



PAGOS FÍSICOS CON TERMINALES POS



Créditos

Pagos físicos con terminales POS: ¿Cómo Latinoamérica ha adaptado una de las primeras tendencia de pagos; por una de las más seguras, tecnológicas y confiables?

Realizado y distribuido por:

Kushki | www.kushki.com | [LinkedIn/Kushki](https://www.linkedin.com/company/kushki)

Fuentes principales de información:

- Mordor Intelligence
- Mckinsey & Company
- Minsait Payments
- PCMI y Statista
- Mastercard
- Worldpay

Redacción y Contenido:

Estefania Cervantes Reyes

Diseño y Diagramación:

Lina Rodríguez Arévalo

Índice

01 Latinoamérica y su relación con los medios de pagos presenciales.

Pág. 04

- Pagos con terminales POS para compras físicas. (09)
- Tendencias en el mercado de terminales POS. (11)
- Pagos en efectivo para compras físicas. (12)
- Pagos con tarjetas de débito y crédito para compras físicas. (14)
- Pagos con billeteras digitales para compras físicas. (15)
- Pagos contactless para compras físicas. (17)

02 México y su relación con los medios de pagos presenciales.

Pág. 20

- Pagos en efectivo para compras físicas. (21)
- Pagos con terminales POS para compras físicas. (23)
- Billeteras digitales para compras físicas. (27)
- Pagos con tarjetas de débito y crédito para compras físicas. (32)
- Pagos contactless para compras físicas. (33)

03 Chile y su relación con los medios de pagos presenciales.

Pág. 36

- Pagos con terminales POS para compras físicas. (39)
- Pagos en efectivo para compras físicas. (41)
- Pagos con tarjetas de débito y crédito para compras físicas. (44)
- Pagos con billeteras digitales para compras físicas. (46)
- Pagos contactless para compras físicas. (48)

04 Colombia, Perú y Ecuador, y su relación con los medios de pagos presenciales.

Pág. 50

- Efectivo y tarjetas de débito y crédito. (50)
- Pagos contactless para compras físicas. (54)
- Billeteras digitales y pagos móviles. (56)

05 Conclusiones

Pág. 62

- ¿Qué nuevas e innovadoras estrategias deben considerarse para que el ecosistema de pagos financiero en Latinoamérica fluya de la mejor manera?. (62)

06 Somos Kushki

Pág. 65

01 Latinoamérica y su relación con los medios de pagos presenciales

En los últimos años, LATAM ha experimentado una transformación significativa en el uso de **tecnologías financieras**, impulsada por el **crecimiento del comercio electrónico**, la **inclusión financiera** y el **avance de la infraestructura de pagos digitales**. Entre las innovaciones más notables se encuentra el uso de **terminales de punto de venta (POS)** para **pagos presenciales**, que ha facilitado una **mayor adopción de tarjetas de débito y crédito** en una variedad de sectores.



Países como **Brasil, México, Argentina y Colombia** han liderado **esta tendencia**, destacándose por la rápida expansión del uso de **terminales POS**, apoyados por **políticas regulatorias** y una **creciente demanda** por parte de los consumidores y comercios.

Las dinámicas del mercado de pagos presenciales en LATAM, han sido marcadas por una **fuerte competencia entre bancos, fintechs y proveedores de servicios tecnológicos**. La creciente adopción de soluciones de **pago sin contacto y la integración de medios de pago digitales con terminales POS**, han redefinido las interacciones **entre consumidores y comercios**. Sin embargo, estas dinámicas también han expuesto **ciertos desafíos que continúan siendo barreras para la expansión equitativa de estos servicios, como:**

La falta de infraestructura en áreas rurales:

La **disparidad tecnológica** entre áreas urbanas y rurales presenta una barrera significativa. En las zonas rurales, **el acceso limitado a internet y la baja penetración de dispositivos POS** obstaculizan la adopción de estas tecnologías.

Los altos costos de transacción y de la implementación de tecnología POS:

Aspectos que continúan siendo un obstáculo para su adopción masiva, **especialmente para pequeños y medianos negocios**.

La informalidad económica:

Prevalece en la región, donde una proporción significativa de los negocios **opera fuera del sistema formal**, sin acceso a servicios financieros.

Exclusión financiera:

Aunque se ha avanzado en la inclusión financiera, muchos individuos en América Latina aún no cuentan con **cuentas bancarias ni acceso a tarjetas de débito o crédito**, lo que dificulta su participación en este ecosistema de pagos.

Resistencia cultural:

En muchos casos, los consumidores y comerciantes **prefieren seguir utilizando el efectivo debido a la percepción de seguridad y comodidad**.

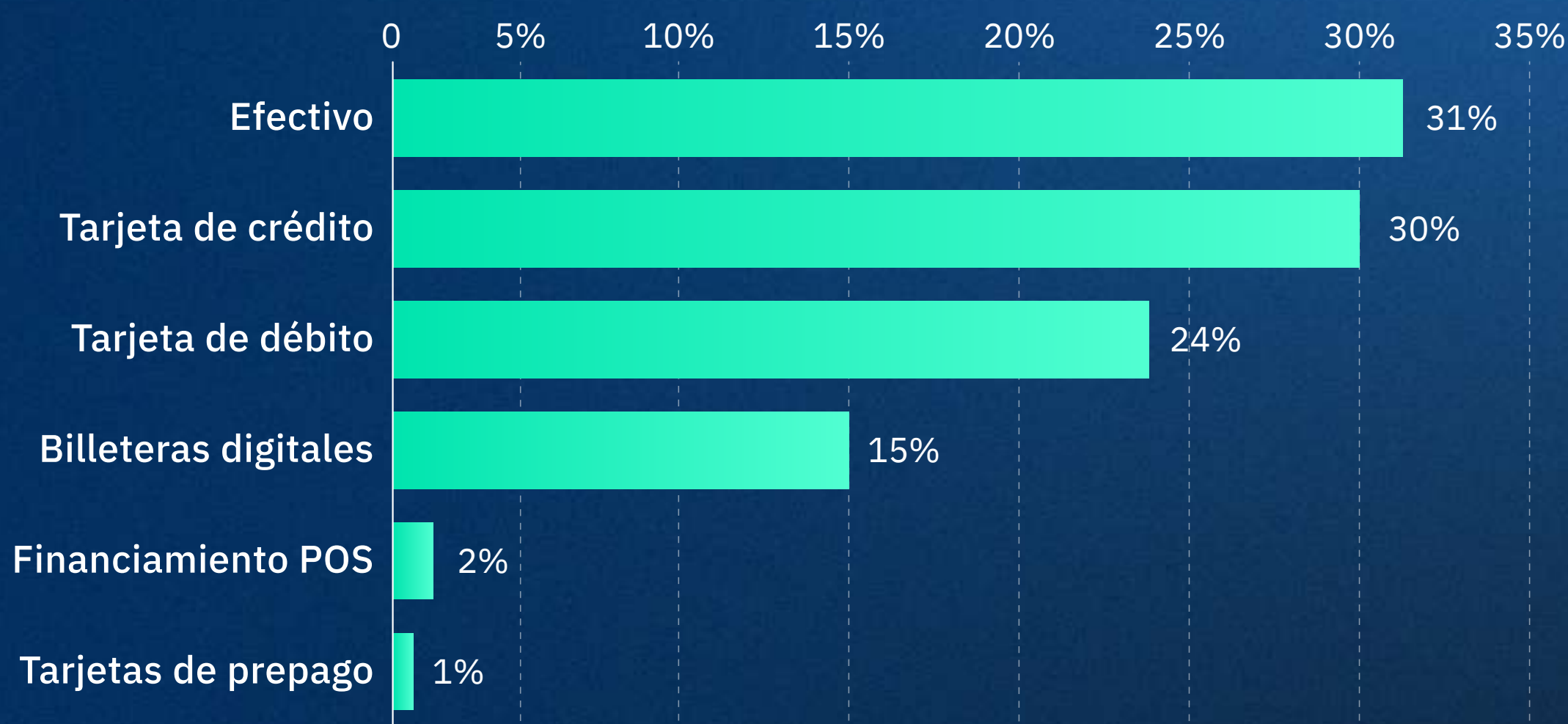
A pesar de estos **desafíos**, existen grandes **oportunidades**. Uno de los aspectos más prometedores es el **crecimiento de las fintechs**, que están proporcionando **soluciones de pago más accesibles y asequibles**, tanto para **pequeños comercios y sus consumidores**, como para **grandes industrias**.

