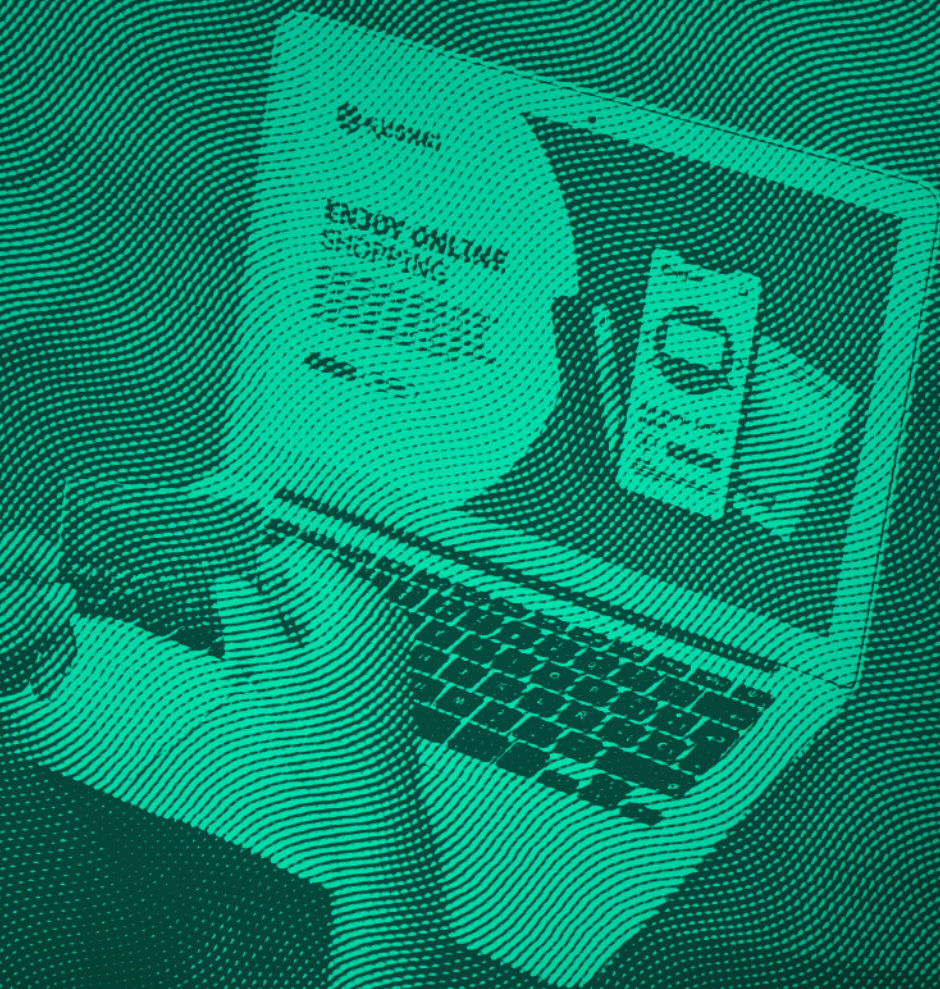


Tendencias de pagos digitales en Latinoamérica 2023



CONTENIDOS

1. Mejorar la interoperabilidad, rompiendo barreras
2. La tecnología sin contacto ayudará a las tarjetas a mantener su ventaja competitiva
3. El éxito de Pix transforma Brasil e inspira a otros mercados
4. Transferencias y pagos P2P: una tendencia global que se materializa rápidamente en América Latina
5. Conclusiones

INTRODUCCIÓN

América Latina en 2023 está entrando en uno de los años más desafiantes y emocionantes jamás registrados para la industria de pagos. Tras el impacto de la pandemia combinado con los esfuerzos concertados de bancos y fintechs, **por primera vez en la historia, el efectivo ya no representa la mayoría de los pagos en la economía formal, sino que ha caído a un sorprendente 36%.**

¹El acceso a una cuenta digital ahora es generalizado, superando más del 90% en los mercados de Brasil, Argentina, Colombia y Chile. En Perú, México, los mercados andinos y Centroamérica, la inclusión financiera aún tiene mucho por mejorar, pero se han dado grandes pasos desde 2019. **Hoy, más del 80% de los latinoamericanos tienen acceso a una cuenta de depósito, lo que los convierte en participantes oficiales de la economía financiera digital.**²

La lucha para llegar aquí ha sido larga y ardua, con América Latina reconocida desde hace mucho tiempo como un mercado predominantemente en efectivo con una gran economía informal. Y aunque muchos mercados aún pueden describirse de esta manera, los países más grandes han logrado un gran progreso en la digitalización de los pagos, marcando la pauta para los próximos años. Con la lucha por el **acceso a los servicios financieros casi terminada, las empresas financieras ahora enfrentan el desafío de diferenciarse en un mercado saturado mediante la mejora de la calidad y de valor.**

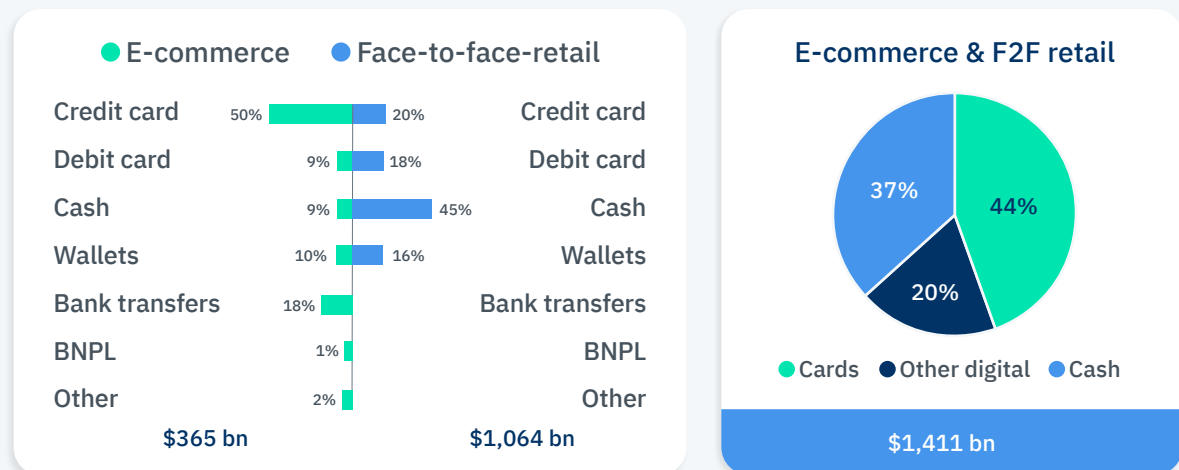
El uso de pagos digitales por parte de los consumidores depende en buena medida de su aceptación por parte de los comerciantes. Y si bien la mayoría de los consumidores hoy acceden a pagos digitales, no se puede decir lo mismo de los comerciantes de América Latina. En la actualidad, se estima que el 26 % de todos los negocios (incluido el sector informal) aceptan pagos con tarjeta electrónica a través de un dispositivo POS. Esta baja tasa ha provocado jugadas de aceptación de los bancos centrales (Pix en Brasil), aplicaciones privadas P2P y consorcios bancarios, que buscan habilitar un sistema de pago de bajo costo para expandir la aceptación de pagos digitales. Los resultados de esta tendencia han sido poderosos: Pix en Brasil ahora atiende a 10 millones de empresas, y la tendencia de esquemas de transferencia instantánea está creciendo en toda la región. **El acceso de los consumidores ha disparado la demanda entre los comerciantes y ha desencadenado formas innovadoras de aceptar pagos y mover dinero.**

¹ Payments and Commerce Market Intelligence, 2022.

