

**Webinar: Informe sobre Tendencias de Medios de Pago de Minsait Payments**

## Perú intensifica el uso de los medios de pago electrónicos, el pago contactless, móvil y el e-commerce durante el Covid-19

- **El Perú, que ya había comenzado a dar sus primeros pasos en los servicios de iniciación de pagos y en la colaboración con nuevos players tecnológicos para brindar mayor valor a la población bancarizada, ha intensificado esta evolución con la llegada de la pandemia**
- **La coyuntura actual ha facilitado la adopción de medios de pago alternativos al efectivo, promoviendo el uso de tecnologías contactless y herramientas digitales que acelerarán la transformación del sector**

**Lima, 23 de julio de 2020.-** La pandemia por COVID-19 y las medidas tomadas para contener la propagación del virus han impulsado la transformación digital en compañías de todos los tamaños sin importar su ubicación geográfica o giro. En Perú, esta coyuntura ha sido un incentivo para acelerar la adopción de medios de pago alternativos al efectivo, promoviendo el uso de tecnologías contactless y herramientas digitales que aceleren la transformación del sector.

Luego de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) haya sugerido que las personas realicen sus transacciones con tecnología contactless, para disminuir el riesgo de contagio, tanto Gobiernos, como entidades financieras y comercios están impulsando estas tendencias. En este contexto, Minsait Payments, la filial de medios de pagos de Minsait, una compañía de Indra, prevé una aceleración en Perú del uso de los medios de pago electrónicos, el pago contactless, el pago móvil (NFC y QR) y el e-commerce.

Son algunas conclusiones presentadas mediante en el webinar celebrado hoy en Perú por la compañía, especializada en medios de pago, para presentar su IX Informe sobre Tendencias de Medios de Pago (<https://www.minsait.com/es/actualidad/insights/tendencias-en-medios-de-pago>), que muestra cada año la información sobre las tendencias en este ámbito de 11 países de Europa y Latinoamérica, habiéndose convertido en un referente para estas regiones.

Durante el encuentro, se ha recordado que Perú ya registraba cambios significativos sobre los medios de pago utilizados por la población adulta bancarizada en sus gastos mensuales. Por ejemplo, según el citado Informe, el uso del efectivo ya sufría un fuerte retroceso (-8%) en 2019.

Según Rafael Carrascoso, director comercial de Minsait Payments, la actual coyuntura “redefinirá cambios que ya se vislumbraban anteriormente en las preferencias de los medios de pago, como la aceleración del uso de tecnologías que permiten transitar hacia los pagos NFC – pagos por proximidad con el móvil – y otros métodos para transaccionar en formato *cashless*”. Los patrones en Perú evidencian que “la transaccionalidad de los pagos electrónicos se concentra en las tarjetas, que se emplean hoy en más de 9 de cada 10 operaciones de pago electrónico”.

En este sentido, Luis Beteta, director de Servicios Financieros de Minsait, en Perú, valora que “además, la digitalización que ha acelerado la pandemia nos alerta de la urgencia de otro aspecto como es la universalización de los medios de pago electrónicos para evitar que, en definitiva, nadie se quede atrás”. Por ello, defendía, es fundamental que las organizaciones cuenten con un aliado tecnológico capaz de apoyarlos para enfrentar los retos cruciales de la actual coyuntura, ser más competitivos en el mediano plazo y colocarse a la vanguardia.

Minsait Payments agrupa todos sus productos, soluciones y servicios de medios de pago y los más de 1.000 profesionales especializados de Indra para aplicar un modelo que busca incrementar su agilidad comercial y

lograr una mayor flexibilidad estratégica. Acompaña a las empresas en sus procesos de transformación digital, gracias a su amplia experiencia en la implementación de soluciones tecnológicas para el sector financiero, soluciones que permiten a las compañías de la industria anteponerse al futuro de los medios de pago.

### **Tendencias de futuro: del pago móvil a la colaboración con nuevos players**

En Perú no existe un servicio de iniciación de pago a gran escala, esa es en gran medida la razón por la que el 66% de la población bancarizada no conoce este servicio; sin embargo, una vez explicado en qué consiste, del 70% dos de cada tres usuarios están dispuestos a utilizarlos, una disposición superior al promedio de Latinoamérica.

A diferencia del servicio de iniciación de pago, el pago móvil en Perú está ampliamente extendido entre la población bancarizada y ha experimentado un crecimiento notable en el último año: tiene una presencia superior al resto de la región de Latinoamérica en la modalidad de pago entre particulares (P2P) y uno de cada cuatro reconoce usar el pago móvil en comercios físicos, aunque esta última modalidad es menor al conjunto de la región.

Una de las principales barreras por parte de los peruanos es el sentimiento de desconfianza, seguido de la falta de aceptación en comercios. En Perú hay una predominancia al pago in-app por encima de lo reportado en promedio en Latinoamérica, donde tiene un mayor peso los pagos con QR. Desde Minsait Payments se prevé que una vez estandarizado el reglamento para el QR, la adopción crecerá considerablemente.

“Bajo estas dinámicas y en un mundo post-pandemia, la competencia percibida por el sector bancario para 2030 es una combinación de agentes de distintas naturalezas y tamaños – fintech, bigtech neobancos –, todos ellos necesariamente generadores de valor. Por ello, casi la mitad de los directivos consultados para el informe de Minsait Payments, apuestan por la colaboración con Bigtech o Fintech como reacción a la eventual entrada de estos nuevos players”, concluyó Rafael Carrascoso.

En ese sentido, si en el contexto de crisis mundial se busca fortalecer la comunicación efectiva sobre alternativas de medios de pago, la disponibilidad tecnológica, la superación de barreras y los incentivos para nuevos hábitos de consumo, pueden generarse las condiciones necesarias para la transformación de los medios de pago en la era post-Covid.

### **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 Perú**

Presente en Perú desde 1987, Indra es 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 su 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](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. 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.