

Presentación en Lima del Informe Minsait de Tendencias en Medios de Pago 2018

MINSAIT MUESTRA COMO PERÚ ES EL PAÍS DE LA REGIÓN DONDE MÁS CRECEN LAS TRANSFERENCIAS INTERBANCARIAS

- Perú tiene tasas de crecimiento anual compuesto en los últimos cinco años del 20,4% y del 29,4% en valor y número de transferencias interbancarias, respectivamente
- Los peruanos están además en el tercer lugar de América Latina en frecuencia de uso de tarjeta de crédito, con el 68,2% de la población utilizando este medio de pago
- Destaca la predisposición de los peruanos para utilizar el wallet y el móvil, a pesar de la falta de implementación en los establecimientos, que es uno de los factores que reduce su uso
- El 14% de peruanos bancarizados internautas nunca ha comprado por Internet y 1 de cada 4 no efectúa transacciones online más de una vez al año

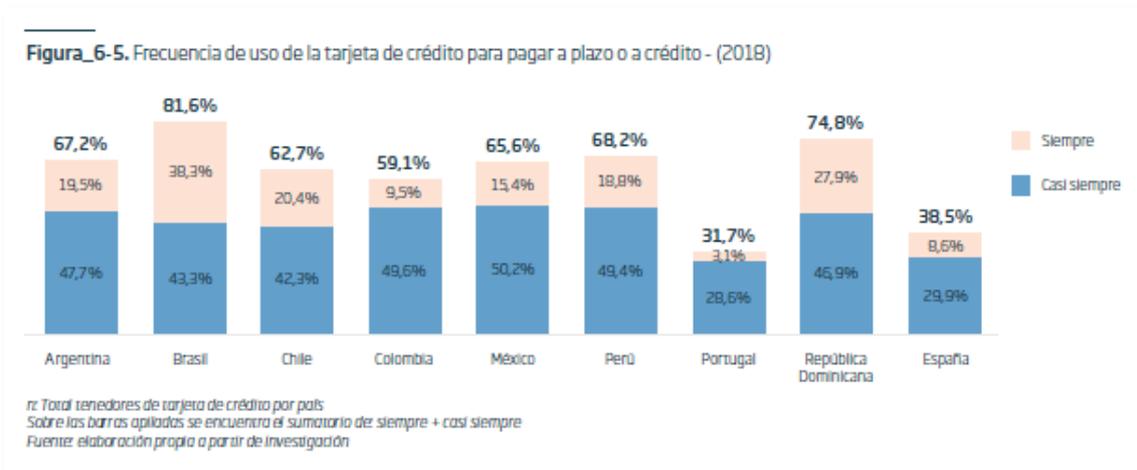
Lima, 27 de junio de 2019.- Minsait, una compañía de Indra, ha presentado en Lima el Informe Minsait de Tendencias en Medios de Pago 2018 (<https://www.minsait.com/es/tendencias-en-medios-de-pago-2018>), en el que destaca Perú por su mayor dinamismo en el uso de las transferencias bancarias, con tasas de crecimiento anual compuesto en los últimos cinco años del 20,4% y del 29,4% en valor y número de operaciones, respectivamente. La incorporación de servicios de transferencias interbancarias inmediatas por parte de algunas de las entidades financieras más grandes acelerará este crecimiento, detalla el estudio internacional, que tiene como foco el mercado europeo y latinoamericano, e incluye más de 60 entrevistas a expertos del sector, 3.600 encuestas a clientes bancarizados y analiza fuentes oficiales de 10 países.

Tabla_4-3: Transferencias interbancarias de crédito, 2017, selección de países

	Número de operaciones (millones)	Valor (miles de millones de USD)	Monto medio operación (USD)	Número de operaciones	Valor
	2017			Tasa de crecimiento anual compuesto 2012-2017	
Argentina	210	1.150	5.469	18,9%	5,6%
Brasil	3.215	4.691	1.459	5,6%	-3,8%
Chile	122	171	1.405	10,3%	11,9%
Colombia	124	366	2.958	7,6%	0,4%
Costa Rica	34	122	3.566	16,2%	8,7%
México*	633	4.766	7.526	21,1%	0,6%
Perú	19	32	1.714	28,1%	11,2%
República Dominicana**	7	26	3.719	32,8%	22,8%
España	546	1.322	2.421	8,0%	-0,7%
Portugal	143	257	1.793	6,3%	2,0%

*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.
Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