² Payments and Commerce Market Intelligence, 2022.

Hoy en América Latina, los consumidores tienen una multitud de formas de pago, desde comercio electrónico sofisticado y transacciones sin contacto, hasta enlaces de pago simples y aplicaciones P2P, hay más opciones en el mercado que nunca. 2023 se caracterizará por cierta consolidación de las mejores y más eficientes experiencias de pago, así como métodos de pago que se adaptarán a ciertos casos de uso y verticales. Y ahora que el efectivo es una minoría, la adopción de métodos de pago digitales continuará gracias a los poderosos efectos de red.

Figura 1. Comercio electrónico y comercio minorista F2F por método de pago, 2022
Considering the region's top 6 markets



Source: AMI Payments Data Library

Excluded from analysis: F2F travel, F2F services, government, healthcare, transit, B2B

Ante este contexto, ahora es el momento de que las empresas inviertan en **calidad y valor**. El efectivo ahora tiene una gran competencia, que incluye tarjetas sin contacto, esquemas de transferencia instantánea del banco central, aplicaciones P2P, billeteras digitales y, hasta cierto punto, criptomonedas, y los comerciantes tienen más opciones que nunca. Esto está creando la desintermediación de pagos, la disrupción de los jugadores heredados y una reorganización de la industria en su conjunto. En este contexto, Kushki se propuso mapear las principales tendencias que caracterizan la industria en 2023 y se asoció con el grupo de consultoría Payments and Commerce Market Intelligence para documentarlas. En este informe, brindamos un análisis de cuatro grandes tendencias que tienen lugar en la región, incluida una discusión sobre:

1. Interoperabilidad
2. Tecnología sin contacto
3. Pix
4. Pagos P2P

Finalizando con cinco conclusiones principales para comerciantes y proveedores de pagos que buscan competir en la región. 2023 será un año de consolidación y creación de valor, a medida que se cambien los viejos paradigmas, los precios bajen y se eliminen las empresas con tecnología deficiente. Con precios a mínimos históricos, la calidad, el valor y la diferenciación serán los referentes, en una región que todavía se encuentra en plena transformación digital.

1. MEJORAR LA INTEROPERABILIDAD ROMPIENDO BARRERAS

La interoperabilidad es la piedra angular de un entorno de pagos saludable y competitivo. Al abrir redes exclusivas, los comerciantes y los consumidores tienen más opciones, lo que obliga a los actores del mercado a competir. Reduce el precio, aumenta la calidad e incentiva la innovación. Los titulares lo odian porque les quita la ventaja de ser líderes en el mercado; los recién llegados lo piden, porque los coloca en igualdad de condiciones.

Durante más de una década, la interoperabilidad lentamente ha tomado su lugar en América Latina, **desafiando el dominio de los bancos, que en casi todos los mercados poseen los únicos licenciados para la adquisición de tarjetas**. Brasil fue el primero en abrir sus redes de adquisición en 2010 gracias a un mandato de los reguladores. Como resultado, hoy Brasil alberga a más de 30 adquirentes nacionales e internacionales, muchos de los cuales operan más como fintechs que como instituciones financieras.

Los reguladores del resto de la región han seguido lentamente el ejemplo de Brasil, **poniendo fin a las redes de adquisición exclusiva**: Colombia en 2012, Perú en 2018, Argentina en 2019 y Chile y Perú en 2020. **Esto ha ayudado a promover la entrada de nuevos adquirentes y PSP's, aumentar el uso y la aceptación de tarjetas y reducir el papel del efectivo.**

Sin embargo, la interoperabilidad de la red de tarjetas no se ha realizado por completo. México, Colombia, Perú, Argentina, Uruguay y Guatemala, aún operan bajo duopolios de procesamiento de tarjetas. En Chile, si bien nuevos jugadores ingresaron al mercado desde 2020, Transbank sigue siendo, con mucho, el actor dominante. México ha logrado el mayor progreso en la ruptura de su duopolio, atrayendo adquirentes internacionales no bancarios, así como Visa y Mastercard, que buscan establecer sus conmutadores locales. Atascados por la palabrería regulatoria, **estos proyectos se mueven lentamente, pero prometen una perspectiva más abierta.**



Con la concentración del acceso a los pagos, los grandes y viejos comerciantes (supermercados, grandes almacenes, líneas aéreas) que han desarrollado relaciones de décadas con los adquirentes del banco, no han tenido acceso a nuevas tecnologías que puedan ayudarlos a mejorar sus operaciones. Por esta razón, los pagos siguen siendo torpes, lentos y caros. **Nuevos métodos de pago, incorporación digital, flexibilidad basada en API, pagos recurrentes, pago con un solo clic, automatización y reconciliación de pagos, tokenización, herramientas mejoradas contra el fraude, programas de fidelización y varias ofertas de SaaS son algunas de las capacidades que les faltan.** Como explica Gabriele Zuliani, director de desarrollo de mercado de LATAM en Kushki, los adquirentes no bancarios y los PSP pueden ayudar a cerrar esta brecha para los comerciantes que buscan nuevas soluciones.

“La innovación para los mercados se fomenta cuando nuevos actores entran a participar al lado de los adquirentes tradicionales, estos traen tecnología de primera clase y nuevos estándares de servicio. La interoperabilidad invita al desarrollo de neobancos y superapps y permite a los proveedores de servicios digitales integrar fácilmente los pagos en sus ecosistemas.”

Más allá de las tarjetas, América Latina vive otra ola de interoperabilidad, la de las cuentas bancarias y las fintech. Pix en Brasil ha demostrado el impacto de lograr esto: volumen de pago y adopción rápida y masiva. La interoperabilidad de las cuentas de depósito elimina enormes barreras para el movimiento de dinero y permite un sinnúmero de casos de uso, desde P2P hasta pagos de comerciantes y desembolsos gubernamentales.

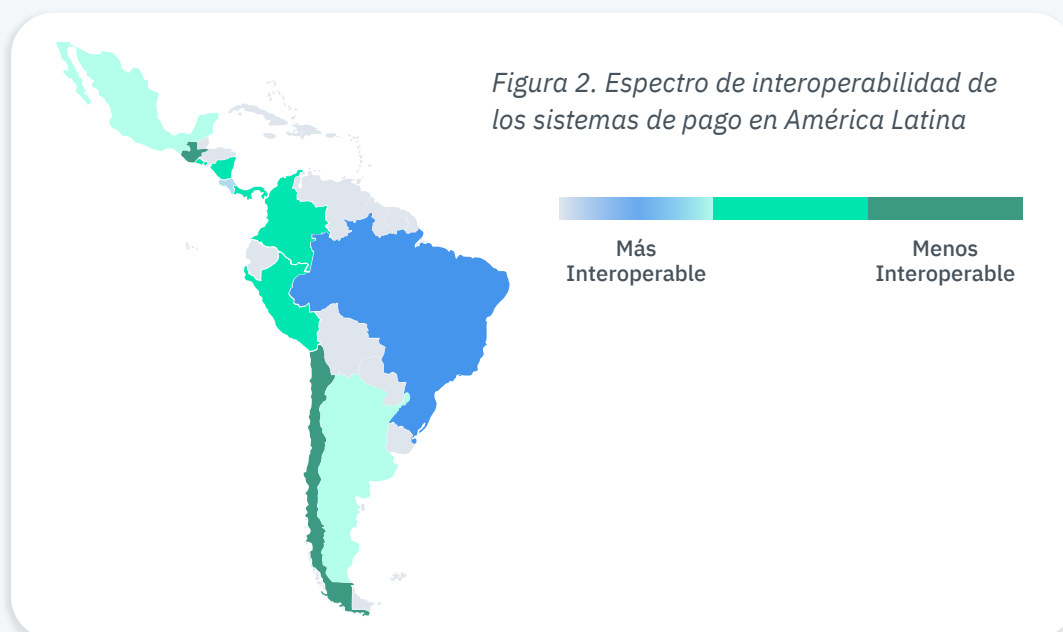


La región se encuentra actualmente en medio de un impulso hacia la interoperabilidad del acceso a los depósitos. El aumento del acceso a los servicios financieros ha acelerado esta tendencia y ha alertado a los reguladores sobre la necesidad de una infraestructura abierta de transferencia de dinero. Los reguladores colombianos han declarado abiertamente que quieren replicar Pix en su mercado. Los peruanos se han comprometido a crear un sistema bancario de transferencia en tiempo real interoperable con las principales billeteras digitales en 2023. El Salvador y Nicaragua están hablando abiertamente sobre replicar SINPE Móvil, el exitoso esquema de pago en tiempo real en Costa Rica.