Estas empresas están introduciendo **terminales móviles POS, sistemas de pago vía QR y otras tecnologías que no requieren de la infraestructura tradicional de los bancos**, facilitando la digitalización de pagos para **negocios informales y en áreas rurales**. Además, el uso creciente de **tecnologías contactless** y la aceptación de **billeteras digitales** que ofrecen nuevas oportunidades para diversificar los medios de pago.

Entre los aspectos y pasos relevantes para acelerar el uso de **terminales POS**, se encuentran:

- La **regulación favorable** que varios gobiernos están impulsando para promover la **inclusión financiera y la digitalización de la economía**.
- Programas que **fomentan la bancarización**.
- **Subsidios para la adopción de tecnologías** financieras y políticas que reducen los costos de transacción.
- La **educación financiera está** emergiendo como una oportunidad clave para reducir la resistencia cultural y generar confianza en los pagos on-line, ayudando tanto a consumidores como a pequeños negocios a aprovechar los beneficios de estas herramientas.

Medios de pago en punto de venta (POS) en Latinoamérica



Fuente: WorldPay, 2023. | PCMI

Finalmente, el **impacto** de los **pagos con tarjetas y otros medios a través de terminales POS** en la economía de LATAM es innegable. El uso de estas tecnologías **ha promovido la formalización de pequeños negocios, mejorando la seguridad, la transparencia en las transacciones**, y han reducido la **dependencia del efectivo**. En términos de **inclusión financiera**, la expansión de estos medios de pago ha **permitido que más personas puedan acceder al sistema financiero formal**, mejorando su acceso al crédito y otros servicios financieros esenciales. Esto no solo incrementa la productividad y competitividad del comercio, sino que también **contribuye a la reducción de la desigualdad económica en la región**.



En este estudio, analizaremos el **comportamiento y la evolución del uso de tarjetas y otros medios de pago presenciales a través de terminales POS** en América Latina con un foco especial en 5 países de la región. Por medio de este análisis, se busca entender **las dinámicas del mercado, identificar los retos y oportunidades, y evaluar el impacto de estos medios de pago en la economía y en la inclusión financiera de la región y por país**.

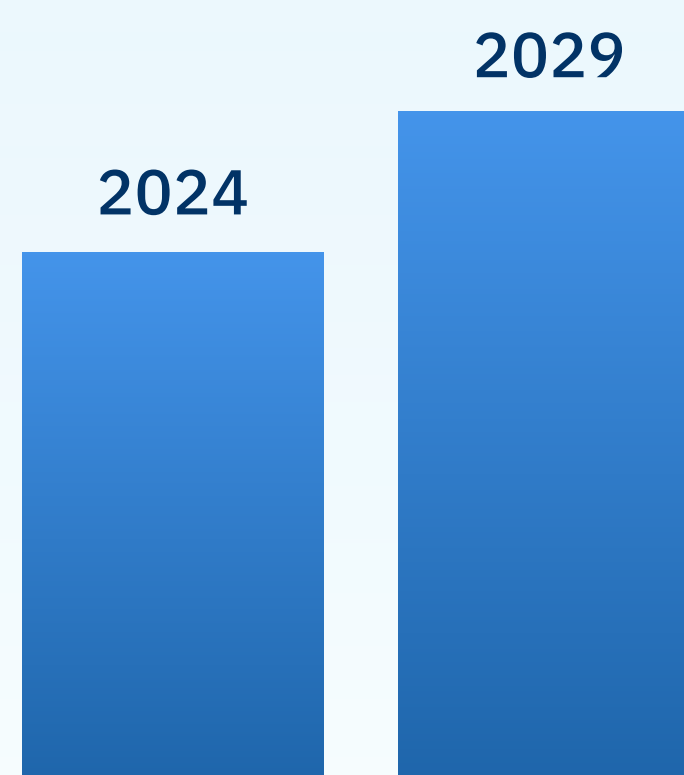
Pagos con terminales POS para compras físicas en Latinoamérica

El mercado de **terminales POS** ha experimentado un **crecimiento significativo** en los últimos años, debido a su capacidad para ofrecer un **mayor retorno de inversión y facilidad de acceso**. Estos sistemas, que facilitan transacciones en sectores como retail, hostelería, transporte y banca, se han vuelto cada vez más importantes para **empresas de todos los tamaños**.

Según un estudio de Mordor Intelligence, donde realizaron un estudio tomando como base la brecha del 2019 al 2029, se espera que el mercado de **terminales POS en América Latina** registre una tasa de crecimiento anual compuesta (**CAGR**) del 6.2 % durante el período de **2022 a 2027**.

