

Tecnocom

cl@b2015



INFORME TECNOCOM TENDENCIAS EN MEDIOS DE PAGO 2014



Índice

Novedades en los medios de pago 2014

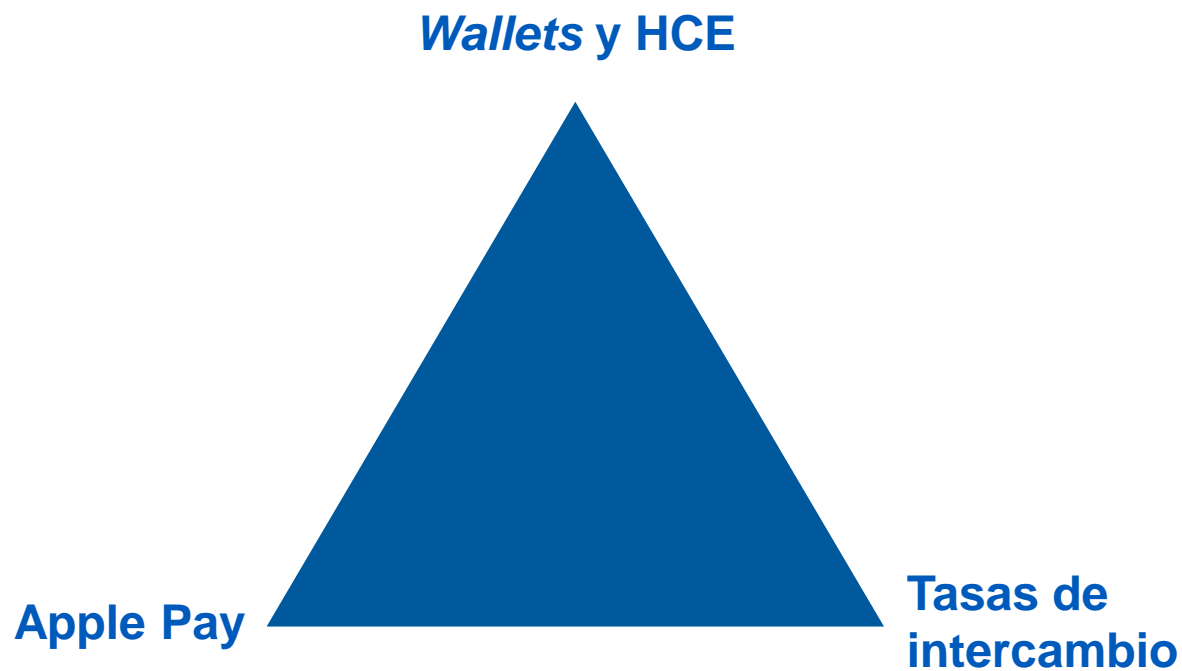
La visión del sector

El sector en cifras

Demanda de los medios de pago

Al detalle: Pagos G2P

Novedades en los medios de pago 2014



Índice

Novedades en los medios de pago 2014

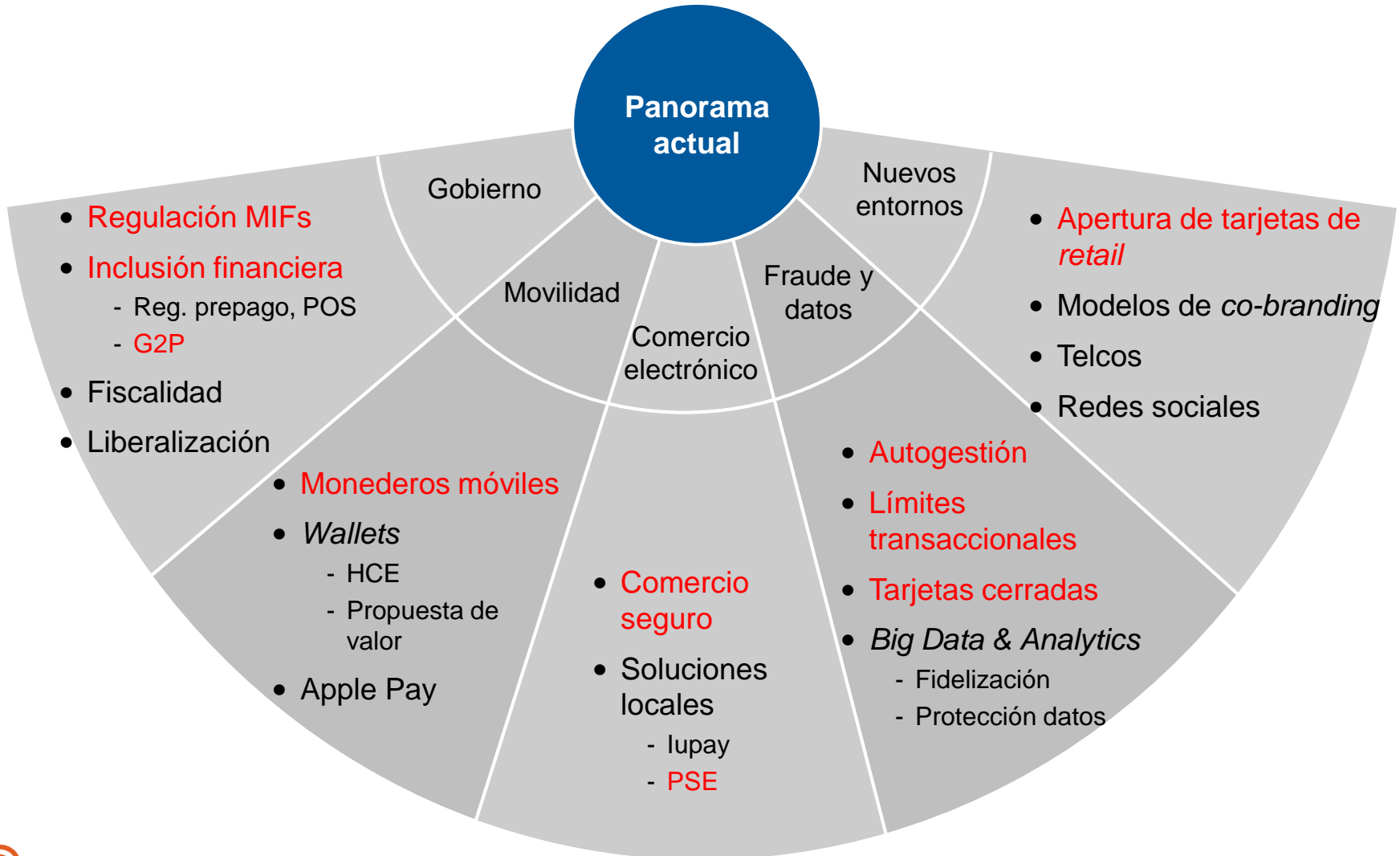
La visión del sector

El sector en cifras

Demanda de los medios de pago

Al detalle: Pagos G2P

La visión del sector



Índice

Novedades en los medios de pago 2014

La visión del sector

El sector en cifras

Demanda de los medios de pago

Al detalle: Pagos G2P

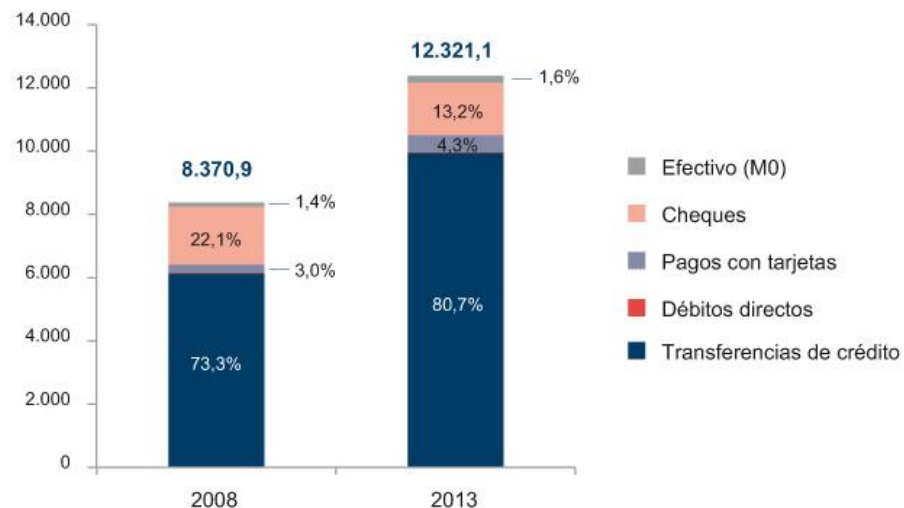
El sector en cifras (i)

Estabilización de los medios de pago electrónicos en América Latina

Elementos destacados

- El valor total de las operaciones se estanca en 2013.
