

## REVELA MINSAIT TENDENCIAS QUE MARCAN EL FUTURO DE LOS MEDIOS DE PAGO EN MÉXICO

- **La compañía presentó su informe "Tendencias en Medios de Pago" en el Seminario de Medios de Pago organizado por la Asociación de Bancos de México**
- **Entre los mexicanos bancarizados internautas un 64.5% declara estar usando efectivo con menor frecuencia que hace 5 años**
- **73% muestra una predisposición a dejar de usar efectivo en todas sus compras si existieran métodos de pago electrónico o digitales para hacerlo**

**Ciudad de México, 05 de septiembre de 2019.-** Un creciente uso de las tarjetas, mayor adopción de apps y wallets, y una gradual disminución en el uso del efectivo son algunas de las tendencias que marcan el futuro del sector financiero en México a medida que crece la adopción del dinero electrónico y de los medios de pago digitales.

Así lo señala el Informe "Tendencias en Medios de Pago", disponible en:

<https://www.minsait.com/es/actualidad/insights/tendencias-en-medios-de-pago-2018>, cuya más reciente edición presentó Minsait en el marco del Seminario de Medios de Pago organizado por la Asociación de Bancos de México que se lleva a cabo en el Hotel Hilton de la Ciudad de México los días 5 y 6 de septiembre.

El estudio detalla las tendencias que están marcando el pulso del sector financiero en los mercados europeo (España y Portugal) y latinoamericano (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú, y República Dominicana), incluye más de 60 entrevistas a expertos del sector, más de 3,600 encuestas a usuarios de servicios financieros y analiza fuentes oficiales de 10 países.

De acuerdo con el informe, 64.5% de los internautas bancarizados en México declaran estar usando menos efectivo que hace 5 años, de hecho, un 73% muestra predisposición a dejar de usar efectivo si pudieran realizar todas sus compras con tarjeta u otros medios de pago electrónicos.

El informe también revela que el futuro de los medios de pago en México viene condicionado por una mayor penetración de las tarjetas y medios de pago electrónicos, así como una mayor adopción de apps y wallets. En este sentido revela que, a pesar del alto uso que los mexicanos hacen del efectivo, hay incrementos importantes en el uso de medios digitales, incluso en las compras online. En México, los pagos online con tarjeta suponen un 62% del total de gasto en compras online del último mes. Un valor que representa más del doble de lo que supone el efectivo en este tipo de compras, el cual no supera el 25%.

No obstante, el documento también destaca que el sector financiero en México enfrenta retos importantes como la transformación digital, la competencia de nuevos agentes, así como medidas más robustas de seguridad y prevención de fraudes. El estudio revela que solo 7 de cada 10 (68.6%) declaran sentirse seguros al realizar compras en línea.

Otras tareas pendientes incluyen el impulsar un mayor uso de las tarjetas y medios de pago digitales, estrategias para incentivar mayor confianza de los usuarios para brindar sus datos personales y la interoperabilidad de los servicios de pago con el objetivo de garantizar la inclusión financiera y una mayor masificación de pagos digitales.

Cabe resaltar que después del efectivo (usado por 88.3% como el principal medio de pago), las tarjetas son el segundo medio preferido para pagar (usadas por un 80.8%). En promedio los mexicanos bancarizados internautas tienen 2.9 tarjetas por persona.

México registra un mayor crecimiento de transacciones realizadas en terminales punto de venta (POS): de 2012 a 2017 se registró un crecimiento de 10 a 13 en el promedio de transacciones por tarjeta de débito / por año. En el mismo periodo, el promedio de transacciones con tarjeta de crédito / por año pasaron de 22 a 28. De este modo, México se suma a la tendencia generalizada en Latinoamérica (con la excepción de Chile y Argentina) caracterizada por un mayor uso relativo del crédito.

El uso de la tarjeta de crédito en Latinoamérica es diferente al mostrado en Europa. El uso de la tarjeta de crédito como medio de financiación entre los mexicanos es elevado. Aproximadamente 7 de cada 10 mexicanos bancarizados internautas recurren a esta modalidad, siendo la tarjeta el método de pago preferido.