Mercado de Terminales POS en Latinoamérica por tamaño de mercado

- ◆ CAGR: 6.20%
- ◆ Periodo de estudio: 2019-2029
- ◆ Fuente: Mordor Intelligence





Uno de los **principales impulsores del mercado** es el **bajo costo de propiedad** en comparación con otros canales de pago. **Los sistemas POS avanzados son más duraderos y confiables**, lo que reduce costos operativos y aumenta la demanda de estas soluciones, especialmente en empresas pequeñas y medianas.

Sin embargo, **uno de los desafíos** para el crecimiento del mercado es la **seguridad**, ya que los **terminales POS**, al estar conectados a redes e internet, son vulnerables a ataques que buscan acceder a **información sensible**; como datos de tarjetas y PIN, lo que puede dar lugar a fraudes y clonación de tarjetas **si no cuentan con diversas certificaciones de seguridad robustas**.

Tendencias en el mercado de terminales POS en Latinoamérica



mPOS:

Según los expertos, los terminales de punto de venta móvil están ganando una cuota de mercado significativa. Estos dispositivos conectan smartphones mediante Bluetooth y permiten aceptar pagos sin necesidad de estar ligados a una caja registradora fija.



La fusión entre el retail físico y en línea:

La combinación de ambas, crea una estrategia de ventas omnicanal en los negocios, que también está impulsando el crecimiento de estas terminales.



Opciones de pago contra entrega:

Las plataformas de e-commerce, han aumentado la adopción de terminales mPOS. Sin embargo, la protección de datos es fundamental.



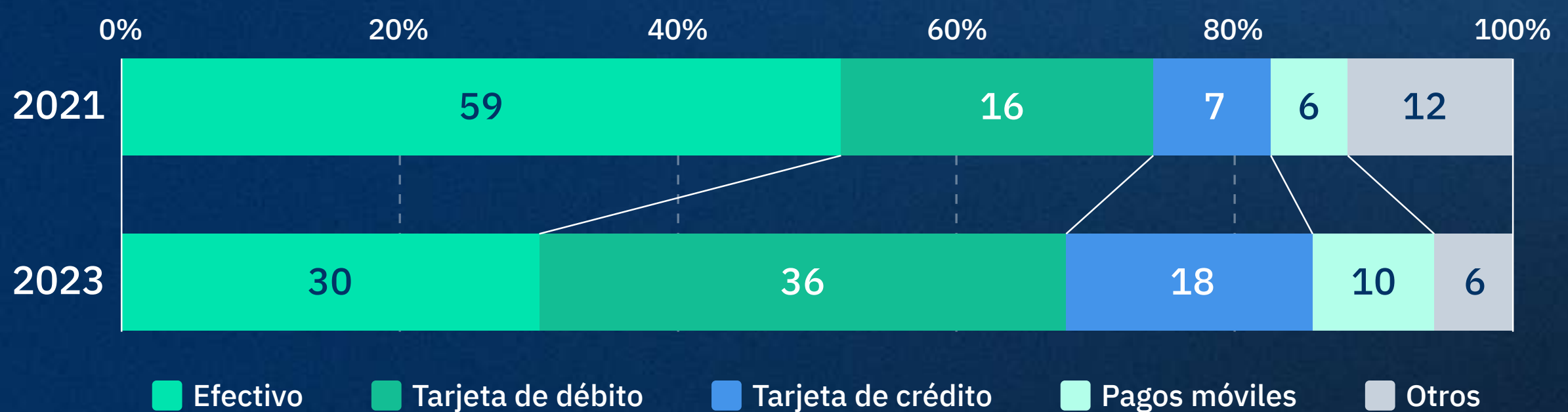
Presencia de mPOS en aumento:

A medida que las empresas lanzan más productos para satisfacer la creciente demanda de medios de pago sin contacto, más usuarios podrán cubrir sus necesidades sin recurrir a otros medios de pago.

Pagos en efectivo para compras físicas en Latinoamérica —

Un estudio de *Mckinsey & Company* muestra una comparativa entre los medios de pagos físicos más utilizados entre los latinoamericanos de habla hispana entre el año **2021 y el 2023**. Durante el **2021**, se entrevistaron a habitantes de ocho países: Argentina, Chile, Colombia, República Dominicana, Ecuador, Guatemala, Panamá y Perú. Y para **2023**, se sumaron Costa Rica y Uruguay, logrando una encuesta representativa de alrededor del **60% del PIB de Hispanoamérica**. Según estas encuestas, **el porcentaje de personas que eligieron el efectivo como medio de pago preferido se redujo hasta la mitad**, mientras que la proporción de entrevistados que mencionó un método distinto del efectivo, como; tarjeta de débito, de crédito o pagos móviles, creció más del doble en 2 años.

Las tarjetas de débito reemplazan al efectivo como medio de pago preferido en LATAM en menos de 2 años



Fuente: Mckinsey & Company

◆ Innovar o morir:

Como ya hemos presenciado, en el mundo de los negocios, debes adaptarte a cualquier cambio o desafío que pueda llegar a hacer a los negocios obsoletos. **La desaparición o la caída de industrias gigantes por no renovarse es impresionante.** Tales fueron los casos de:

- Blockbuster contra Netflix
- Taxis contra Uber
- Kodak contra LG, Samsung, Sonic y Panasonic
- Nokia contra los Smartphones táctiles
- Blackberry contra iPhone

Como estos ejemplos, hay muchísimos más. Lo que nos demuestra que una compañía líder de toda una industria, puede perder absolutamente todo, **por el miedo al cambio y a la innovación.**

Pagos con tarjetas de débito y crédito para compras físicas en Latinoamérica —

Quienes mostraron preferencia por las **tarjetas de débito** mencionaron factores como la **rapidez** en los pagos, la **facilidad** de uso, un **mayor control** sobre sus gastos y la posibilidad de **obtener descuentos** en comercios.

En cuanto al uso de las **tarjetas de crédito**, las personas que prefieren pagar con ellas, lo hacen principalmente por dos razones: **la posibilidad de acceder a crédito de calidad**, que permite financiamiento en cuotas mensuales con tasas de interés relativamente bajas, y los **programas de fidelidad**, que ofrecen beneficios como puntos, millas, descuentos o devoluciones de dinero (cashback).

En la gráfica anterior, podemos notar como la notoriedad de las **tarjetas aumentó en 2023** en comparación al uso del **efectivo** para las **compras presenciales**, siendo las **tarjetas de débito**, el **principal medio de pago para la región**. Esto puede deberse a que en Latinoamérica, la **banca tradicional** pide **demasiados requisitos y condiciones** para tramitar una tarjeta de crédito, **sumado a que** las y los habitantes de la región, creen que al contar solo con una tarjeta de débito, pueden **controlar mejor sus gastos** diarios y mensuales.