Si bien existe una creciente presión regulatoria sobre los bancos y las fintech para que abran sus rieles, hacerlo no garantiza la transformación del mercado. Transferencias 3.0 en Argentina y el SPEI de México son dos ejemplos.

A pesar de sus mejores esfuerzos a través de la plataforma de códigos QR CoDi, el Banco de México no ha podido traducir su plataforma de transferencias bancarias en tiempo real, SPEI, a pagos móviles en masa. Y si bien Argentina es líder en interoperabilidad de transferencias de cuentas bancarias y fintech, esto no ha logrado desafiar el dominio del mercado del ecosistema de pago líder, Mercado Pago.

Todavía existe una alta concentración de mercado en Panamá, donde la aplicación P2P del Banco General, Yappy, concentra más de 1,5 millones de usuarios en un mercado con solo tres millones de adultos. En Chile y México, la falta de interoperabilidad entre las cuentas bancarias y las fintech limita la aceleración de los pagos digitales y la innovación que se está introduciendo en el mercado. Y a pesar de los anuncios de los reguladores, existe un gran escepticismo de que Perú y Colombia puedan implementar un modelo Pix, considerando la resistencia de los principales bancos. Como tal, toda la región se encuentra en una batalla, una que está siendo ganada lentamente por la tendencia global hacia la interoperabilidad, pero que enfrenta muchos obstáculos y embotellamiento.



La interoperabilidad convierte el procesamiento de pagos en un servicio público y los rieles de pago en autopistas abiertas. Obliga a las empresas a competir en otras medidas, incluida la experiencia del usuario, el servicio al cliente, la marca, la lealtad y los servicios adicionales. Invita al desarrollo de neobancos y superaplicaciones y permite a los proveedores de servicios digitales incorporar fácilmente pagos en sus ecosistemas.

La interoperabilidad hace posible escalar los pagos digitales a nuevas alturas y promover la masa. También invita a la interoperabilidad de los datos financieros, también conocida como banca abierta, así como banca como servicio y finanzas integradas. Si bien estas tecnologías se encuentran solo en las fases iniciales, América Latina está progresando, en una pendiente resbaladiza que muy probablemente no se puede detener, solo desacelerar o retrasar temporalmente.

2. LA TECNOLOGÍA SIN CONTACTO AYUDARÁ A LAS TARJETAS A MANTENER SU VENTAJA COMPETITIVA

Dentro de este entorno de tarjetas fragmentado, las tarjetas de crédito fueron el primer método de pago electrónico que se introdujo, llegaron a América Latina en la década de 1970 y rápidamente se hicieron populares entre la clase media-alta y alta y enormemente rentables para los emisores. La innovación de los pagos a plazos sin intereses, posibilitada por asociaciones entre emisores, adquirentes y comerciantes, ayudó a que proliferara el uso de tarjetas de crédito. Hoy, las tarjetas de crédito son el medio de pago electrónico líder en América Latina por volumen, representando el 50% del comercio electrónico y el 20% de los pagos presenciales.³

Sin embargo, las tarjetas de crédito no son universalmente accesibles: según el mercado, solo entre el 20 % y el 40 % de la población de América Latina las posee. Las tarjetas de débito prevalecieron donde las tarjetas de crédito no lograron penetrar completamente, hoy es propiedad del 53% de la población de la región, según el Banco Mundial Findex de 2021. Las tarjetas de débito se⁴ han destacado en México (donde el acceso al crédito es especialmente limitado) y Chile, Uruguay y Brasil. Representan el 14% del comercio total, muy utilizados en categorías de productos cotidianos como abarrotes, farmacias, tiendas de conveniencia y gasolineras.



A pesar de su éxito, las tarjetas enfrentan competencia extrema en los puntos de venta, especialmente en el canal físico donde el efectivo es preferencia. Normalmente, los clientes se han enfrentado a una experiencia de usuario exasperante cuando usan una tarjeta, requieren un número de PIN y/o una firma, y usan una terminal POS torpe. Podría decirse que pagar en efectivo ha sido más rápido y fácil. Para mejorar esta experiencia, en 2017, Visa y Mastercard implementaron mandatos sin contacto que requerían que los emisores y adquirentes latinoamericanos habilitaran la tecnología sin contacto o NFC. Esto permitiría a los compradores simplemente tocar su tarjeta (o teléfono habilitado para NFC) en el POS para una experiencia de pago segura y casi instantánea.

³ PCMI, 2022. De lo invisible a lo visible: Efectivo, pagos digitales y criptomonedas en LatAm 2022.

⁴ Además de tarjetas prepagas de circuito abierto, tienen la misma funcionalidad que las de débito.

Esta transición requirió que los emisores y adquirentes invirtieran en equipos y, debido al costo, algunos mercados se resistieron a la tendencia sin contacto. Sin embargo, en 2023 las transacciones sin contacto representan más del 35% de todas las compras con tarjeta en tiendas de la región, superando el 70% en Chile, Guatemala y Costa Rica, y el 50% en Perú, Colombia, Panamá, Nicaragua y El Salvador.⁵ En agosto de 2020, un análisis realizado por Americas Market Intelligence mostró que el 74% de las terminales POS estaban habilitadas para la tecnología sin contacto. Hoy, es muy probable que esta cifra se acerque más al promedio mundial del 82% reportado en febrero de 2022⁶. Esta inversión ha ayudado a promover el gasto con tarjeta (especialmente débito), desplazar el efectivo, acelerar las líneas de pago, preparar a América Latina para el uso de billeteras digitales sin contacto y dispositivos portátiles.



A pesar de estas mejoras, los dispositivos POS sin contacto no han superado el desafío persistente de la baja penetración de POS en la región. Muchos pequeños comerciantes consideran que los dispositivos POS son costosos y complicados, lo que requiere un contrato con un banco, tarifas mensuales y la administración de un dispositivo físico. Y aunque los dispositivos mPOS han resuelto algunos de estos desafíos, 78 millones de comerciantes pequeños en América Latina aún no aceptan tarjetas, de un total de 106 millones de empresas.

Este reto está siendo abordado de forma activa por los compradores, PSP y redes de tarjetas, en un emocionante desarrollo en tecnología sin contacto: convertir los 401 millones de teléfonos inteligentes de la región⁷ en dispositivos POS, a través de Tap to Phone o Tap on Phone (marcas Visa y Mastercard respectivamente). A través de esta tecnología, los comerciantes pueden aprovechar su teléfono inteligente habilitado para NFC para aceptar pagos con tarjeta, creando la experiencia de pago con tarjeta más fácil disponible en el mercado.