- Cheque pierde cuota, cae en el último año del 15,1% al 13,2%
- Las tarjetas pasan del 4,1% al 4,3% entre 2012 y 2013, crecen la mitad que el año anterior
- Las transferencias de crédito pasan de 79,1% al 80,7%

Valor de las operaciones de pago en América Latina en 2008 y 2013, por instrumento, miles de millones USD



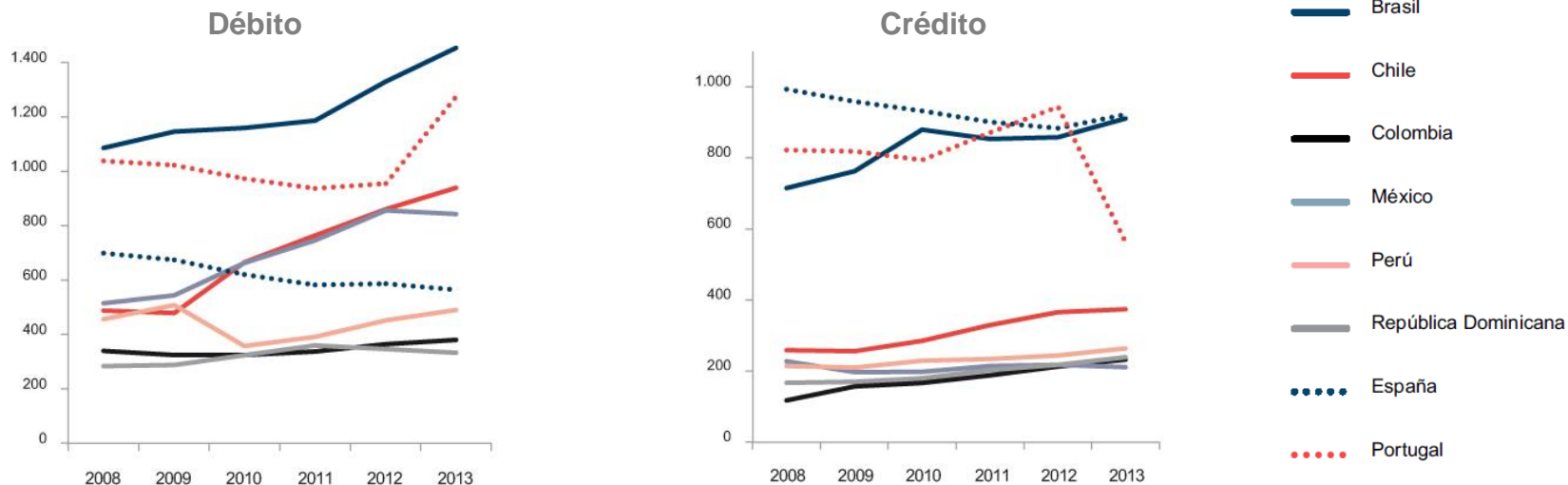
Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos

El sector en cifras (ii)

Sigue aumentando la penetración de tarjetas en casi todos los países

- Portugal reclasifica sus plásticos a instancias del regulador; único país con caída en términos absolutos
- Las tarjetas en México crecen por debajo del ritmo demográfico
- El resto de países siguen experimentando crecimiento de tarjetas en circulación

Número de tarjetas en circulación por cada mil habitantes



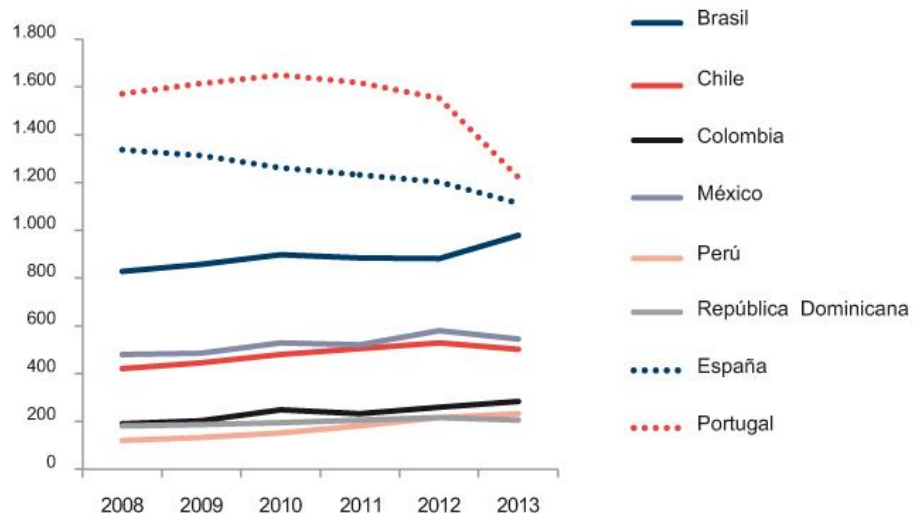
Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