Pagos con billeteras digitales para compras físicas en Latinoamérica

Las **billeteras digitales** han empezado a consolidarse en la mayoría de los países de América Latina desde el fin de la pandemia, por lo que su adopción es relativamente reciente. En términos tecnológicos, **se distinguen entre dos tipos principales**: las *billeteras tokenizadas* basadas en tarjetas, como **Apple Pay** y **Google Pay**, y las que almacenan un saldo en efectivo o vinculan tarjetas a cuentas bancarias.



Las **billeteras digitales o soluciones de pago móvil** cada día ganan tracción conforme se generaliza el pago contactless en los comercios físicos y crece la modalidad de pago a través de las aplicaciones.

Un estudio del Banco Mundial indica que el **42% de los adultos en América Latina utiliza pagos sin contacto en comercios** y el 11% ha adoptado recientemente este formato.

Además, la plataforma Statista, espera que **el número de usuarios latinoamericanos de billeteras digitales supere los 605 millones**, lo que colocaría a la **región en tercer lugar** en el ranking de uso de estas soluciones, por detrás de China y África.

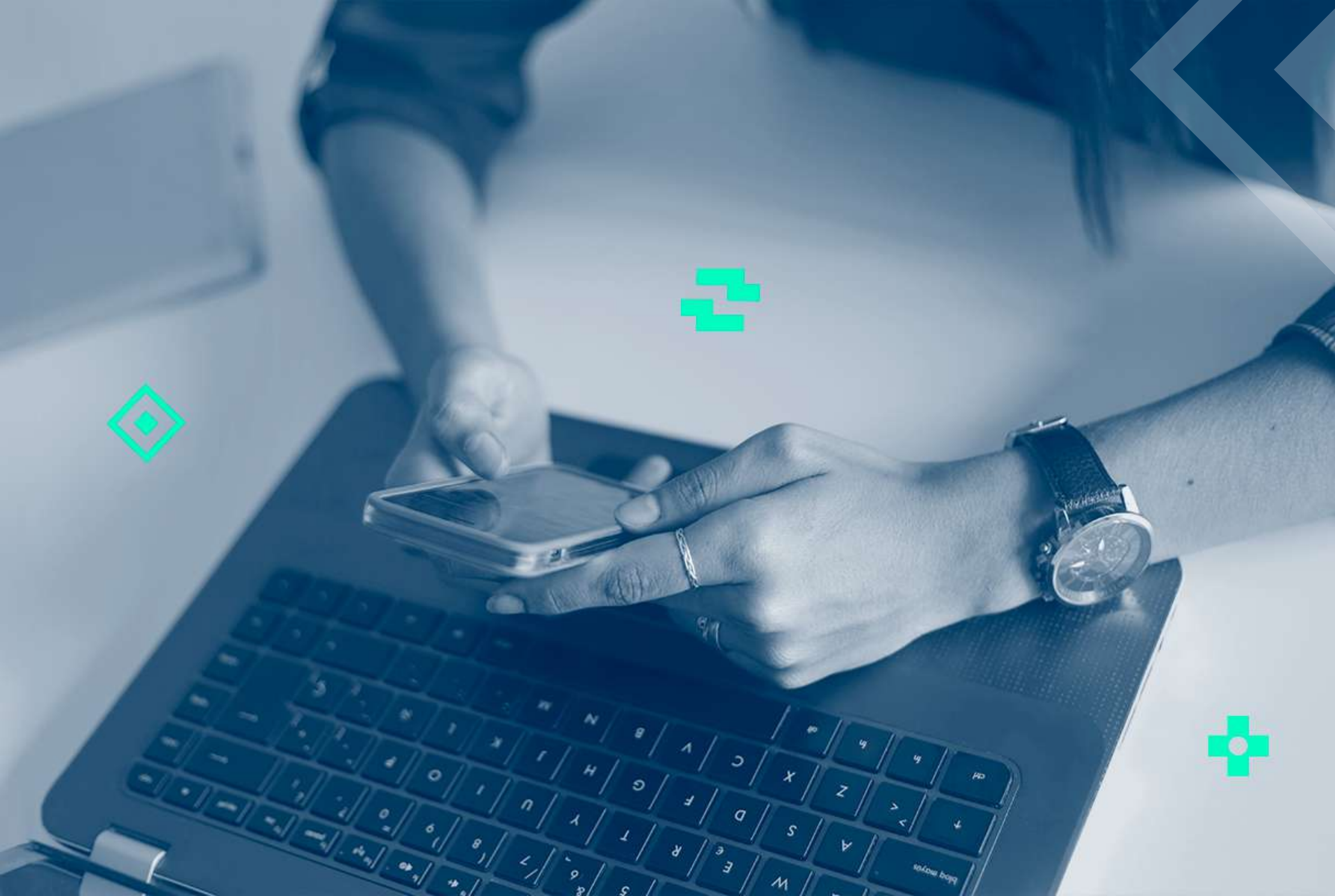
Pagos contactless para compras físicas en Latinoamérica —



Según Mastercard, el **75% de los teléfonos** están habilitados con una tarjeta para realizar pagos contactless.

Las **billeteras digitales** integradas en smartphones no solo facilitan las compras en línea, sino que también **mejoran la experiencia del cliente en tiendas físicas**, ya que el comprador sólo necesita acercar o tocar su teléfono cerca del lector, que capturará los datos del titular y finalizará el pago.

Aunque **la adopción de pagos sin contacto es baja** aún, con solo un **5% de uso**; cuando esta opción está disponible, los consumidores tienden a utilizarla. Estos pagos son rápidos y sencillos.

