

Facilita la concesión de financiación a corto plazo y de escasa cuantía**LA TARJETA VIRTUAL *BUY NOW, PAY LATER* Y SU VARIANTE DE UN SOLO USO REVOLUCIONAN EL SECTOR MINORISTA Y FINANCIERO**

- Las tarjetas virtuales “*Compra ahora, Paga después*”, en su versión de un solo uso, son la última tendencia entre fintech y entidades financieras para minimizar las dificultades asociadas a la integración de miles de comercios
- Se posicionan como un mecanismo adicional a la integración tradicional *Buy Now Pay Later* (BNPL), permitiendo comprar en cualquier comercio online y activar el pago aplazado sin ningún tipo de integración con el comercio
- El concepto BNPL, que permite aplazar o escalonar el pago de un producto en el momento de la compra y sin intereses, se extiende a otras industrias, mientras que las entidades financieras toman posiciones frente a los proveedores de servicios BNPL (Klarna, PayPal, AfterPay, etc.) y las grandes los incorporan en su propuesta de valor, como Apple y su nueva funcionalidad Apple Pay Later
- Pese a la rápida evolución de la opción de pago y financiación alternativa, el modelo BNPL todavía se encuentra en una fase incipiente: el 43% de los españoles declara conocerlo y sólo el 15% lo utiliza, según recoge el [XI Informe de Tendencias en Medios de Pago de Minsait Payments](#)

Madrid, 20 de junio de 2022.- Minsait Payments, la filial de medios de pago de Minsait, una compañía de Indra, ha analizado la adopción del Buy Now, Pay Later (BNPL), la opción de pago y financiación alternativa que impulsa la acelerada convergencia entre el comercio minorista y la tecnología financiera y de pagos. Si bien el concepto de financiación ha existido durante décadas, es ahora cuando el BNPL ha ganado popularidad entre los consumidores y los comercios de todo tipo, al permitir aplazar o escalonar el pago de un producto en el momento de la compra y sin intereses, evaluando la solvencia del cliente por un pequeño importe, en tiempo real.

Las nuevas generaciones de consumidores (principalmente Millennials y Gen Z) se encuentran más cómodas con el débito que con el crédito. El crecimiento del comercio electrónico y la adopción de este nuevo método de pago, que repercute directamente en mayores tasas de conversión, está propiciando la adopción de esta opción de pago y financiación globalmente, y, especialmente en América del Norte y Europa, si bien cada vez más está llegando a otras zonas como América Latina.

Los consumidores que ya disponen de tarjetas de crédito, buscan en este modelo la conveniencia de un crédito transparente y sin intereses, perfectamente integrado en el momento y la experiencia de compra y con un enfoque nativo digital. Para los consumidores que sólo tienen tarjeta de débito, o incluso no poseen aún tarjeta alguna, el BNPL representa para ellos una oportunidad de repartir el pago de la compra de forma muy sencilla y rápida, algo a lo que antes no tenían acceso alguno.

El Buy Now, Pay Later (BNPL) se extiende a otras industrias

En su XI Informe de Tendencias en Medios de Pago, Minsait Payments arroja luz sobre el estado actual de un mercado global del BNPL que experimentó un crecimiento significativo en 2021 y que se espera que alcance un valor transaccional global de 680 mil millones en 2025. Pese a su rápida evolución, esta opción de pago y financiación todavía presenta bajos niveles de conocimiento y uso en Europa, a excepción de Reino Unido, donde alcanza al 69% de la población en términos de notoriedad, mientras su uso se extiende al 29%.

En España, el conocimiento y uso de este método de pago desciende al 43% y 15%, respectivamente, alineándose con el comportamiento mostrado por otros países europeos como Italia y Portugal.

Mientras tanto, se intensifica la competencia alrededor de estos servicios de BNPL. Cada vez son más las grandes tecnológicas, plataformas de comercio electrónico y fintechs que los incorporan en su propuesta de valor. Es el caso de Apple, que ha anunciado recientemente la incorporación de su nueva funcionalidad Apple Pay Later en su billetera digital, y que se suma a otras tecnológicas como PayPal o Amazon EE.UU. que también permiten a sus clientes estos pagos flexibles.

La todavía poca diferenciación entre las empresas proveedoras de estos servicios, cuyo modelo se basa esencialmente en poder dividir los pagos en partes iguales y la posibilidad de pagar más tarde, está provocando que muchas de ellas busquen la diferenciación a través de la entrada en nuevos espacios como el sector travel, seguros, sanidad o el comercio B2B. Algunas dan un paso más allá y comienzan a explorar la compatibilidad de la tecnología blockchain y las criptomonedas con el sistema BNPL.

Ante esta expansión y su consiguiente impacto en los pagos establecidos y la concesión de préstamos tradicionales, las entidades financieras se encuentran en la encrucijada estratégica de defenderse de otro desafío fintech o unirse a este nuevo espacio competitivo.

Oportunidad para la banca: ingresos adicionales y mayor satisfacción de los clientes

La banca se encuentra en un momento en el que debe actuar con rapidez para no arriesgarse a que los proveedores específicos de servicios BNPL (Klarna, Affirm, Afterpay, etc.) se apropien de un negocio, la financiación, que generalmente ha estado en sus manos.

La proliferación de estos proveedores de servicios BNPL y la concesión de créditos al consumo ha sido posible también por un vacío regulatorio, si bien es cierto que la demanda de controles regulatorios está aumentando. Países como Reino Unido ya están dando pasos en este sentido para mitigar el riesgo de endeudamiento excesivo por parte de los consumidores.