El sector en cifras (iii)

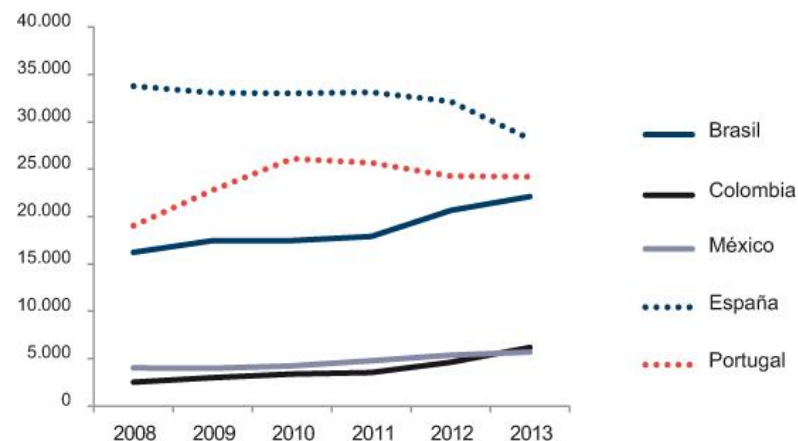
Infraestructura de adquirencia insuficiente en LatAm (salvo Brasil)

Número de terminales por cada millón de habitantes

Cajeros automáticos



POS



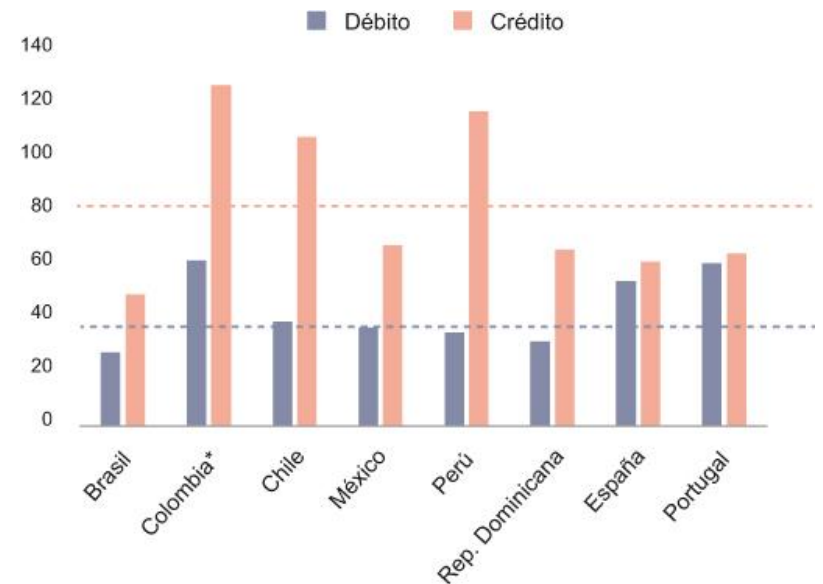
Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos

El sector en cifras (iv)

Importantes asimetrías en los *tickets* promedio en crédito y débito

- España, Portugal y Colombia presentan los tickets promedio más elevados en débito
- Colombia, Chile y Perú presentan tickets promedio superiores a los 100 USD en operaciones a crédito
- En España y Portugal, donde predomina el pago a fin de mes (débito diferido), las diferencias entre ambas categorías son menores

Ticket promedio en tarjetas de débito y crédito en 2013, USD



Fuente: bancos centrales, superintendencias de bancos, Visa y Mastercard.

El sector en cifras (v)

El comercio electrónico crece intensamente a ambos lados del Atlántico

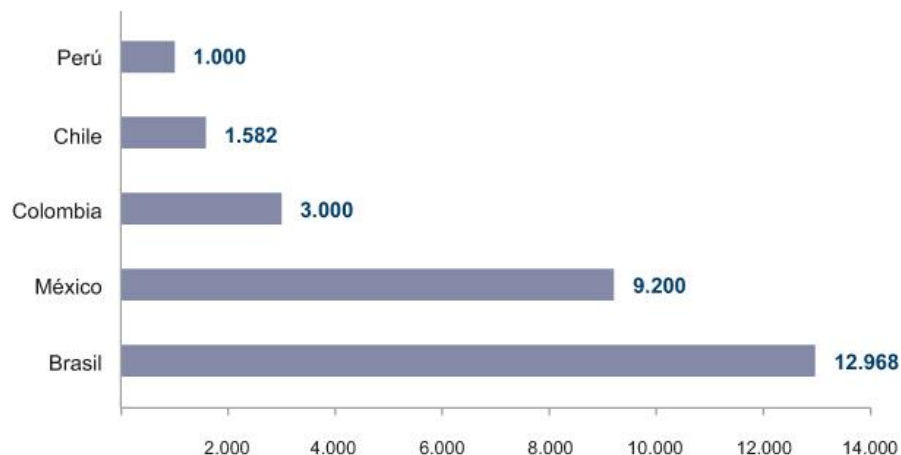
- Brasil crece pero pierde cuota de comercio electrónico en LatAm por el empuje de México y Colombia
- El comercio electrónico en España crece año a año incluso durante la crisis

Mercado del comercio electrónico España, millones USD



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

Mercado del comercio electrónico LatAm, millones USD



Fuente: cámaras y asociaciones nacionales de comercio electrónico

Índice

Novedades en los medios de pago 2014

La visión del sector

El sector en cifras

Demanda de los medios de pago

Al detalle: Pagos G2P

Demanda de los medios de pago (i)

Metodología

- Estudio cuantitativo mediante encuesta telefónica (CATI)
- Población general, entre 18 y 65 años
- Ámbito geográfico:
 - Brasil
 - Chile
 - Colombia
 - México
 - Perú
 - República Dominicana
 - España
- Tamaño muestral: 400 entrevistas por país (total 2.800)
- Responsable de la investigación: The Cocktail Analysis