A pesar de algunas barreras, en México hay un panorama interesante para una mayor adopción de wallets y apps de pago mediante smartphone, modalidades que vienen ganando popularidad. El estudio profundizó en las barreras de adopción para el uso de pagos móviles: se descubrió que el 21.2% de los internautas bancarizados prefieren seguir pagando con tarjeta y el 23.6% prefiere pagar en efectivo, de hecho, el 33.5% señala que desconfían de los medios digitales. El sector debe aún trabajar para construir la confianza en dichos métodos de pago.

Para la industria hay una enorme área de oportunidad, ya que 26.4% señala que en los establecimientos donde suelen comprar no se admiten esas modalidades de pago, lo que evidentemente representa oportunidad de crecimiento para nuevos actores, pero también para la banca tradicional: se detectó que 7 de cada 10 (69.3%) declararon intención positiva para usar nuevos medios (*wallets* y apps) el próximo año.

“Ante el incremento en el uso de medios de pago digitales podemos ver que se aproxima un boom en la adopción de apps, *wallets* y servicios Fintech en México, para afrontar estos retos la banca tradicional debe acelerar sus procesos de transformación digital”, señala Ernesto Terríquez, Director de Desarrollo de Negocios de Medios de Pago en Latinoamérica de Minsait.

La transición hacia la disminución en el uso de efectivo está en marcha, de acuerdo con directivos del sector financiero encuestados por Indra: solo el 10% de ellos consideran que el efectivo seguirá siendo el medio de pago de uso mayoritario hacia 2030, el 31% creen que el medio de pago más popular serán las tarjetas (débito, crédito, prepago) y un 34% augura que los pagos electrónicos serán el medio dominante (transferencias, pagos domiciliados, cargos automáticos, apps, *wallets*, etc.).

## Tecnología para acelerar la transformación digital

Minsait también presenta en el Seminario de Medios de Pago su *expertise* en medios de pago, servicios de procesamiento de tarjetas débito y crédito y sus soluciones digitales, que proporcionan a las entidades financieras una mejora en la experiencia del usuario, una reducción de los riesgos operacionales, así como la garantía del funcionamiento continuo y sin interrupciones de los sistemas bancarios.

“Ponemos a disposición del sector financiero en el país un conjunto de soluciones que resuelven los desafíos de la era digital en los procesos de creación y transformación de los servicios financieros dando respuesta a los retos más exigentes de la banca digital que enfrenta actualmente la industria”, asegura Terríquez.

La tecnología de Minsait permite desarrollar servicios digitales más robustos con una experiencia personalizada para los usuarios de servicios financieros, habilitando a las instituciones para adaptarse a un entorno de constante cambio tecnológico con clientes cada día más digitales.

La compañía propone un modelo para la implementación de la banca digital basado en cuatro aspectos clave: máxima personalización de la oferta de cara al cliente de la entidad, sencillez de uso, agilidad en la incorporación de nuevos servicios y adaptabilidad.

Las soluciones tecnológicas y de negocio que Minsait ha desarrollado brindan a los bancos y sus usuarios beneficios, tales como:

- Funciones avanzadas de ciberseguridad y biometría. Esto garantiza procesos y transacciones más seguras, al tiempo que se detectan de forma automática posibles intentos de fraude.
- Mayor comodidad para los clientes ya que pueden realizar transferencias desde el sofá de su casa con las mismas garantías que si lo hiciera de forma presencial en una sucursal bancaria.
- Adaptabilidad de la tecnología a cada contexto.
- Servicios centrales de negocio totalmente digitales como, por ejemplo, los servicios de atención al cliente.

**Acerca de Minsait**

Minsait, una compañía de Indra ([www.minsait.com](http://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 México**

Presente en México desde 1997, Indra cuenta con 2,500 profesionales y oficinas en Ciudad de México, Querétaro y Monterrey. Además, tiene un Centro de Ciberseguridad –de los tres que la compañía tiene en el mundo– y un Centro de Producción de Software. La compañía forma parte de algunos de los proyectos innovadores claves para el desarrollo tecnológico de México 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](http://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.