del coronavirus, lo que impulsará los pagos electrónicos
- A la espera de los resultados que den las estadísticas oficiales, todo apunta a que las compras en comercio físico se trasladarán en cierta medida al online minimizando el impacto del COVID-19, donde la seguridad (frente al contagio) y la comodidad serán dos variables clave, apunta Minsait Payments

Quito, 15 de abril de 2020.- Ante la posibilidad de que el uso de efectivo sea un medio de transmisión del COVID-19, la Organización Mundial de la Salud (OMS) sugiere a todas las personas que paguen con tarjeta y, más concretamente, con tecnología *contactless*, con el objetivo de disminuir el riesgo de propagación del coronavirus.

En consecuencia, países de todo el mundo se están viendo obligados a reconsiderar su dependencia del efectivo e impulsar iniciativas relacionadas con los pagos electrónicos que propicien el avance hacia una sociedad *cashless*. Un esfuerzo que se suma al objetivo existente de las diferentes entidades y reguladores por reducir el uso de este medio y que existe en buena parte de los países de la región de Latinoamérica, según Minsait Payments, la empresa que agrupa todos los productos, soluciones y servicios de medios de pago de Minsait, una compañía de Indra.

En Ecuador ya existe la billetera móvil BIMO que es administrada por los bancos privados, así como otros tipos de cuentas bancarias digitales. Con el nivel de casos confirmados de COVID-19 en el país, esta tendencia hacia los pagos electrónicos toma mayor relevancia. En el país y a nivel regional, el efectivo sigue siendo el medio de pago principal; sin embargo, escenarios como el configurado por la pandemia del coronavirus pueden constituirse en una oportunidad para promover el uso de los medios de pago electrónicos y destacar las ventajas de las tarjetas *contactless* o el pago móvil, apunta Minsait Payments.

De acuerdo con el IX Informe de Tendencias en Medios de Pago de Minsait Payments, realizado con la colaboración de Analistas Financieros Internacionales (AFI), que incluye las opiniones de más de 45 directivos del sector bancario y más de 4.000 encuestas a la población bancarizada de Latinoamérica, España, Portugal y Reino Unido, relativo a 2019, el comportamiento de los medios de pago en Latinoamérica presenta diferencias muy notables a nivel doméstico como resultado de las condiciones del mercado, la regulación y las preferencias de los agentes en cada uno de sus países. Asimismo, los condicionantes tecnológicos son cada día menores, y la transferencia de conocimiento, tecnologías y soluciones entre regiones es prácticamente inmediata hoy en día. La tendencia en los últimos años a reducir los medios de pago en papel (efectivo y cheques) es indiscutible. El efectivo ha caído 4,4 puntos porcentuales en los gastos mensuales de los bancarizados internautas, según datos del citado informe relativos a 2019, siendo utilizado todavía por el 81,9% de ellos, seguido de las tarjetas (72,6%) y los pagos desde cuenta (47,8%), estos últimos con un crecimiento de 11 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

Paralelamente, los cheques han reducido su presencia en volumen y en valor en más de un 40% en los últimos años, lo que ha favorecido la transición a medios alternativos como las transferencias de crédito.

Mientras tanto, las tarjetas se aproximan al 80% del total de operaciones de pagos electrónicos minoristas registrados (con más de 24 mil millones de transacciones), siendo los pagos un 75% más frecuentes respecto a 2013, y un 5,3% del valor total. Un crecimiento que va asociado estrechamente a un cambio de mentalidad en el uso de la tarjeta más como un instrumento de pago que como un medio para retirar efectivo. Fenómeno que se intensifica cada año.

En 2019, la tarjeta era el medio de pago principal para el 48,9% de los latinoamericanos (bancarizados internautas), desbancando al efectivo, y el 72,6% afirma haberlo utilizado en comercios físicos en el último mes. A la espera de estadísticas oficiales, todo hace indicar que los consumidores están optando por utilizar otros instrumentos de pago alternativos que no lleven implícito una exposición al entorno similar a la del efectivo. Tal es el caso de la tarjeta y el pago móvil.

Precisamente, el uso del Smartphone como dispositivo de pago, tanto en comercios físicos (P2B) como entre particulares (P2P) ha dejado de tener una presencia marginal en las transacciones mensuales de los latinoamericanos (población bancarizada), evidenciando crecimientos significativos en un corto período de tiempo. En apenas un año, las modalidades de pago en Latinoamérica revelan que el 24% de los bancarizados internautas ha utilizado mensualmente el dispositivo para pagar en comercios físicos y el 9,4% ha realizado transacciones de pago entre particulares.

Pese a su crecimiento, solamente el 7% de los latinoamericanos consideraba en 2019 el pago móvil como su medio de pago principal. La irrelevancia (26,1%) se muestra como el principal obstáculo a su uso, seguido de la desconfianza (20,9%), y la falta de aceptación (17,5%). En menor medida, también el desconocimiento (9,9%) y la falta de conectividad (9%). Todo hace indicar que el recelo a usar el dinero en efectivo ayudará a reducir estas barreras al uso y contribuirá al crecimiento que probablemente seguiremos viendo de este instrumento de pago.

Y es que, en este sentido, cabe destacar que el 62,1% de los bancarizados adultos en Latinoamérica afirma en el estudio haber utilizado en el último año el pago con QR (estático y dinámico), seguido del pago in-App (49,8%) y en menor medida el pago NFC (25,2%).

La tendencia ya evidenciada hacia el mayor uso de medios de pago electrónicos se puede ver impulsada por esta crisis, así como el crecimiento del comercio online. A la espera de los resultados que den las estadísticas oficiales, todo apunta a que las compras en comercio físico se trasladarán en cierta medida al online minimizando el impacto del COVID-19, donde la seguridad (frente al contagio) y la comodidad serán dos variables clave en todo esto, según Minsait Payments.

Teniendo en cuenta que el Smartphone es el dispositivo por excelencia en la compra online en Latinoamérica, sumado al imparable crecimiento del *e-commerce* y las medidas de distanciamiento social tomadas por el gobierno ecuatoriano, la suposición del crecimiento de los medios de pagos electrónicos como consecuencia de la pandemia del COVID-19 no parece estar muy alejada de la realidad.

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.

Indra en Ecuador

Presente en Ecuador desde 2006, Indra forma parte de algunos de los proyectos innovadores clave para el desarrollo económico y tecnológico del país en los sectores de Transporte & Defensa, y Tecnologías de la Información (TI) a través de su filial Minsait.

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. A cierre del ejercicio 2019, Indra tuvo unos ingresos de 3.204 millones de euros, más de 49.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.