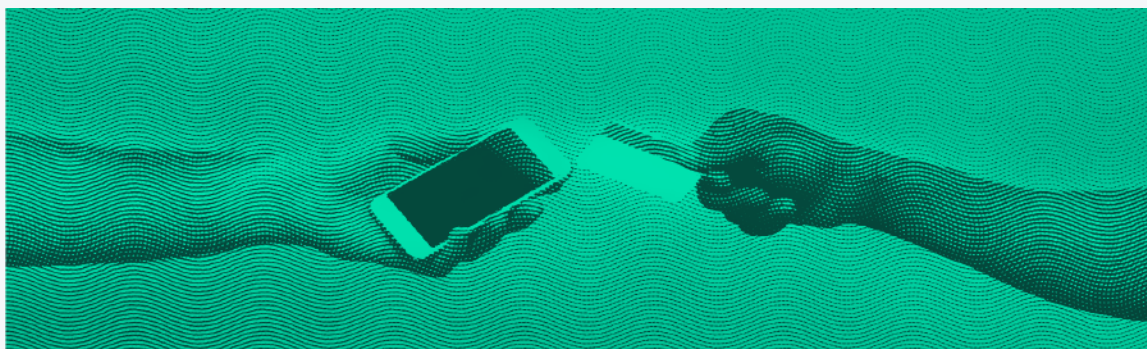
⁵ BN Américas, 2022. "Según Visa, el uso de pagos sin contacto en América Latina y el Caribe se duplicó en 2021"

⁶ RBR Londres, 2022. "COVID-19 acelera el despliegue sin contacto en todo el mundo"

⁷ Según el informe "The Mobile Economy Latin America 2022" de GSMA, al cierre de 2021 había 401 millones de conexiones 4G en Latinoamérica

La tecnología se está implementando en los mercados más incipientes y desarrollados digitalmente de la región, que van desde Guatemala hasta Perú y Brasil. Es transformador porque tiene el potencial de cambiar drásticamente el panorama de aceptación de tarjetas en América Latina en dos verticales principales:

- 1. Comerciantes de ventas de bajo volumen que se han resistido a la digitalización de pagos.** Al eliminar la necesidad de adquirir una terminal POS, tap en móvil elimina una de las principales barreras de entrada para los pequeños comerciantes. Esto es especialmente cierto en los mercados en los que una aplicación P2P basada en dispositivos móviles o una plataforma de transferencia bancaria instantánea aún no ha ganado mucha fuerza (México, Chile, Colombia, Ecuador).
- 2. Industrias en las que el cajero es móvil.** Aquí, hay docenas de posibilidades de uso: repartidores, meseros, asistentes de vuelo, vendedores en una tienda por departamentos, proveedores de asistencia en carretera, vendedores ambulantes, camiones de comida, literalmente, cualquiera que quiera cargar en movimiento y pueda usar su teléfono inteligente personal.



Habilitar la aceptación de tarjetas para estos casos de uso es estratégico porque, a pesar de la proliferación de métodos de pago alternativos basados en dispositivos móviles en toda la región (Pix, aplicaciones P2P, billeteras digitales), millones de consumidores en América Latina aún prefieren los pagos con tarjeta a otras alternativas, **para acumular puntos, para acceder a crédito, para tener protección de compra y simplemente por costumbre.** Como explica Alex Guizar, CEO de Kushki's Billpocket,

“Las tarjetas mantendrán su fortaleza en nichos particulares: entretenimiento, restaurantes y comercio minorista donde se necesita la capacidad de generar ganancias. Los consumidores están muy apegados a los puntos y beneficios de sus tarjetas y también ven la tarjeta de crédito como un tipo de protección en caso de que algo salga mal.”

En el futuro, aún queda trabajo por hacer para habilitar completamente la región para los pagos sin contacto. Esto incluye:

- 1.** Un cambio a PIN en línea (no disponible en México, por ejemplo) para poder autorizar transacciones instantáneamente);
- 2.** Un aumento del tamaño de transacción de umbral máximo para transacciones sin contacto; en este momento, oscila entre USD 20 y USD 50 según el mercado.

Las redes de tarjetas han estado trabajando en su orientación a los bancos y adquirentes locales para ayudar a respaldar estos cambios, y en 2022, Mastercard estableció reglas que requieren que las terminales POS admitan PIN en línea como un método de verificación de clientes que se aplica específicamente a Brasil, México, Chile y Colombia.⁸

Otra tendencia es la renovación del parque de teléfonos inteligentes y la penetración total de los teléfonos inteligentes habilitados para NFC. Las fuentes estiman que hoy en México, aproximadamente el 75% de los teléfonos inteligentes activos ya están habilitados para NFC, y este número aumenta mensualmente a medida que los consumidores reemplazan los modelos de teléfonos inteligentes más antiguos por otros nuevos. A nivel mundial, dos tercios de los teléfonos inteligentes están habilitados para NFC, y los Android se reemplazan cada 33 meses^{9, 10}.



Los pagos con tarjeta están ingresando a un entorno más competitivo, en el que los consumidores tienen más opciones para pagar, incluidas billeteras digitales, transferencias bancarias, aplicaciones P2P e incluso monedas digitales. Las tarjetas siguen siendo la opción de pago número uno que no es en efectivo, pero por un margen menguante, y para mantener su posición, los adquirentes, los PSP y las redes de tarjetas deben trabajar juntos para garantizar una experiencia de pago instantánea y sin fricciones para los compradores, además de beneficios como puntos, devolución de efectivo y crédito. La tecnología sin contacto ha ayudado a las tarjetas a mantener su ventaja durante los últimos cinco años, y el avance hacia una experiencia de pago con tarjeta sin hardware respaldará esto en un futuro.

⁸ Reglas de procesamiento de transacciones de Mastercard, 2022

⁹ Blue Bite, 2022. "El estado de NFC en 2021"

¹⁰ El Español, 2022. "Cat Phones: 'La vida media de nuestros telefonos es de hasta 48 meses'"

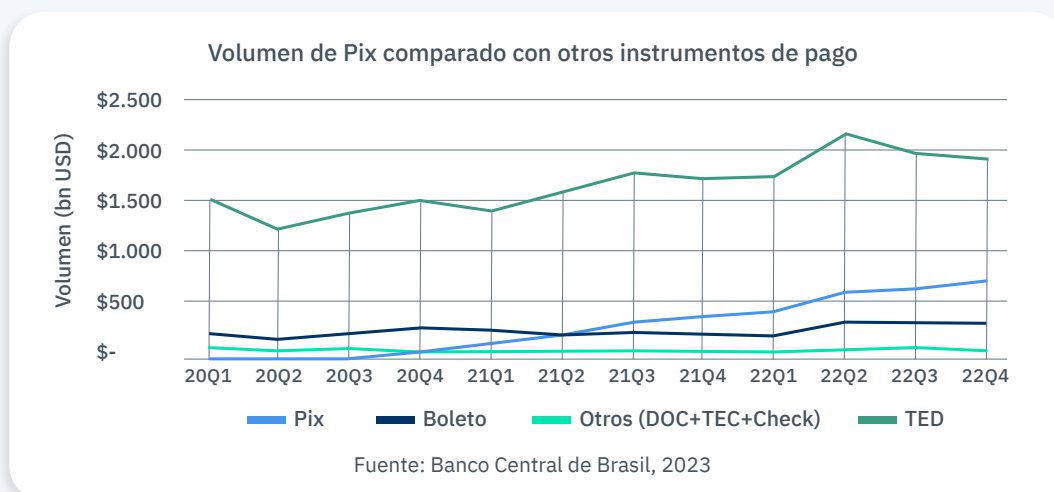
3. EL ÉXITO DE PIX TRANSFORMA BRASIL E INSPIRA A OTROS MERCADOS

El lanzamiento e implementación de Pix se considera uno de los eventos más transformadores de la última década en la industria de pagos. El visionario Banco Central de Brasil creó Pix por varias razones:

1. Para aumentar la eficiencia del movimiento de dinero, proporcionando un método de pago interoperable, instantáneo y de bajo costo.
2. Aumentar la inclusión financiera proporcionando un sistema de pago móvil gratuito y accesible para los consumidores.
3. Reducir el uso de efectivo en la economía.
4. Habilitar una alternativa a las tarjetas, consideradas caras y dominadas por corporaciones internacionales.