Demanda de los medios de pago (ii)

Alta variabilidad de los tipos de liquidación según los países

Posesión de tarjetas de crédito, según tipos de liquidación, por país (tarjetas bancarias y/o de establecimiento)



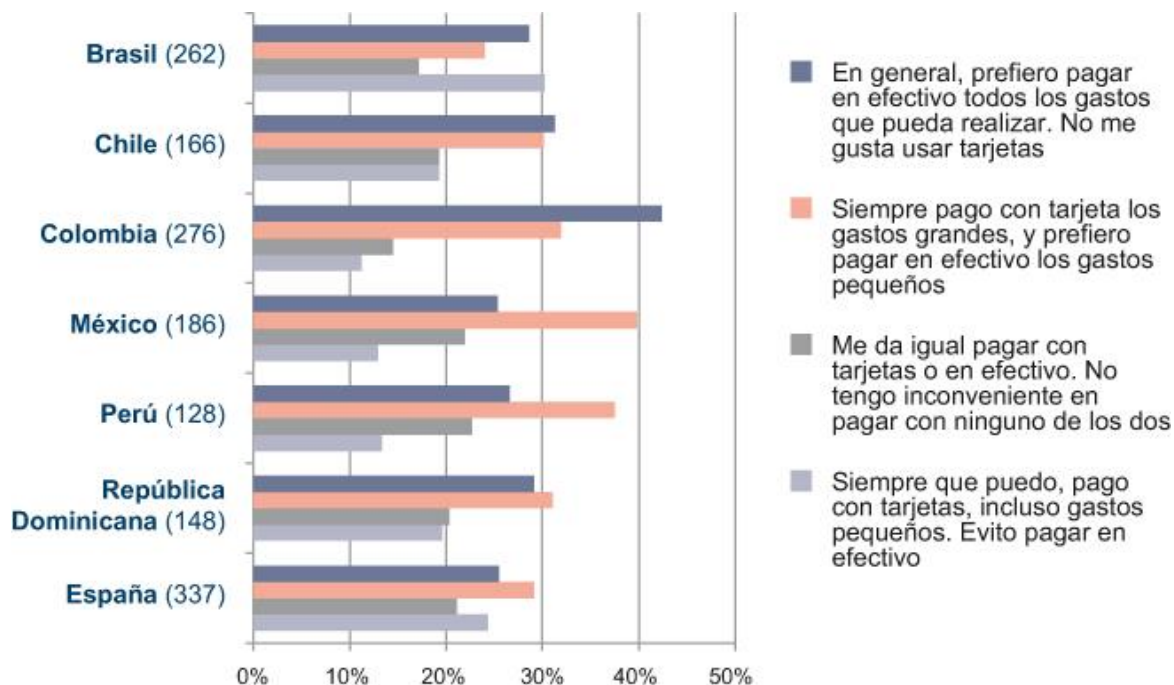
n= usuarios con al menos una tarjeta de crédito (bancario y/o privado) en cada país

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (iii)

Al menos 1/4 de los tarjetahabientes prefiere pagar con efectivo siempre

Preferencias a la hora de pagar, tarjetas vs efectivo, 2014



n= disponen de alguna tarjeta de débito/crédito

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

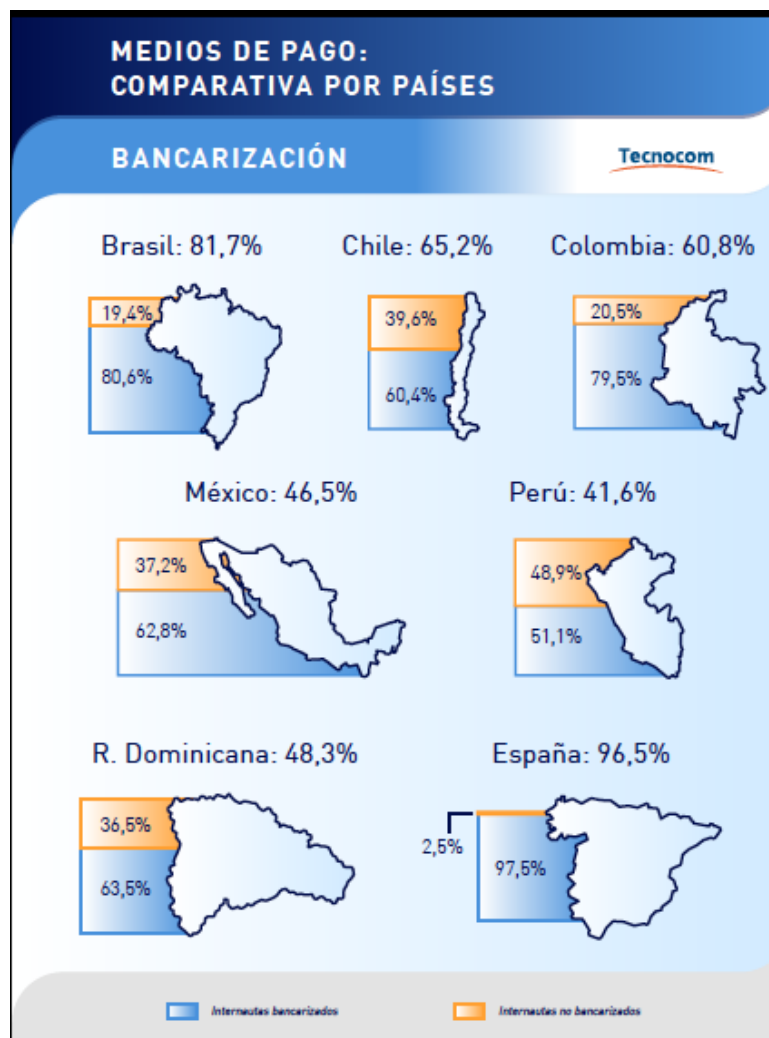
Demanda de los medios de pago (iv)

Buena parte de los internautas están bancarizados...