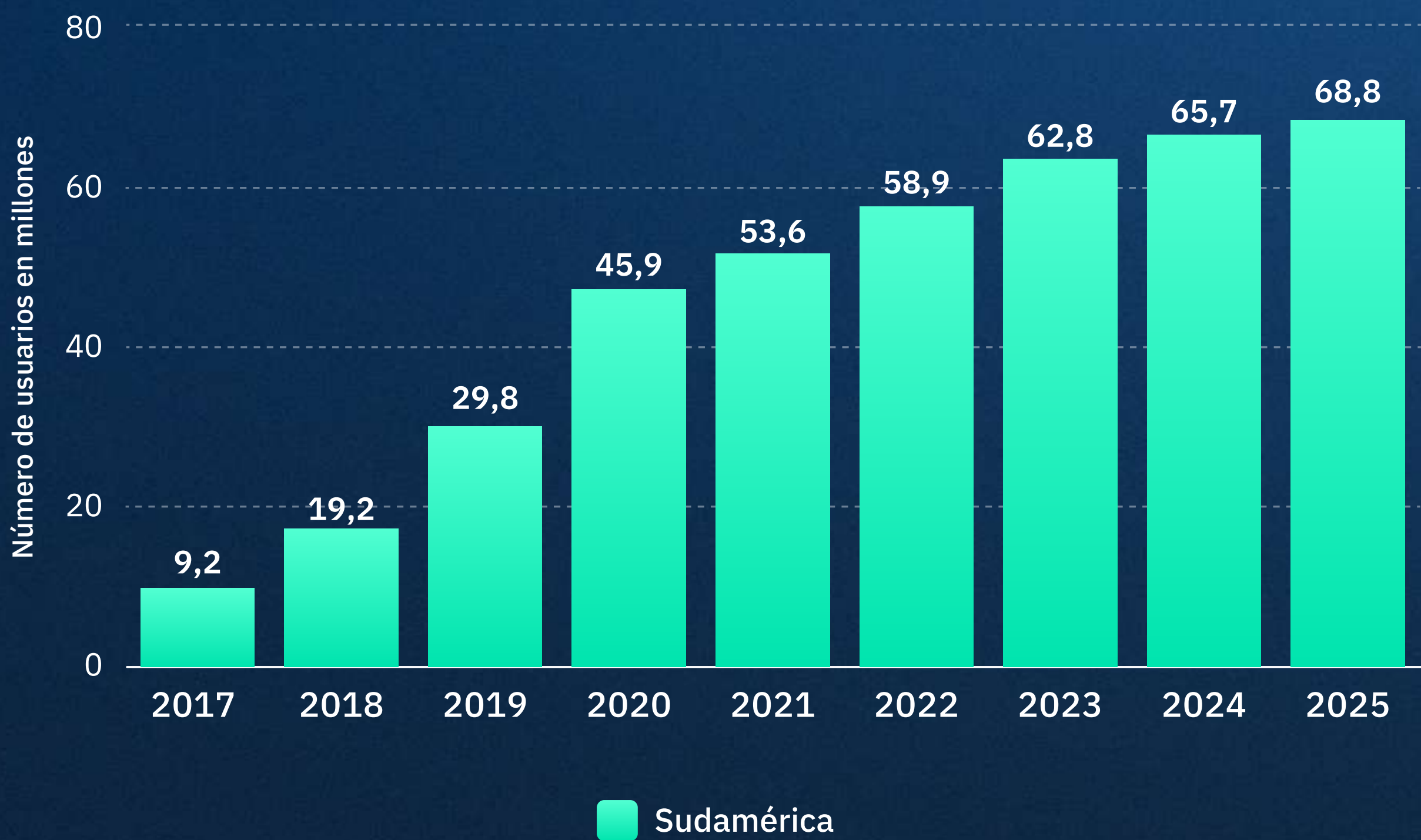


Además, **permiten a los consumidores gestionar tanto pagos en tienda como en línea** con un solo método. Quienes prefieren esta forma de pago disfrutan de la **comodidad de hacer compras físicas** llevando **solo su smartphone**, sin necesidad de cargar con una billetera o bolso.

Los **pagos sin contacto** también ofrecen una **gran seguridad**, puesto que los **datos del titular de la tarjeta no quedan expuestos**, y los **smartphones cuentan con medidas** de seguridad avanzadas, **como la encriptación y la tokenización**, que reemplazan los números de cuenta por códigos aleatorios.

Con tantas innovaciones, nuevos mercados, tecnología en seguridad y la comodidad para los usuarios, los pagos en terminales POS de punto de venta avanzan año con año por la región sudamericana, con un estimado de 68.8 millones de usuarios para el 2025.

Número de usuarios de pagos en terminal punto de venta móviles en Latinoamérica de 2017 a 2025, por región (en millones)



Fuente: ©Statista 2024

02 México y su relación con los medios de pagos presenciales

México es uno de los países más grandes e importantes de la región; a pesar de eso, se distingue por su gran relación con el **efectivo**. Algunos de los factores principales para que esta tendencia continúe son bastantes similares a los de toda la región; la baja bancarización entre la población adulta, la poca o nula confianza en las instituciones bancarias, y el comercio informal que abarca (por bastante) el porcentaje mayor de tipos de tamaños de empresas en México.

Pero a pesar de eso, **estamos entrando a una nueva era**; una donde las generaciones más grandes comienzan a tomar menor relevancia en la rueda que mueve a los grandes mercados e industrias, para abrir paso a las nuevas tecnologías; y en que las y los más jóvenes, ahora disfrutan sus compras; **físicas con terminales POS**, como en **línea** con **total seguridad** y sobre todo, **comodidad**.



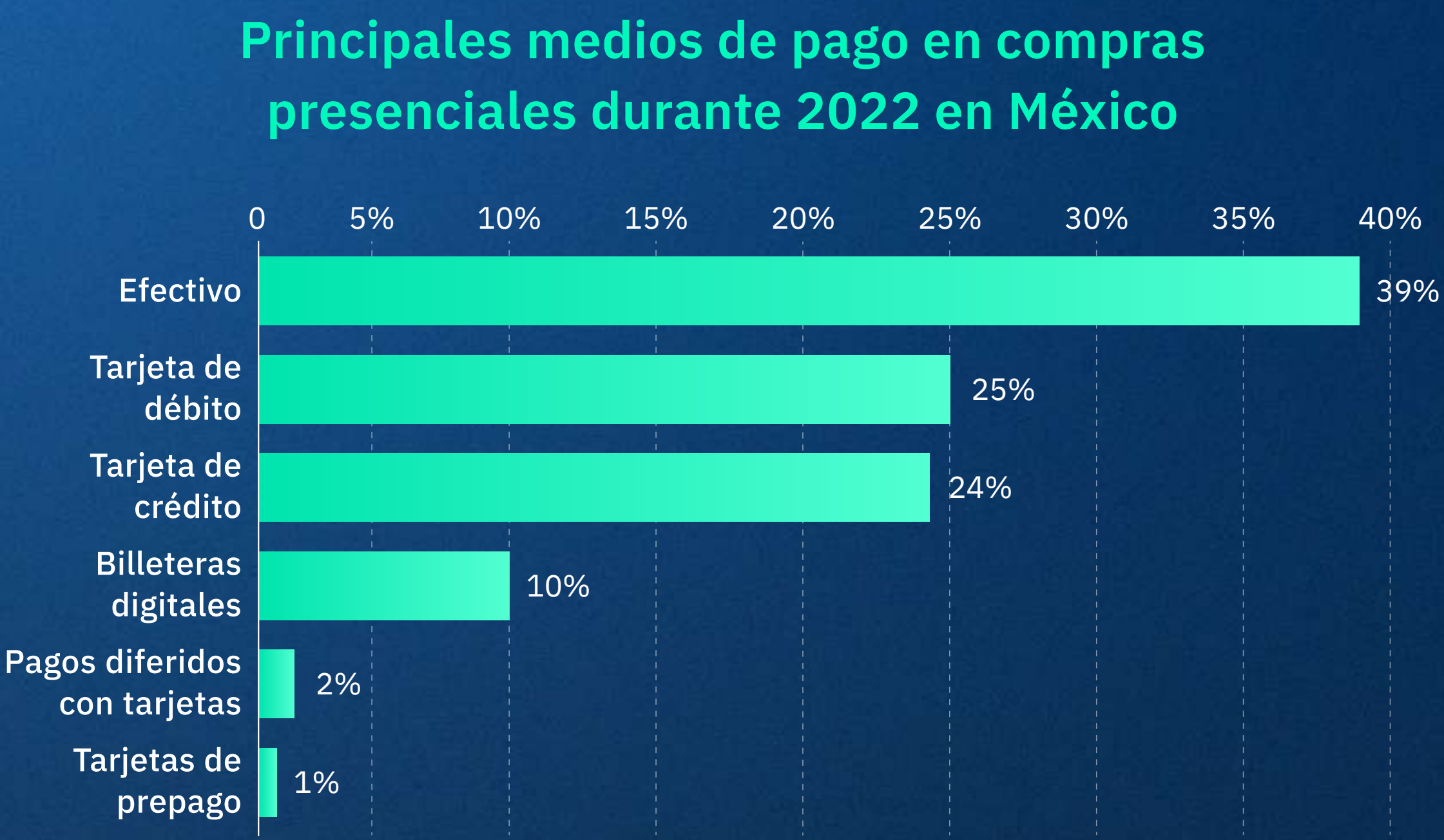
Pagos en efectivo para compras físicas en México