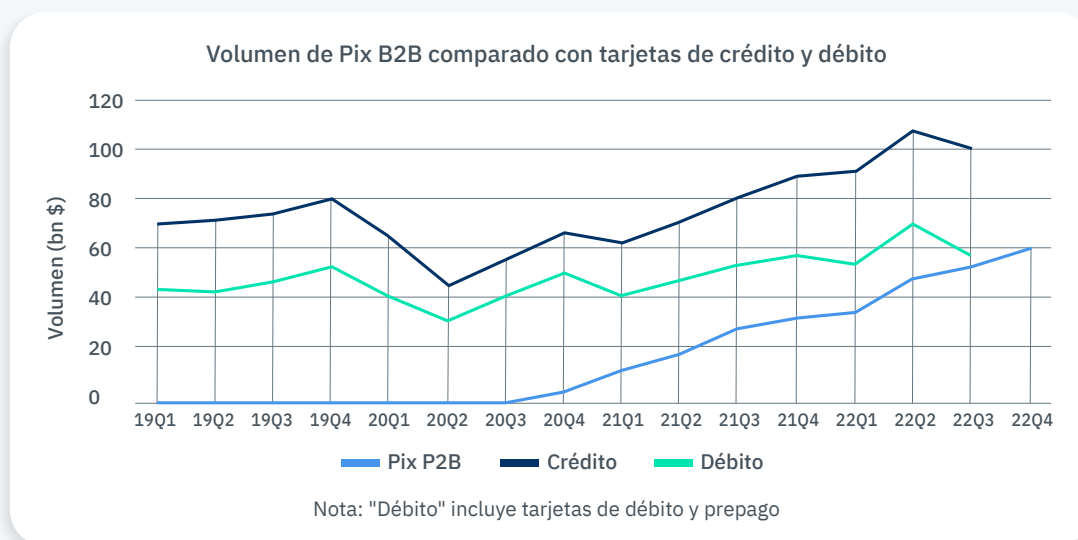
Desde su lanzamiento en 2020, Pix ha experimentado un éxito estelar, siendo ya utilizado por el 80% de los brasileños y el 25% de las empresas (más del 50% si consideramos solo las empresas formalizadas). En 2022, alcanzó un volumen total de transacciones de \$ 2,1 billones, mayor que el PIB de Brasil. En términos de uso, las transacciones P2P dominan por mucho, representando el 69% de las transacciones, ¹¹pero la vertical P2B, o el pago a comerciantes, también ha tenido resultados positivos, rivalizando con el gasto de tarjetas de crédito y débito y dejando a los observadores de la industria preguntándose: *¿Hasta que punto puede ir Pix?*

Figura 4. Rendimiento de Pix 2020-2022



¹¹ Banco Central de Brasil, 2023.

Figura 4. Rendimiento de Pix 2020-2022



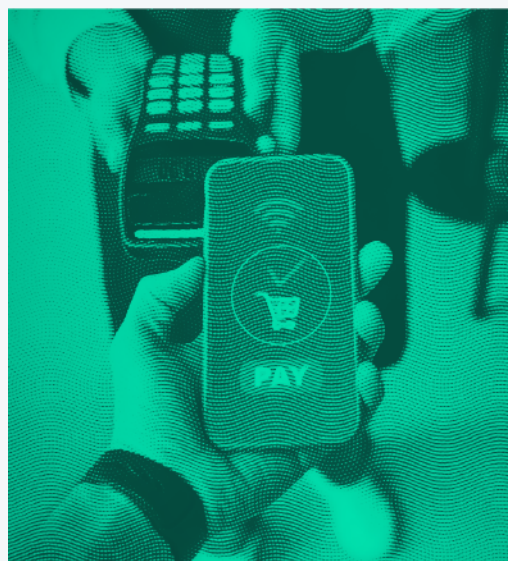
Esta es la pregunta que atormenta a las redes de tarjetas y los adquirentes. Si bien se cree que Pix ha desplazado principalmente el efectivo, en el cuarto trimestre de 2022, las transacciones de compras de Pix alcanzaron el nivel de los volúmenes de las tarjetas de débito y no muestran signos de desaceleración. Varios factores indican que Pix puede seguir creciendo y comenzar a canibalizar tarjeta. Éstas incluyen:

1. Inicio del pago y finalización del 'copiar y pegar'.

En una de las primeras implementaciones de la banca abierta, el Banco Central creó una licencia especial para la iniciación de pagos, que permite a las entidades no bancarias acceder a las cuentas bancarias de los clientes en su nombre para iniciar una transacción Pix. Esto permite a los comerciantes, billeteras y otras plataformas enviar una transferencia Pix sin que los consumidores tengan que navegar a su banco en línea, "copiar" un código Pix y "pegarlo" en el flujo de transacciones. Actualmente, más de una docena de empresas tienen licencias de iniciador de pagos y, a medida que continúa esta tendencia, las transacciones de Pix se vuelven aún más fluidas e instantáneas.

2. Comerciantes que incentivan a Pix.

Debido a la baja tasa de descuento comercial (con un promedio del 1 %), los comerciantes promocionan activamente el pago con Pix al ofrecer un descuento del 5 % al 10 %, especialmente en el comercio electrónico, donde las tarjetas de débito generalmente no están habilitadas debido a las restricciones de los bancos emisores. Esto explica en parte por qué Pix P2B tiene un ticket promedio alto de USD \$48, el doble que el de las tarjetas de crédito y casi cinco veces el ticket promedio de las tarjetas de débito.



3. Pix y crédito.

Con una penetración de tarjetas de crédito de alrededor del 40 % en Brasil, hay millones de brasileños sin acceso a préstamos en puntos de venta; sin embargo, casi todos los brasileños (96 % según el Banco Central) tienen acceso a una cuenta digital que habilita Pix. La evolución lógica, entonces, es habilitar el crédito con transacciones Pix. Una ráfaga de fintechs está innovando activamente en este sentido con "Pix Parcelado", incluido Nubank, y otros que otorgan crédito al comprador y les permiten pagar con Pix.



A pesar de estos avances, muchos creen que las tarjetas de crédito mantendrán su cuota demercado, especialmente en verticales como viajes y entretenimiento, transfronterizos y por la facilidad de las devoluciones. En este sentido, Pix todavía tiene varias limitaciones. Como explica Gustavo Monteiro, SVP de Producto en Kushki,

“Al comparar lastarjetas y Pix, debemos entender que, aunque con Pix, el dinero llega al comerciante más rápido con un riesgo de contracargo reducido, las especificaciones originales de Pix fueron diseñadas para transferencias de dinero “unidireccionales” Aquí es donde las tarjetas siguen siendo superiores, ya que agregan valor en las transacciones tanto para los comerciantes como para los compradores en términos de seguridad, devoluciones, pagos a plazos, pago srecurrentes, etc.”