Población internauta bancarizada vs no bancarizada, 2014

n= población internauta último mes

Fuente: elaboración propia a partir de investigación



Demanda de los medios de pago (v)

...pero los internautas no bancarizados también compran *online*

Bancarizados y no bancarizados que han comprado *online* alguna vez, 2014



n= población bancarizada y no bancarizada internauta por país

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (vi)

El medio de pago preferido para el comercio electrónico varía sensiblemente según el país

Medio de pago más habitual en la compra por Internet, por país, 2014

	Promedio América Latina	Brasil (n=154)	Chile (n=143)	Colombia (n=140)	México (n=96)	Perú (n=75)	República Dominicana (n=62)	España (n=224)
Tarjeta de crédito bancario	30,2%	48,1%	27,3%	39,3%	26,0%	8,0%	32,3%	13,8%
Tarjeta de débito	13,0%	10,4%	10,5%	8,6%	19,8%	16,0%	12,9%	40,6%
En efectivo	14,1%	3,9%	11,9%	24,3%	13,5%	22,7%	8,1%	6,3%
PayPal	6,9%	3,4%	66,3%	4,3%	6,3%	6,7%	14,5%	29,9%
Depósito/ingreso bancario	8,2%	1,3%	2,8%	6,4%	14,6%	16,0%	--	--
Boleto Bancario	--	20,8%	--	--	--	--	--	--

n= ha comprado alguna vez por Internet

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (vii)

Comodidad y seguridad son los atributos que marcan el medio de pago elegido para las compras *online*

Motivos por los que un medio de pago es el más habitual en compras *online* (respuesta múltiple), 2014

	Es el medio que PREFIERO para mis compras en general, también fuera de Internet	Es el medio que me parece más SEGURO para comprar en Internet	Es el medio que me parece más CÓMODO para comprar por Internet	Es el ÚNICO medio del que dispongo para comprar en Internet
Tarjeta de débito	17,9%	20,2%	40,5%	21,4%
Depósito	14,6%	39,0%	29,3%	24,4%
Tarjeta de crédito	13,2%	27,2%	50,0%	18,4%
Efectivo	11,3%	51,9%	20,8%	17,0%
Transferencia bancaria	8,3%	37,5%	45,8%	27,1%
PayPal	--	65,7%	22,5%	8,8%

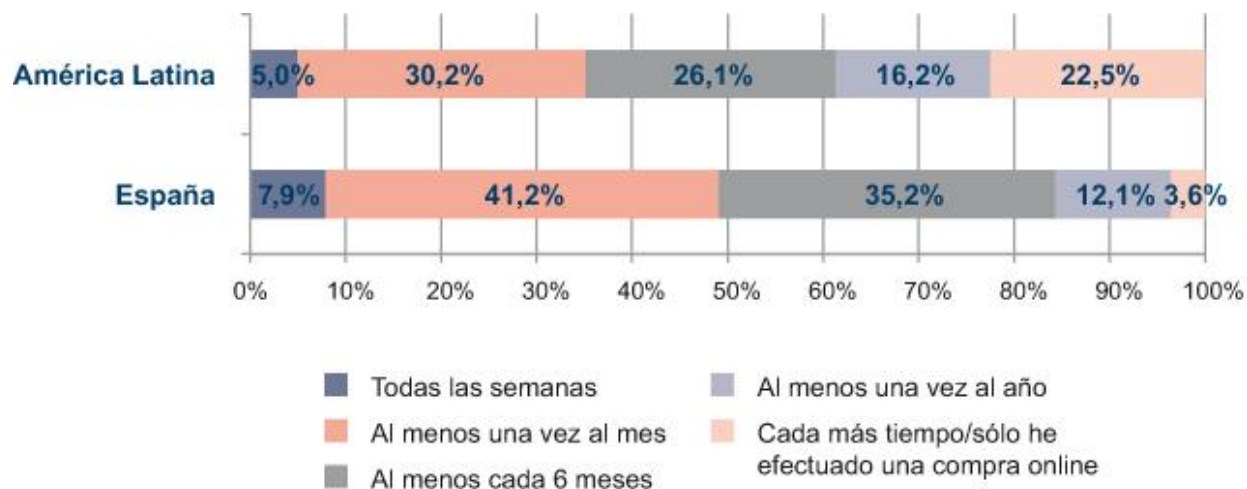
n= para cada producto, usuarios que lo utilizan como medio más habitual en sus compras *online*

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (viii)

Los españoles son los compradores *online* que utilizan con más frecuencia la tarjeta, sobre todo en viajes y ocio

Frecuencia de compra *online* con tarjeta, 2014



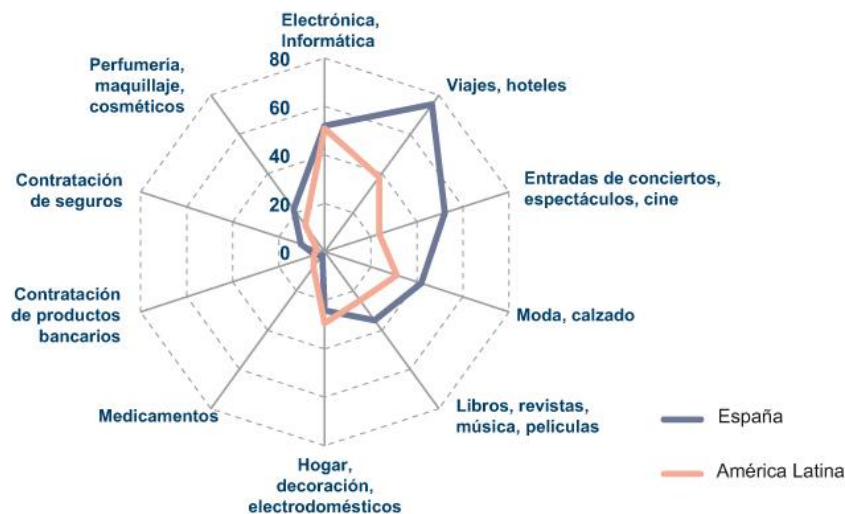
n= ha comprado por Internet con tarjeta

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

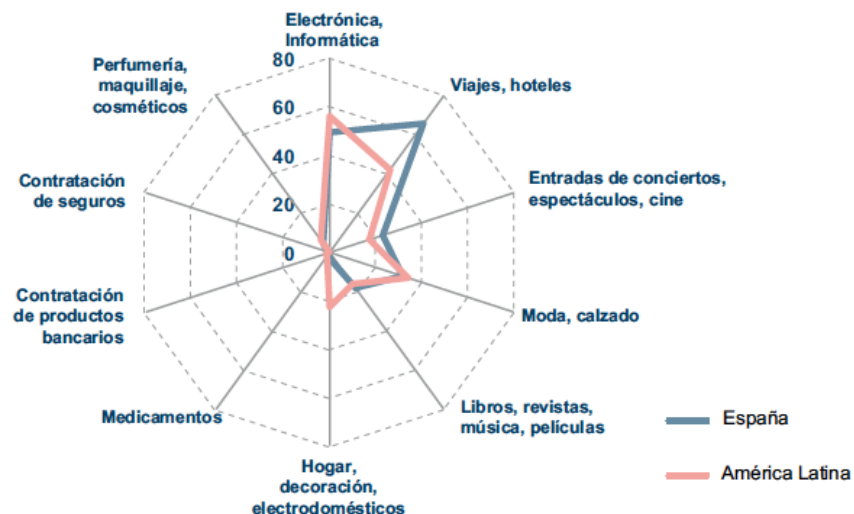
Demanda de los medios de pago (ix)