En 2017, el uso del efectivo en el país era del **76%**; cifra que ha **descendido considerablemente a partir del 2020**, año en el que el mundo entero tuvo que adaptarse por consecuencia de la pandemia del COVID-19. No solo las grandes industrias, los comercios físicos, en línea, pequeños y medianos negocios; también los usuarios.



El otro **24%** de medios de pago en puntos físicos de venta, se dividen entre; tarjetas de débito, tarjetas de crédito, billeteras digitales, pagos con tarjetas a meses con y sin intereses y tarjetas de prepago.

Pero los números cambian constantemente. Según PCMI, durante 2022; estos fueron los porcentajes de los principales medios de pago para compras presenciales en México:



Fuente: WorldPay, 2023. | PCMI

Ahora, las predicciones de la plataforma Statista, sobre el uso de medios de pago en tiendas físicas para el 2027 en México apuntan los siguientes porcentajes:

Proyección por medios de pago en compras presenciales para el 2027 en México

◆ Efectivo: 34%

◆ Tarjetas de débito: 22%

◆ Tarjetas de crédito: 24%

◆ Billeteras digitales: 17%

◆ Pagos diferidos con tarjetas: 2%

◆ Tarjetas de prepago: 1%

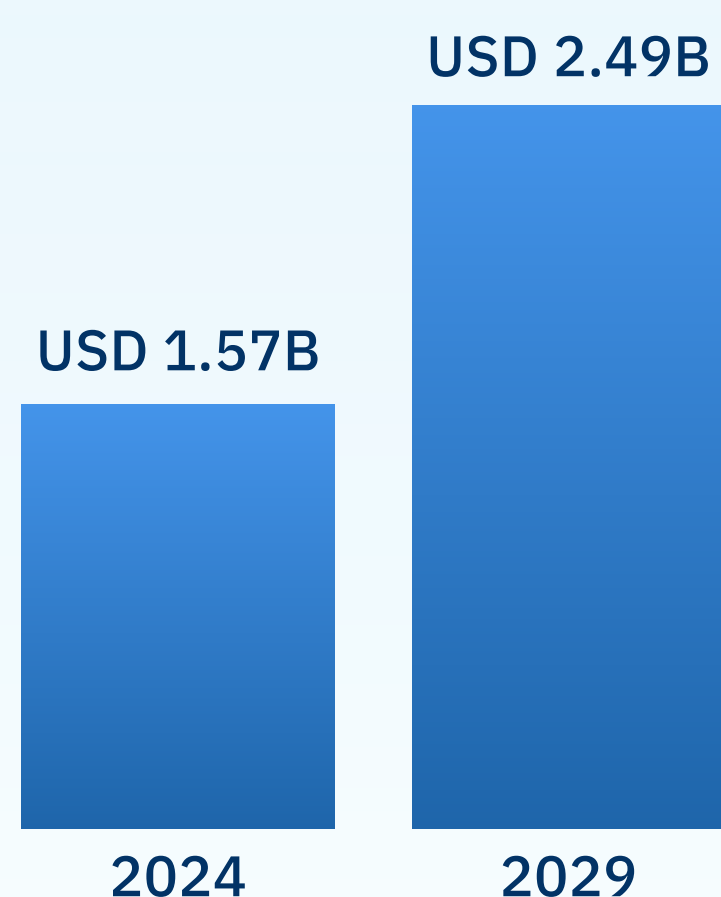
Pagos con terminales POS para compras físicas en México

Para México, la segunda economía más grande de todo LATAM, se proyecta que el mercado de **terminales POS** alcanzará un valor de **\$1.57 mil millones de dólares en 2024** y llegará a los **\$2.49 mil millones de dólares en 2029**, con una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 9.69%.

En este estudio elaborado por *Mordor Intelligence*; se cubren tanto **terminales POS fijos, como móviles**, utilizados en sectores como el comercio minorista, la hotelería, la salud, entre otros.

Mercado de terminales POS en México en billones de USD

- ◆ CAGR: 9.69%
- ◆ Periodo de estudio: 2019-2029
- ◆ Fuente: Mordor Intelligence



Los **sistemas POS** han evolucionado de simples dispositivos transaccionales, a soluciones integradas que se conectan con otras herramientas de las plataformas de pagos para las empresas. Esta innovación permite a los usuarios **gestionar de manera más eficiente tanto sus ingresos como su inventario**, gracias a la información comercial proporcionada.

Entre los principales beneficios de las terminales POS destacan:

- Precisión en las transacciones.
- Menores costos de mantenimiento.
- La capacidad de llevar un control de inventarios en tiempo real.