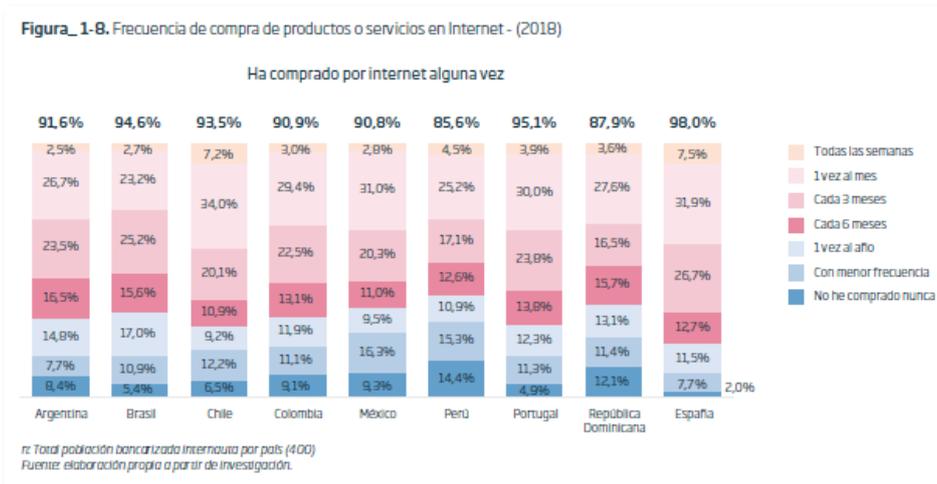
En cuanto a la frecuencia de uso de la tarjeta de crédito para pagar a plazo o a crédito en la región, Perú está en el tercer puesto, con el 68,2% de la población utilizando este medio de pago, solo por debajo de Brasil (81,6%) y República Dominicana (74,8%), que utilizan esta forma de pago casi siempre. Otro dato importante es que todos los países de América Latina superan en frecuencia a España y Portugal.



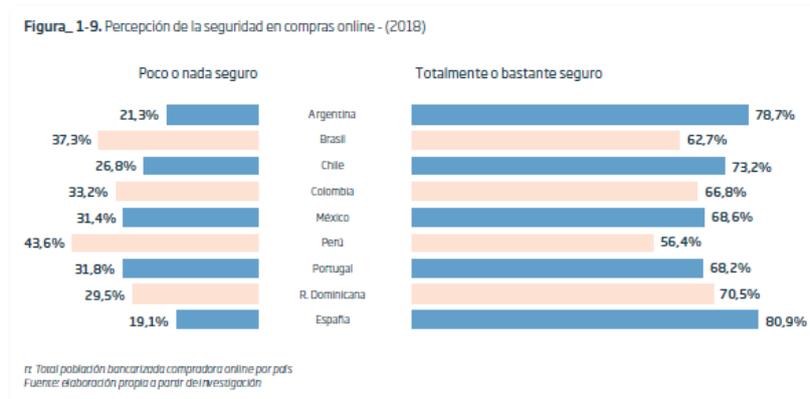
Perú, entre los países con menor compra online

La compra online es una actividad cotidiana en un entorno digitalizado como el compuesto por la muestra del estudio. La mayor proporción de compradores online se concentra en España (98,0%), Portugal (95,1%) y Brasil (94,6%), mientras que Perú (85,6%) y República Dominicana (87,9%) presentan las tasas más bajas.

Según recoge el Informe Minsait, Perú y República Dominicana son los países latinoamericanos con mayor índice de personas que nunca ha comprado por Internet, con 14,4% y 12,1%, respectivamente. Ambos países encuestados son los únicos que muestran tasas de doble dígito en este concepto. Perú (26,2%) también se encuentra entre los países con menor frecuencia de compra online, con Brasil (27,9), México (25,8%) y República Dominicana (24,5%), donde 1 de cada 4 no compra más de una vez al año.



El menor interés por realizar compras online por parte de los peruanos podría deberse a su desconfianza al utilizar este tipo de canal. Perú es el que país que percibe mayor inseguridad al comprar por Internet, con el 43,6 % de los encuestados calificando este tipo de operaciones como poco o nada seguras. Si bien más de la mitad de los encuestados nacionales considera que las compras online son totalmente o bastante seguras, su índice de confianza está muy por debajo del 80,9% de España o el 78,7% de Argentina.