Los españoles son los compradores *online* que utilizan con más frecuencia la tarjeta, sobre todo en viajes y ocio

Categorías de compra *online* con tarjeta en alguna ocasión, 2014



Categorías compradas *online* con tarjeta de forma habitual, 2014



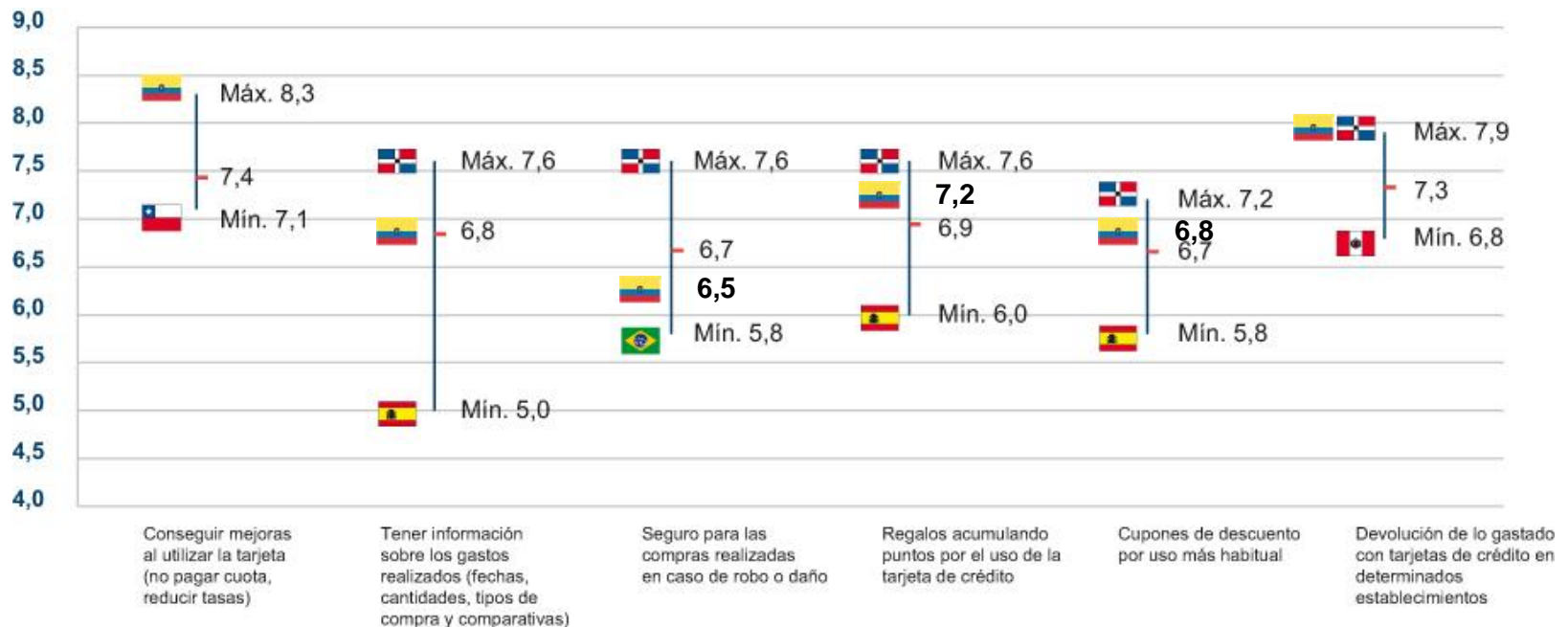
n= ha comprado por Internet con tarjeta

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (x)

El *cash-back* en compras y la mejora de las condiciones del contrato, principales incentivos para estimular uso de tarjetas de crédito

Valoración de propuestas para incrementar el uso de tarjetas de crédito (escala 0-10), 2014



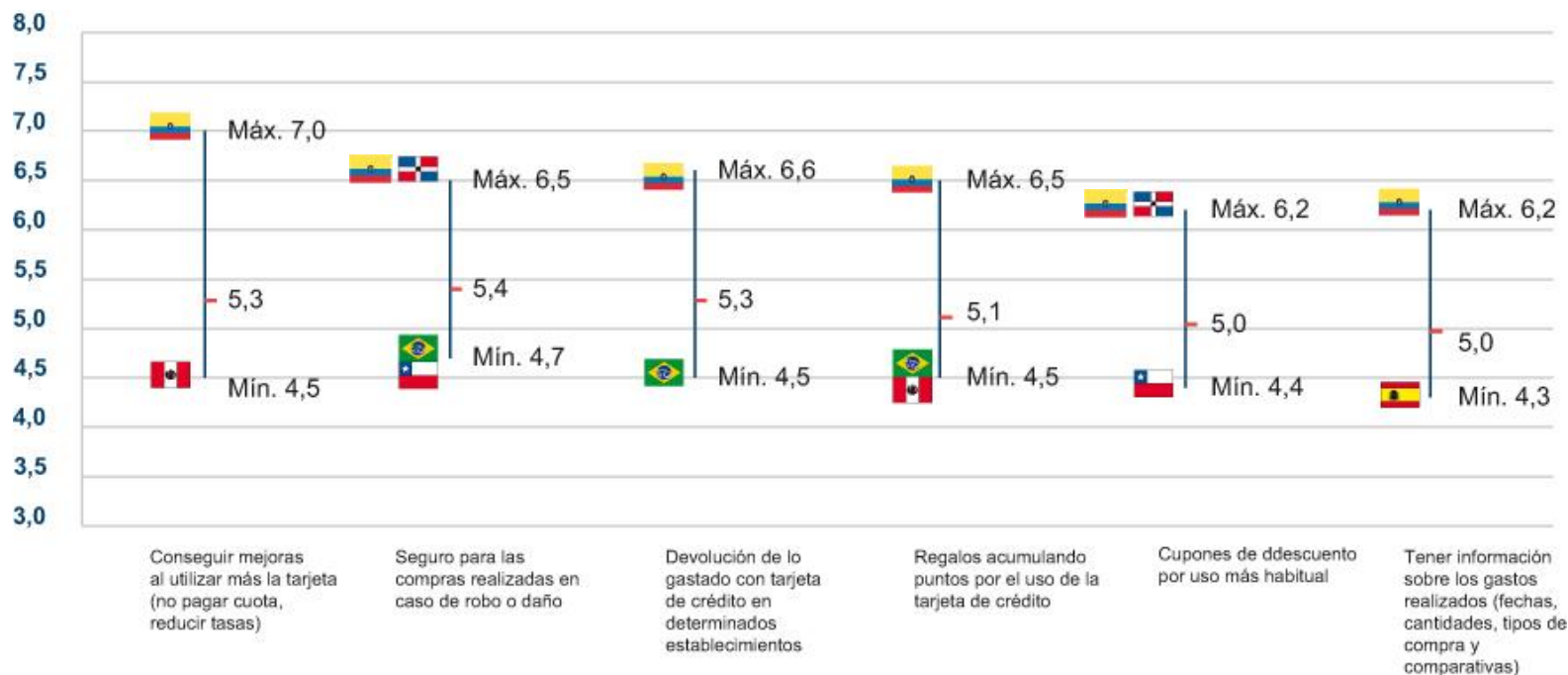
n= dispone de tarjeta de crédito privado o bancario