El sector de **comercio minorista**, es el que está experimentando una mayor adopción de **terminales POS en México** y se prevé que este segmento tenga un peso considerable en el país. Con la reapertura de tiendas físicas en distintas partes de la república, el sector retail está experimentando una recuperación gradual que los lleva a evitar largas filas, retrasos y una solución que garantiza ampliar sus ventas gracias a la aceptación de diversos medios de pago con las **terminales POS**.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el gasto del consumidor en México creció un **1.5% intertrimestral en el 2Q de 2022** alcanzando los **\$12.76 billones de pesos mexicanos** (\$655.9 mil millones de USD).

Además, la opción de pago contra entrega que ofrecen varias plataformas de comercio electrónico ha generado un incremento en la adopción de **terminales POS móviles**.

◆ Tendencias del mercado POS en México

Se espera que el uso creciente de tarjetas como medio de pago sea un factor importante para el crecimiento del mercado. **La expansión de las fintech y los bancos digitales, los proveedores de pagos y más, está aumentando la competencia** y el uso de **tarjetas de débito en México**. A diferencia de Estados Unidos, donde predominan las tarjetas de crédito, en América Latina, y particularmente entre personas con menores ingresos, el uso del efectivo ha sido más común. No obstante, en **México se ha visto un cambio hacia el uso de tarjetas de crédito** gracias a la creciente digitalización.

Aunque el aumento no necesariamente es alto año tras año, **este tipo de pagos continuará aumentando** y no desaparecerá pronto gracias a las **nuevas tecnologías, la inclusión financiera, las fintechs, nuevas empresas financieras y el acceso al internet** que están incursionando a las **nuevas generaciones para tramitar tarjetas**, ya sean de **débito o crédito**.



Adoptar **nuevas y mejores herramientas con amplias soluciones de pago**, abre un mundo de posibilidades para los negocios; ya que todas y todos los mexicanos tienen sus propias razones para comprar y utilizar sus medios de pago favoritos, por lo que todas las industrias, comercios, PYMES, etc. deben estar preparados con **una plataforma integral** que además de aceptar **más medios de pago**, ofrezca una **seguridad robusta**, transacciones sin fricciones y una **alta tasa de aceptación** para no dejar ir ninguna venta.

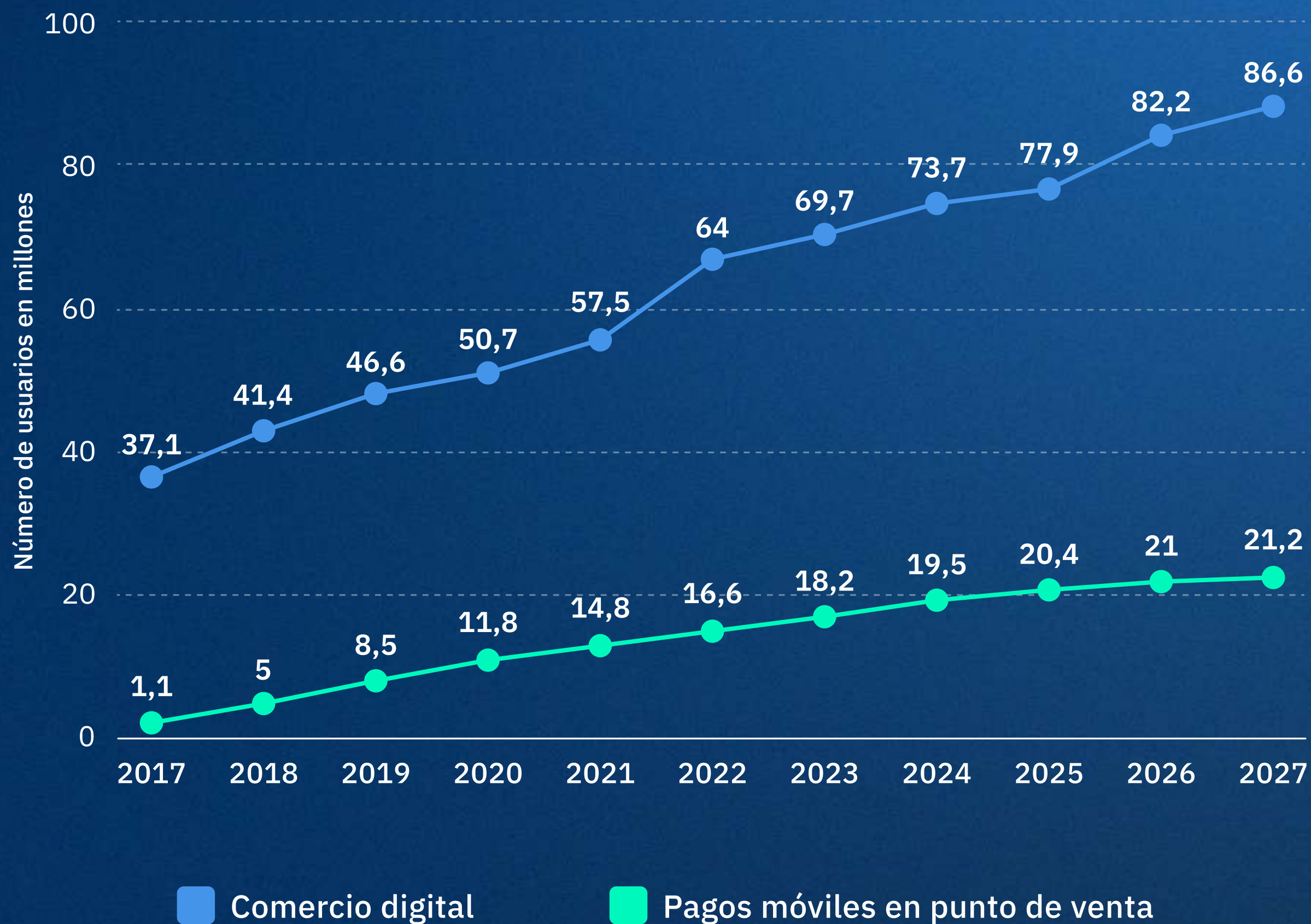
Billeteras digitales para compras físicas en México

En México, **las billeteras digitales** han crecido a un ritmo muy lento en años anteriores, pero es a partir del **2021** donde los números comienzan a crecer a un ritmo mucho más acelerado. El informe de Statista muestra que, de contar con tan solo **7% en 2021** del market share, la tendencia indica que para el **2027**, el número ya haya ascendido a **17%**.

En la siguiente gráfica proporcionada por *Statista*, observamos que para este **2024**, **los pagos móviles o con billeteras digitales** acaparan casi el **20% de usuarios**, mientras que la del **comercio digital** toma las riendas con casi **74%**.

A pesar de que el comercio electrónico sigue superando en número de usuarios a los **pagos móviles en puntos de venta**, esta correlación puede tener que ver con la **novedad**, **nuevas tendencias**, **nuevo público meta**, la **comodidad** y otros factores **generacionales**.