También agrega que es probable que tales funcionalidades se integren en Pix a mediano plazo. El sistema de pago del Banco Central tiene una larga hoja de ruta de características y funcionalidades adicionales y, al mismo tiempo, estas deficiencias temporales de Pix crean la oportunidad para que los PSP y otros proveedores de servicios llenen los vacíos en la gestión de devoluciones y reversiones, conciliación de transacciones y pagos recurrentes.

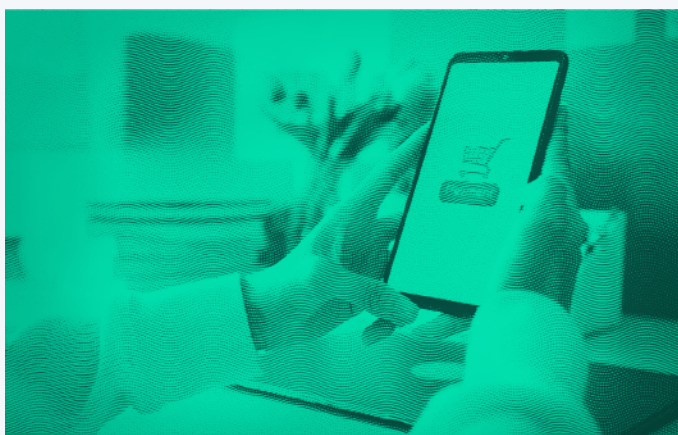
Lo que se ha dejado 100% claro con Pix es que existe un gran interes por parte de los consumidores y comerciantes por un método de pago instantáneo, móvil, de bajo costo, y que los comerciantes deben moverse en esa dirección. Esto crea la oportunidad para que los adquirentes y los PSP ayuden a los comerciantes a navegar por nuevos métodos de pago y creen una plataforma para administrar, conciliar y automatizar fácilmente todos los métodos de pago aceptados.

4. TRANSFERENCIAS Y PAGOS P2P: UNA TENDENCIA GLOBAL QUE SE MATERIALIZA RÁPIDAMENTE EN AMÉRICA LATINA

Si bien Pix es una anomalía en América Latina e incluso a nivel mundial, la tendencia de las transferencias bancarias interoperables y de bajo costo se ha incrementado en América Latina en los últimos años. Varios programas ACH de pago instantáneo ya están disponibles en Costa Rica (SINPE Móvil), Argentina (Transferencias 3.0) y México (SPEI y CoDi), con diferentes niveles de éxito y adopción, y ninguno tiene los niveles de sofisticación y adopción de Pix. Otros están actualmente en proceso (Colombia, Perú, El Salvador), y muchos creen que Colombia es el que está más adelantado en términos de replicar Pix localmente, ya que el banco central, la cámara de compensación local y varias empresas privadas colaboran en la implementación de un sistema completo. esquema ACH interoperable y de bajo costo.

En ausencia de iniciativas de los bancos centrales o junto con ellas, las iniciativas privadas de pagos instantáneos también han proliferado en toda la región. En la actualidad, existen más de 20 esquemas de pago instantáneos y de bajo costo liderados por bancos o fintech, que han tenido un gran impacto en la digitalización y bancarización de la región. Estas plataformas tienen una importante característica en común: apuestan por el poder de los pagos P2P.

P2P actúa como una herramienta poderosa para ganar masa crítica y evolucionar hacia plataformas de pago más exitosas. Los ejemplos incluyen Yape y Plin (Perú), Nequi y Daviplata (Colombia), Mercado Pago (Argentina y toda la región), Yappy (Panamá) y MACH (Chile). No se puede subestimar su importancia:

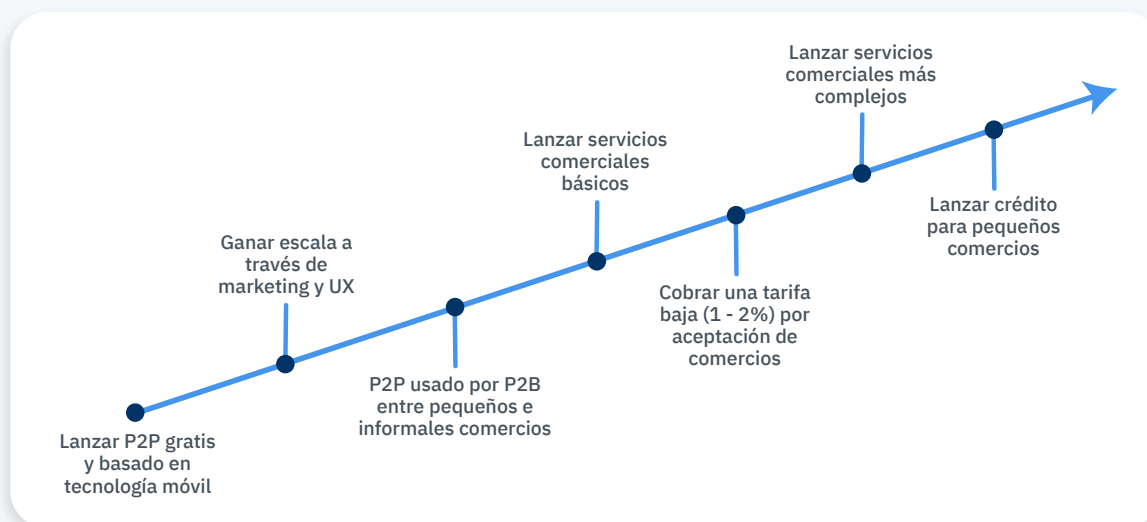


Mercado Pago tiene más de 40 millones de usuarios activos en toda la región.

¹²Yape en Perú tiene más de 10 millones de usuarios, equivalente al 40% de los adultos peruanos, y ¹³Yappy en Panamá tiene 1,5 millones de usuarios, en un país de cuatro millones. El volumen de Pix P2P en 2022 ascendió a la increíble cantidad de \$ 819 mil millones, la mayoría de los cuales se transfirieron en efectivo antes del lanzamiento de Pix. Las transferencias instantáneas de dinero totalizaron \$230 mil millones en Argentina, algo impresionante en un mercado con un gasto total en tarjetas de solo \$38 mil millones. ¹⁴Plataformas más pequeñas como Tigo Money, una billetera digital ofrecida por Telecom Millicom, está liderando el mercado P2P en mercados desatendidos como Paraguay.

Estas plataformas, que operan cada vez más como neobancos, son fundamentales para impulsar la penetración de la inclusión financiera por encima del umbral del 80 % (a veces el 90 %) en muchos mercados. El libro de jugadas es claro: lanzar una aplicación P2P gratuita, gane escala, observe cómo P2P evoluciona en P2M entre los comerciantes pequeños e informales, lanzar servicios comerciales básicos como una aplicación para empresas, herramientas simples de conciliación y ventas, comenzar a cobrar una tarifa baja (~1 -2%) para comerciantes que operen un cierto volumen, agregar servicios adicionales tanto para consumidores como para comerciantes, ofrecer crédito.