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (xi)

El seguro para las compras es un incentivo importante para contratar nuevas tarjetas de crédito en Colombia

Valoración de propuestas para incrementar la contratación de tarjetas de crédito (escala 0-10), 2014



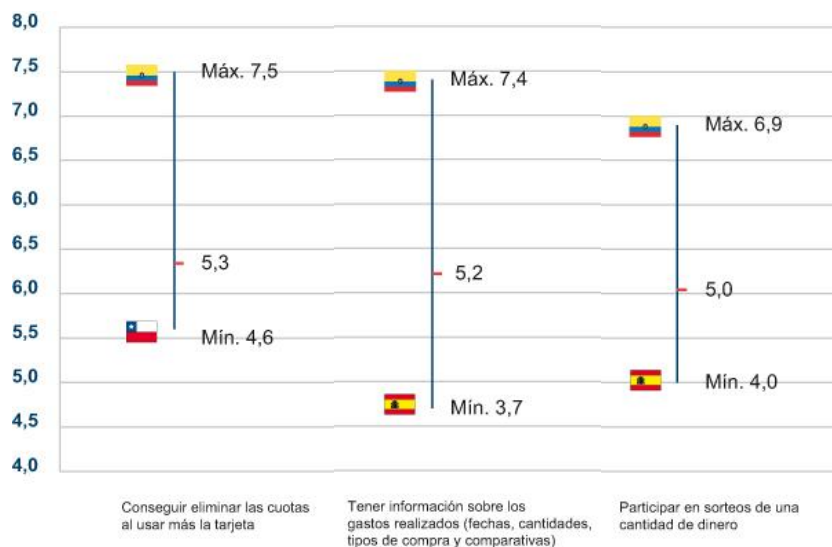
n= no dispone de tarjeta de crédito privado o bancario

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Demanda de los medios de pago (xii)

Los colombianos tienen la mayor predisposición a contratar nuevas tarjetas de débito

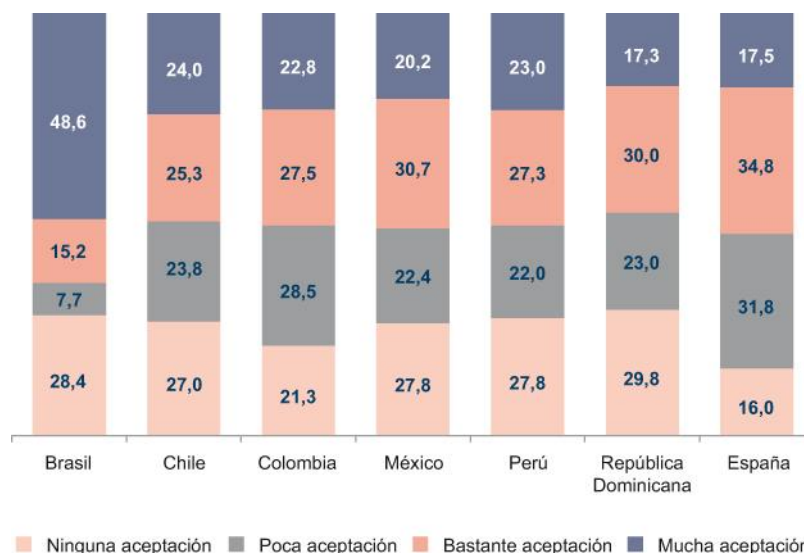
Valoración de propuestas para incrementar la contratación de tarjetas de débito (escala 0-10), 2014



n= no dispone de tarjeta de débito

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Grado de aceptación del uso de datos personales de las tarjetas, 2014