Algunas de las instituciones financieras con programas de tarjetas de crédito bien establecidos se están moviendo rápidamente para establecer sus propios programas de BNPL. Santander, CaixaBank o Revolut son algunos ejemplos. En lugar de ver el BNPL como una amenaza para los ingresos de los programas de tarjetas, consideran que el nuevo método de pago es clave para la retención de los clientes, y una oportunidad de conseguir cierta inmersión de sus clientes de tarjeta de débito en el terreno de la financiación.

Según Minsait Payments, conforme la regulación entre en vigor, habrá previsiblemente más bancos sumándose a través de asociaciones, adquisiciones o con soluciones propias. Con una base de clientes de decenas de millones, los grandes bancos tienen poco que perder y mucho que ganar si lanzan su propia versión de los populares programas BNPL.

Su larga relación con los titulares de las tarjetas les permite presentar las opciones de BNPL en el momento adecuado durante el ciclo de vida del cliente (por ejemplo, ofreciendo BNPL para muebles nuevos a un cliente que acaba de comprar una casa y adquirir una hipoteca), en lugar de limitarse a intentar convencer al comprador durante la compra. Evidentemente, señalan desde la compañía, a nadie se le escapa que adicionalmente es importante la reflexión a realizar respecto a si es necesario potenciar el negocio de la financiación contextual sin incidir negativamente en el de préstamos al consumo y tarjeta de crédito. Sin embargo, estiman los expertos, la pujanza de las fintechs especializadas en BNPL hacen necesarios pasos adelante por parte de las entidades financieras a fin de preservar la continuidad de los pagos de sus clientes.

Los bancos también pueden aprovechar las relaciones existentes con los comerciantes para construir una propuesta de valor que funcione para todas las partes. Y, a medida que sus programas de BNPL se amplíen, combinando aplazamientos con o sin intereses en función del plazo elegido, podrán combinar la gran cantidad de datos de clientes que ya recopilan con los datos adicionales de las transacciones de BNPL, y el rendimiento de los préstamos (tradicionales y BNPL) a lo largo del tiempo.

En la medida en que los bancos se integren en todo el proceso de compra, más probabilidades tendrán de competir con los proveedores de servicios de BNPL como Klarna, PayPal o Affirm, que por otra parte están evolucionando hacia un modelo Super-App con el objetivo de convertirse en el punto de venta único desde el que ofrecer a los consumidores una experiencia de compra, servicios financieros y pagos integrada y personalizada.

Las tarjetas BNPL virtuales y la activación de aplazamiento sobre tarjetas de débito, última tendencia entre las fintech y bancos emisores de tarjetas

El éxito de las empresas fintech proveedoras de BNPL radica en gran medida en la capacidad de estas de llegar a acuerdos con los comercios online, requiriendo a su vez una cuidada integración para facilitar el *customer journey* a lo largo del proceso de compra, y advirtiendo desde un principio (y no sólo a la hora de efectuar el pago), de la capacidad ofrecida para financiarle si así lo decide. Esto genera en el consumidor, en su viaje por la tienda, la sensación de que podrá comprar más artículos de los que tenía pensado en un principio, ya que podrá aplazarlos sin intereses en varias cuotas, ampliando el ticket de compra, y favoreciendo la experiencia.

Sin embargo, no es fácil llegar a los miles de comercios online del mercado, por lo que las empresas fintech han encontrado en las tarjetas BNPL virtuales de un solo uso un elemento complementario para todos esos comercios en los que la fintech no tiene integrada dicha experiencia de compra. En dichos casos, el consumidor puede solicitar a la empresa BNPL que le genere inmediatamente una tarjeta virtual prepago de un solo uso, por un importe máximo específico, que podrá utilizar en la forma habitual en cualquier comercio online existente.

También las entidades financieras emisoras de tarjetas de débito, por ejemplo, pueden ofrecer a sus clientes adelantadamente la capacidad de usar su propia tarjeta en modalidad BNPL (aplazando sin intereses), en cualquier comercio online o físico existente.

Para ambos casos, es necesario contar con una sofisticada plataforma de medios de pago, que integre tanto capacidades adquirentes para la captura del pago y el abono al comercio, como de emisión de tarjetas digitales y gestión de crédito transaccional para facilitar el pago al cliente. Lo cual permite generar flujos de pago integrados dentro de la experiencia del cliente con la menor fricción posible y dando facilidades de pago.

Adicionalmente, el Open banking y la agregación financiera es clave para poder facilitar el on-boarding y el scoring del cliente aportando datos fiables de forma online, lo cual permite otorgar la financiación de forma ágil y segura.

Acerca de Minsait Payments

Minsait Payments (<https://www.minsaitpayments.com>) es la filial de medios de pago de Minsait que ofrece capacidades en procesamiento y soluciones innovadoras de pagos digitales. La compañía apuesta por un modelo de procesamiento transversal orientado a empresas con una naturaleza tecnológica, ya sean fintech, bancos, retailers o grandes tecnológicas. Minsait Payments cuenta con más de 25 años de experiencia y un equipo de más de 1.000 profesionales especializados en pagos. Actualmente, ofrece servicios a más de 50 clientes en 15 países de Latinoamérica y Europa y procesa más de 220 millones de tarjetas en todo el mundo.

Acerca de Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la compañía de Indra líder en transformación digital y Tecnologías de la Información. 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.

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 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 2021, Indra tuvo unos ingresos de 3.390 millones de euros, más de 52.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.