Figura 5. El libro de jugadas de P2P a P2B



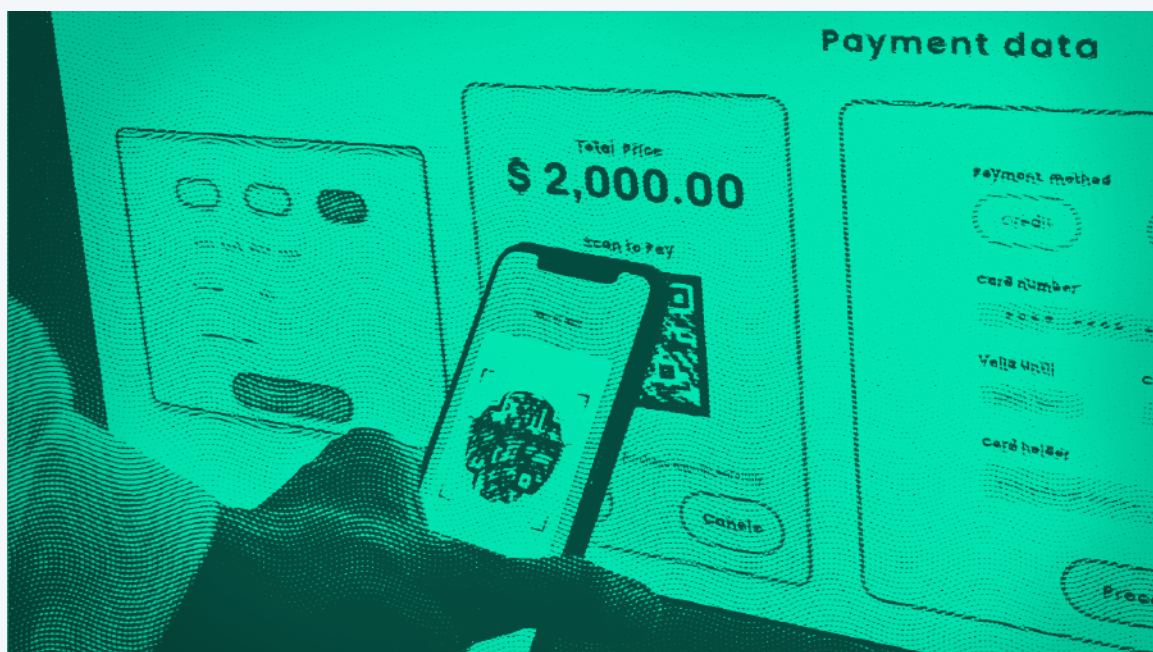
Estas plataformas, por su facilidad de acceso, bajo costo e inclusividad, están redefiniendo la definición de pagos digitales y desdibujando las líneas entre el comercio electrónico y los pagos en persona en la base de la pirámide. Una fuente masiva de comercio en los mercados de digitalización son las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram.

¹² MercadoLibre, 2023. Presentación Inversionistas Resultados Tercer Trimestre 2022.

¹³ Latam Fintech Hub, 2023. "Neobanco Yape alcanzó los 10 millones de usuarios en Perú."

¹⁴ Banco Central de la República Argentina, 2023. Tomando el tipo de cambio oficial de ARG 187,28 a 1 USD al 31 de enero de 2023. Este volumen no es 100% P2P ya que el banco central no diferencia entre verticales, pero anecdóticamente sabemos que P2P representa la mayoría, y los pagos de alto valor se informan por separado.

Antes de la pandemia, las ventas realizadas a través de Facebook se pagaban en efectivo, pero durante los cierres, los comerciantes recurrieron a transferencias de dinero gratuitas basadas en aplicaciones y comenzaron a cobrar digitalmente. Como tales, estas plataformas P2P están permitiendo el comercio, digitalizando efectivo, generando datos y atrayendo a comerciantes pequeños e informales a participar en la economía digital por primera vez.



Un desafío importante al que se enfrentan estas plataformas es la falta de interoperabilidad, que genera fragmentación y limita el crecimiento de los pagos digitales. Como mencionan los representantes de Kushki, *“Creemos firmemente en el poder de P2P, pero dependen de la interoperabilidad para alcanzar su máximo potencial.”* Muchas aplicaciones P2P están bajo presión regulatoria para abrir sus redes, incluidas Yape y Plin en Perú y aplicaciones P2P en Colombia.

Tal presión sobre las aplicaciones P2P aún no se presenta en México, Chile, Panamá, Ecuador o Guatemala, pero es solo cuestión de tiempo antes de que la tendencia global se ponga al día en estos mercados. Si bien la interoperabilidad plantea un desafío competitivo para los participantes a corto plazo, sin duda aumenta el crecimiento potencial de todos los participantes a lo largo del tiempo, como lo demuestran los dos esquemas de cuentas bancarias totalmente interoperables en la región, Pix y SINPE Móvil de Costa Rica, los cuales disfrutaron adopción casi universal por parte de la población. Si bien el futuro está plagado de incertidumbre, hay dos cosas seguras sobre este tema: la interoperabilidad es inevitable y la interoperabilidad crea un entorno más fuerte, resistente y dinámico para los servicios financieros digitales.

5. CONCLUSIONES

Estas tendencias apuntan a un cambio de paradigma en América Latina, en el que los pagos digitales le están ganando la guerra al efectivo. Brasil es el evidente campeón, pero se están logrando avances sin precedentes en mercados con economías tradicionalmente dominadas por el efectivo: Argentina, Colombia, Perú y América Central. Esto se debe a que hay más opciones de pago adecuadas para diferentes experiencias de pago. Los consumidores realizan cientos de transacciones en una semana, que van desde micropagos para transporte público, pagos mensuales recurrentes, necesidades diarias como comestibles y gasolina, hasta transacciones transfronterizas y de alto costo. Esta variedad de casos de uso crea un mercado creciente para todos los métodos de pago (tarjetas, transferencias bancarias, pagos P2P, efectivo), factores de forma (tarjeta física, código QR, enlace de pago) y modalidades (pago único, pago recurrente, pago a plazos).



Si bien esta es una excelente noticia para la industria de pagos, genera complejidad para los comerciantes, quienes no ven los pagos como un beneficio, sino como un centro de costos. Esto significa que los adquirentes y los PSP tienen la responsabilidad de atender a los comerciantes a un nivel superior, y muchos PSP no están alcanzando este objetivo. Para ser el mejor aliado posible de los comerciantes en este complejo entorno, los proveedores de servicios de pago deben adaptarse a las siguientes cinco realidades:

1. Presión a la baja sin precedentes sobre las tarifas cobradas a los comerciantes Por primera vez en la historia, los comerciantes en varios mercados pueden aceptar pagos digitales sin cargos. En otros, tienen acceso a tarifas de bajo costo (<2%). Esto es emocionante para las empresas que históricamente pagan entre un 3% y un 5% o más para aceptar tarjetas de crédito y débito pero crea un desafío para todos los proveedores de pagos, ya que los comerciantes se vuelven más exigentes en las negociaciones de tarifas y desarrollan mayores expectativas de valor entregado. Ante la disminución de las tarifas, los proveedores tendrán que agregar verdaderamente el valor que los comerciantes realmente necesitan en las operaciones de su negocio para justificar sus modelos comerciales.

2. Servicios comerciales que pasan de transaccionales a empaquetados

En este contexto, podemos esperar que los servicios comerciales evolucionen cada vez más desde un modelo transaccional, en el que a los comerciantes se les cobra una comisión por cada transacción, a un modelo empaquetado, en el que los comerciantes acceden a un paquete de bienes y servicios que agregan valor a su operación. Hasta el momento, muchos de estos servicios de valor agregado solo están disponibles para tarjetas: servicios de fraude mejorados, adquisición inteligente, servicios de token, servicios de actualización de tarjetas, protección contra contracargos, servicios de desembolso de pagos, etc. Las redes de tarjetas también están incorporando el acceso a otros servicios relacionados: servicios como KYC, identidad digital e incorporación, automatización y conciliación de transacciones, capacidades de banca abierta, servicios de FX, calificación crediticia y otros. Esta es una de las principales desventajas de los rieles de tarjetas de bajo costo: no pueden permitirse ni justificar el costo de tecnologías tan avanzadas, y son simplemente tan nuevas que tales capacidades aún no se han incorporado.