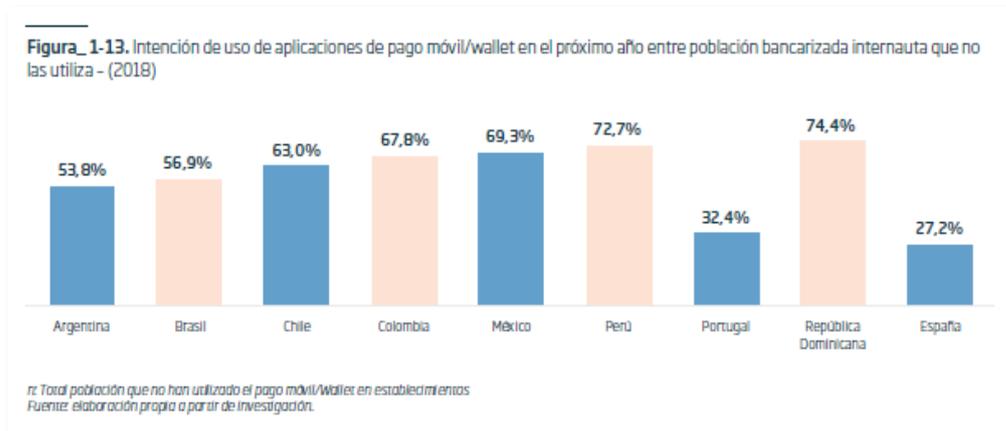


En el caso de los países de la región, la costumbre de pagar con tarjeta es reforzada por la falta de implementación y/o comunicación de los comercios del pago a través de celulares y wallet. Los dominicanos (34,6%), quienes tienen el menor nivel de digitalización, y los peruanos (28,3%), afirman que esta forma de pago no es admitida en los establecimientos donde suelen comprar.

El uso actual del pago a través de móvil en comercios físicos ha alcanzado el 25% en Perú, muy por debajo de Argentina, que lidera el ranking de uso con 51,4%. Asimismo, el uso de apps para pagar mediante celular a particulares tampoco se ha extendido entre los peruanos, llegando a un índice de uso de 14,9%.

Tendencia al alza del uso de móvil o wallet en la región

Sin embargo, ante la pregunta sobre la intención de uso de pago móvil o wallet para el siguiente año, los peruanos y dominicanos fueron quienes más interés mostraron, llegando al 72,7% y 74,4%, respectivamente. En el resto de países de la región el interés también es alto, en cambio en España y Portugal presentan el interés más bajo con solo 27,2% y 32,2 en cada caso, por debajo del promedio latinoamericano de 65,4%.



“La penetración de los nuevos medios de pago va de la mano con su implementación y promoción en canales cercanos al público bancarizado, para lo cual es necesaria la innovación digital en los comercios. Solo de esta forma se acortará la brecha del uso del wallet y móvil como forma de pago en los países de la región, pudiéndose masificar en Perú, beneficiando tanto al consumidor como a los comercios, tal como ocurre con los agentes bancarios”, comenta Rafael Carrascoso, Director Medios de Pago para América Latina de Minsait.

Los datos del estudio muestran que el arraigo al uso de medios tradicionales de pago como el efectivo, la tarjeta de débito y crédito son la principal barrera para el uso de apps de pago a través de teléfonos móviles o wallet, superando al factor de desconfianza en este tipo de pagos.

En América Latina, Colombia (35,2%) y Perú (29,7%) son los países que tienen mayor predilección por la compra en efectivo. En el conjunto del estudio, estos países latinoamericanos son superados por España (35,3%) y Portugal (33,8%), cuyo método favorito de pago es la tarjeta.

Minsait lidera el mercado de procesamiento de medios de pago

Actualmente, Minsait cuenta con más de 25 clientes a nivel internacional y centros de procesamiento en España, USA, Chile, Colombia y República Dominicana, con capacidad de dar cobertura a toda América y Europa con un enfoque personalizado.

“Las claves del procesamiento de Minsait son la flexibilidad y testeo constante; la evolución para la mejora continua de procesos de acuerdo con las necesidades de la entidad financiera y sus usuarios; la competitividad para reducir costos y mejorar la eficiencia; y la seguridad de la información”, explica Kerman Ispizua, responsable de Nueva Oferta de Medios de Pago de Minsait.

Onesite Banking Payments es la plataforma de procesamiento de Minsait, que brinda servicio end to end, gestiona el negocio adquirente, el core del negocio emisor, monitorea todo tipo de activadores de pago, realiza campañas para fidelizar clientes, y provee de wallets 100% personalizables para la gestión y el pago móvil.

Minsait también propone a las entidades bancarias un nuevo modelo de relación con los clientes a través de la banca digital, el cual se sustenta en 4 pilares: atención personalizada, plataforma tecnológica flexible y estructura ligera orientada al negocio, conectividad total y respuesta inmediata, y visión de crecimiento abierta a la constante transformación para asumir nuevos riesgos y oportunidades.

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 América Latina. 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 Perú

Presente en Perú desde 1987, Indra es en una de las compañías más importantes de tecnología y consultoría del país, contando con más de 1,500 profesionales. Actualmente forma parte de algunos de los proyectos innovadores clave para el desarrollo económico y tecnológico en los sectores de Transporte & Defensa, y de 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 América Latina 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.