n= total por país = 400

Fuente: elaboración propia a partir de investigación

Índice

Novedades en los medios de pago 2014

La visión del sector

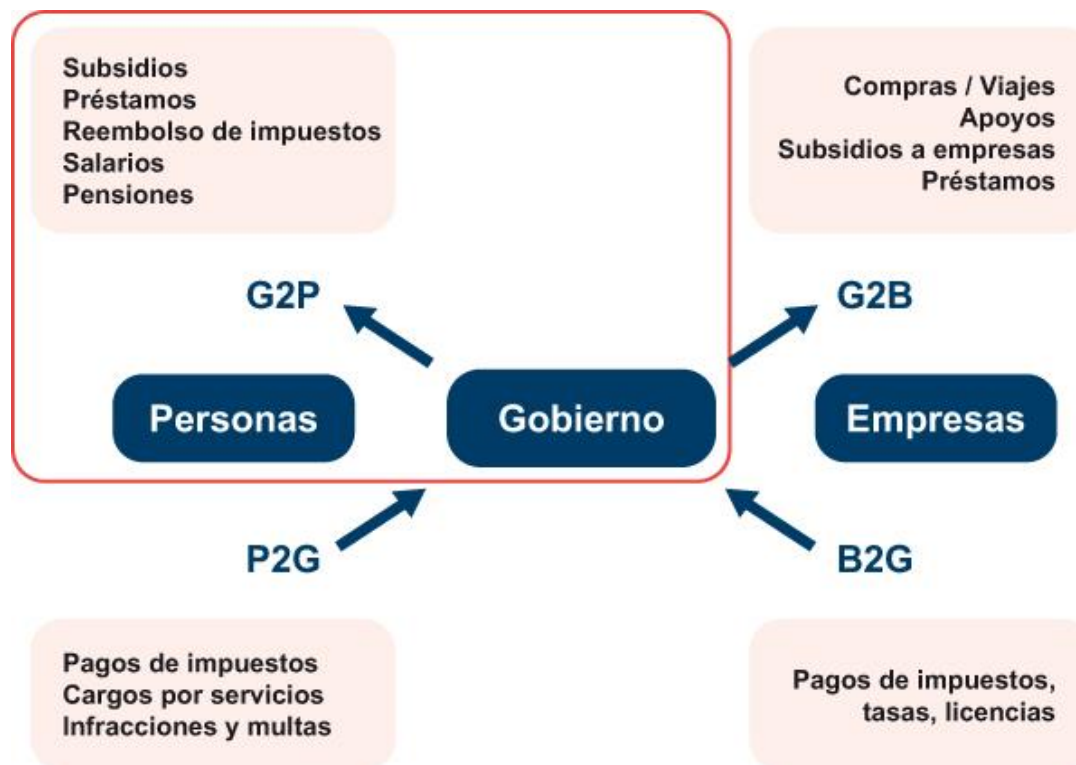
El sector en cifras

Demanda de los medios de pago

Al detalle: Pagos G2P

Al detalle: Pagos G2P (i)

¿Qué son los pagos G2P?



Fuente: elaboración propia

Al detalle: Pagos G2P (ii)

Dimensión de los pagos G2P en España y América Latina

Dimensión de los pagos G2E

	Brasil*	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana	España
Número de nóminas sector público	742.178 (solo federales)	966.000	834.715	3.190.465	756.418	194.720	3.518.000
Masa salarial sector público (millones de euros)	32.142	16.678	n.d.	48.769	n.d.	n.d.	109.693
Importe promedio (miles de euros)	43,30	17.26	n.d.	15,29	n.d.	n.d.	32,07

Fuente: institutos nacionales de estadística y ministerios de trabajo/empleo

Dimensión de los programas de transferencias condicionadas en América Latina

	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	República Dominicana
Número de beneficiarios	26,9	6,8	25,8	24,6	7,6	21,2
Importe total (% PIB)	0,48%	0,11%	0,41%	0,51%	0,14%	0,51%

Fuente: CEPAL (2011)

Al detalle: Pagos G2P (iii)

Propuesta de valor de los pagos G2P para los distintos *stakeholders*

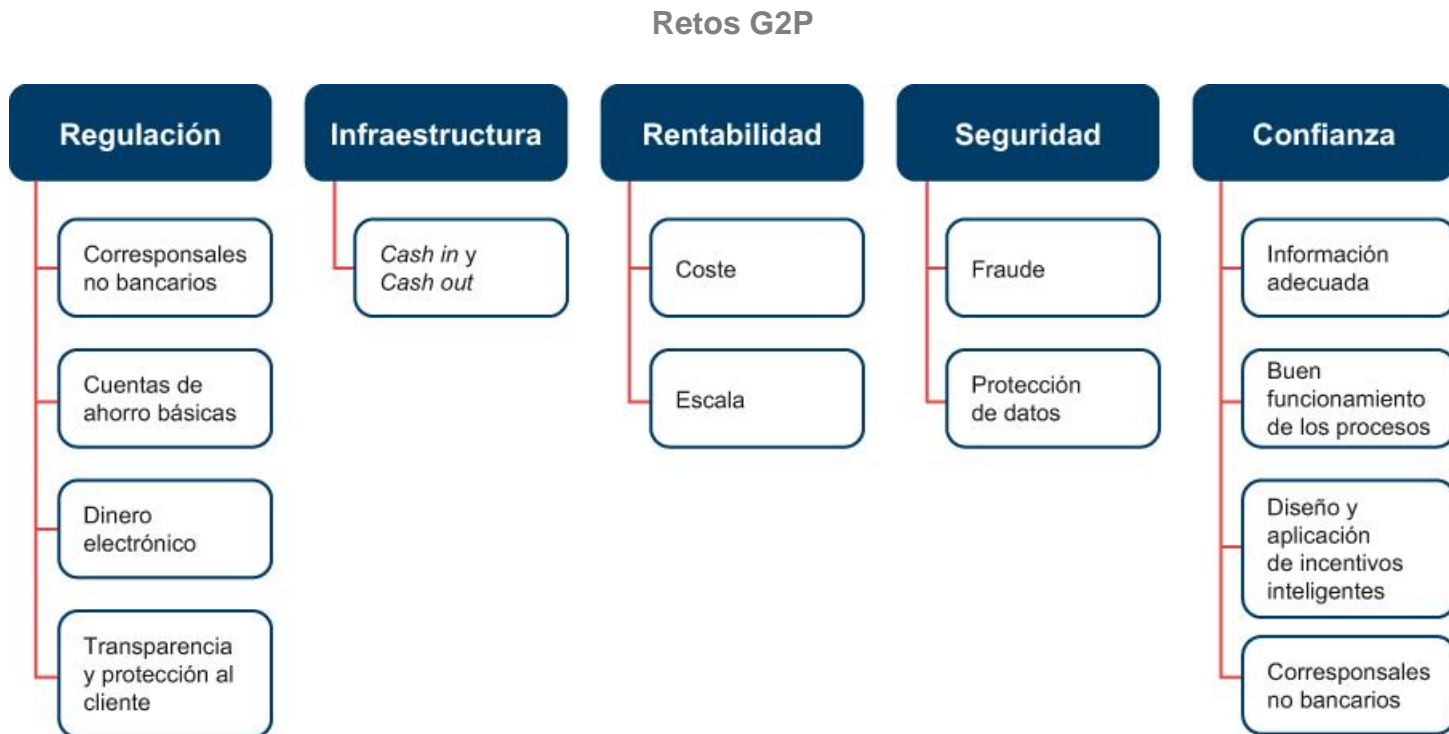
Agentes intervinientes en pagos electrónicos G2P y sus motivaciones



*Ahorro total = Volumen G2P electrónicos totales * (% ahorro en costes de transacción + ahorro en costes administrativos + % fugas recuperadas)*

Al detalle: Pagos G2P (iv)

La implementación de pagos electrónicos G2P no está exenta de retos para todos los agentes



Fuente: elaboración propia

Tecnocom

Proyectando juntos el futuro

www.tecnocom.es



Contacto: Álvaro Martín
email: amartin@afi.es
tel. +34 915 200 100