Los PSP y las plataformas pueden ayudar a los comerciantes de estas maneras, incluido el software para la gestión de inventario, la gestión de citas y reservas, y una multitud de otros servicios en la nube. Dado que los proveedores de pagos se ven más como socios estratégicos que como proveedores transaccionales, el procesamiento de pagos se apoyará en el modelo SaaS con una suscripción mensual recurrente, lejos de simplemente tomar una comisión adicional. Esto ayudará a los comerciantes a ver a los proveedores de pago como una inversión valiosa en lugar de un mal necesario.

3. Las estrategias verticalizadas ganarán

Los servicios combinados serán y deben estar especializados por comerciante vertical. Los restaurantes necesitan un conjunto muy específico de servicios, desde la gestión de mesas y reservas, hasta dispositivos POS inalámbricos, hasta un sistema para gestionar pedidos en línea, cobro de pagos y cumplimiento de entregas. Un salón de belleza necesita un administrador de citas, un programa de fidelización y pagos tanto en la tienda como en línea. Los comerciantes de comercio electrónico necesitan herramientas sofisticadas contra el fraude, mecanismos de reintento de pago y herramientas de incorporación fluidas para comerciantes y consumidores que utilicen IA. Los proveedores de pagos ya no pueden contar con un enfoque único para todos, sino que necesitan desarrollar estrategias verticales basadas en los tipos de comerciantes a los que buscan servir.



4. Nuevas oportunidades en la orquestación de pagos

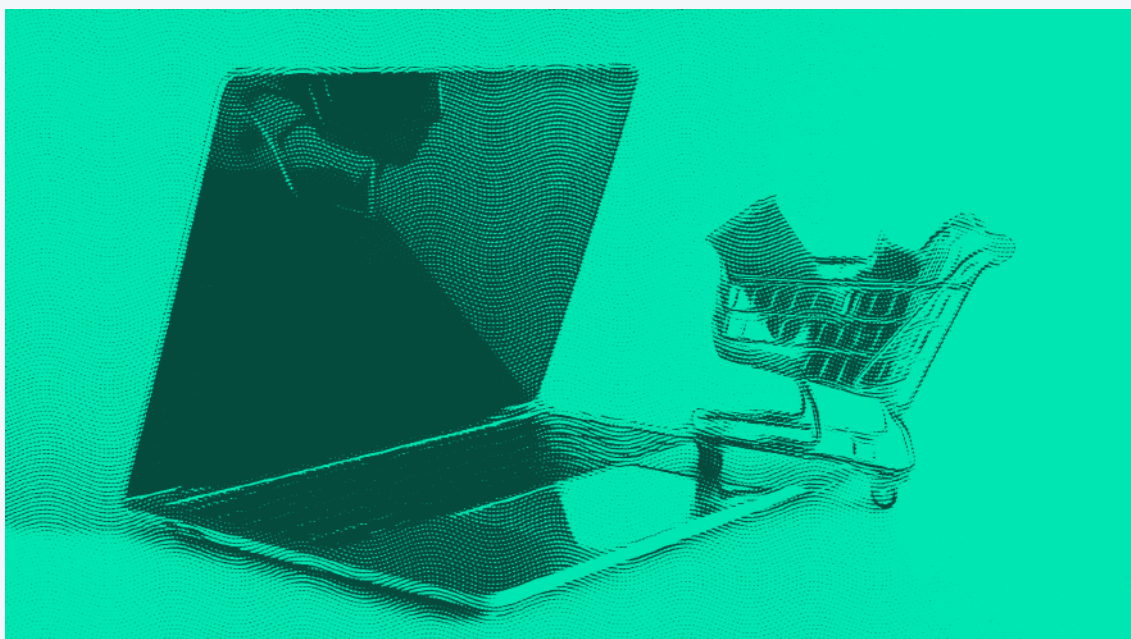
Los comerciantes en América Latina hoy se enfrentan a un consumidor más sofisticado que puede querer pagar con una docena de métodos de pago diferentes: tarjetas internacionales y locales, billeteras digitales y plataformas P2P, ACH, criptomonedas y puntos de lealtad, a través de diversos canales como POS con chip, sin contacto, enlaces de pago, códigos QR, redes sociales, sitios web y mercados de terceros. **Este nivel de complejidad puede resultar insostenible para los comerciantes, especialmente para aquellos que pasan por un proceso de digitalización y sin un equipo de pagos dedicado.** Aquí se encuentran numerosas oportunidades para la orquestación de pagos (tecnología destinada a ayudar a coordinar y reconciliar todos los métodos, canales y experiencias de pago) que los adquirentes, los PSP y los orquestadores de pagos dedicados pueden habilitar.



5. Los días de los adquirentes heredados son limitados... a menos que se modernicen Con los desafíos tecnológicos descritos anteriormente, los proveedores de pagos que dependen de sistemas heredados son una desventaja en América Latina en el futuro. El espacio de adquisición en la región está más concurrido que nunca, con competencia nacional e internacional ingresando al mercado con plataformas basadas en la nube diseñadas para escalar rápidamente y adaptarse a las necesidades únicas de los comerciantes. **Los nuevos participantes en el mercado han integrado métodos de pago tradicionales y alternativos para atender a la población diversa de América Latina.** El futuro de la adquisición no se basa únicamente en las tarjetas, sino que representará una combinación compleja de métodos y experiencias de pago. **Quienes no abracen este futuro se enfrentan a un posible desgaste y pérdida de relevancia.**

América Latina aún tiene un largo camino por recorrer para alcanzar el dinamismo y la riqueza de mercado presentes en las economías desarrolladas. A pesar de las tendencias descritas aquí, en promedio, los jugadores tradicionales dominan el 80 % del volumen de aceptación de pagos. Esto está frenando a la región en términos de innovación, calidad y velocidad.

Los gobiernos tienen un papel muy importante que desempeñar en esta transformación. La región necesita presión regulatoria para impulsar la interoperabilidad, así como un mejor régimen fiscal para alentar a las empresas informales a unirse a la economía digital. Los gobiernos pueden ayudar a limitar el papel del efectivo en la economía tomando medidas enérgicas contra el empleo informal y creando incentivos para el pago de la nómina en una cuenta bancaria o billetera digital. Hasta que veamos mejoras en esta área, es posible que no veamos un progreso completo donde el uso de efectivo sigue siendo obstinadamente alto, como México, Ecuador, Paraguay y partes de América Central.



Sin embargo, las tendencias son claras. América Latina ha entrado en una nueva era, una de rápida innovación construida sobre una población finalmente bancarizada. Al igual que los bancos tradicionales ya no controlan la emisión de tarjetas y los depósitos (con la entrada agresiva de las fintech), los adquirentes tradicionales están perdiendo el control sobre la aceptación de pagos. Los pagos en América Latina en 2033 se verán muy diferentes a los de 2023, con un panorama de aceptación competitivo, sistemas de pago de bajo costo e innovaciones en servicios que aún no hemos imaginado. En última instancia, esto respalda el crecimiento económico, la versatilidad y la resiliencia, áreas con las que la región lucha crónicamente. Así, crecer y mejorar los pagos es crecer y mejorar la economía, que es crecer y mejorar la vida de las personas. El potencial es rico en América Latina no se detendrá, estamos emocionados de ver a dónde nos llevará la innovación.

Tendencias de pagos digitales en Latinoamérica 2023

Por Kushki y Payments and Commerce
Market Intelligence | Febrero 2023

PCMI Payments & Commerce
Market Intelligence



 Kushki  @kushkioficial  Kushki Oficial  @kushkioficial