Número de usuarios de pagos digitales en México de 2017 a 2027 por tipo de pago (en millones)



Fuente: Statista Digital Market Insights | ©Statista 2024

Según una encuesta de Capterra, el **82%** de los encuestados confirmó que tiene una tarjeta de crédito o débito configurada en una **billetera digital**, lo que demuestra la confianza en este método de pago.



El uso de billeteras digitales es más común entre los jóvenes: **8 de cada 10 usuarios mexicanos son menores de 35 años**. El **78%** de los usuarios de smartphones entre **26 y 35 años utilizan esta forma de pago**, y un **74%** de los consumidores de entre **36 y 45 años también lo hace**, lo que mantiene las cifras elevadas.

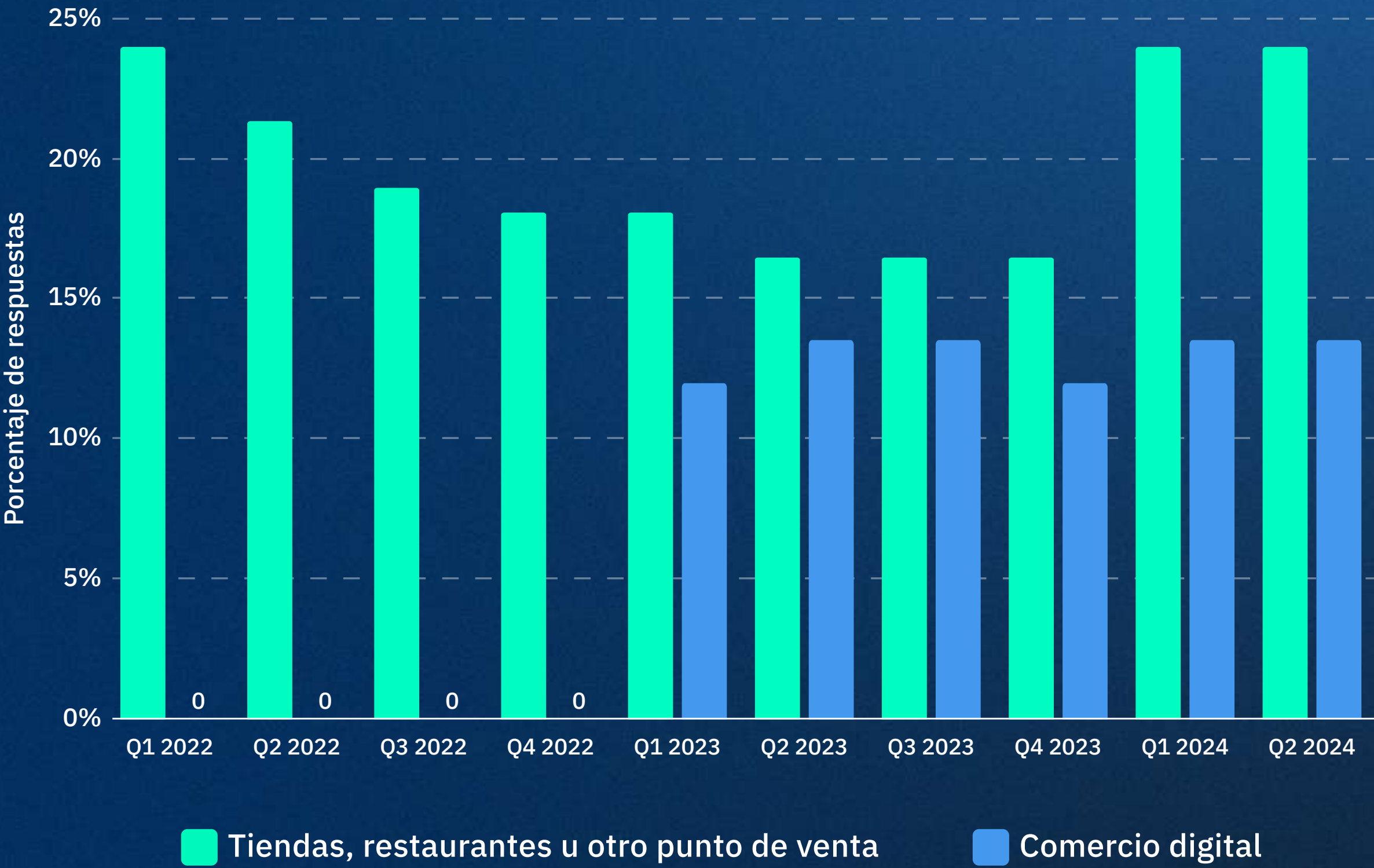
El reporte *Uso y Tendencias de Moneda Digital: La billetera México 2022*, que contó con **la participación de 1,000 personas mayores de 18 años** familiarizadas con las **billeteras digitales**, reveló que **695 participantes las utilizan**, y de ese grupo, **630 las emplean específicamente para pagos con tarjetas de crédito o débito**.



Además, al cierre de **2023**, uno de cada diez usuarios de internet en México, de entre **18 y 64 años**, ya ha utilizado Apple Pay para realizar pagos en tiendas **físicas y restaurantes**, lo que representa el doble del **5%** registrado en el primer trimestre de **2022**.

El uso de *Apple Pay* para **pagos en tiendas en México fue mayor en 2024** en comparación con inicios de **2022**, reflejando un aumento en la adopción por parte de los consumidores. Las cifras se refieren a la proporción de encuestados que indicaron haber usado *Apple Pay* en los últimos 12 meses, ya sea para **transacciones en puntos de venta mediante dispositivos POS móviles** en tiendas, restaurantes, o para compras en línea.

Uso de Apple Pay en pagos en línea y presenciales del 1er cuatrimestre del 2022 al 2do cuatrimestre del 2024



Fuente: Statista Digital Market Insights | ©Statista 2024

El **18%** de los encuestados en México **afirmaron haber usado Apple Pay en un punto de venta entre julio de 2023 y junio de 2024**, mientras que un **13%** adicional indicó que lo utilizó para pagos en línea durante el mismo periodo.



Otra de las billeteras digitales más utilizadas y de renombre en México, es *Google Pay*. **Su adopción para pagos en línea en México fue mayor en 2024** que a principios de 2020, lo que indica un uso creciente entre los consumidores. Esto de acuerdo con dos preguntas diferentes realizadas a lo largo de múltiples encuestas de *Consumer Insights de Statista*. Las cifras que se muestran aquí se refieren a la proporción de encuestados que indicaron haber utilizado *Google Pay* en los últimos 12 meses, ya sea para transacciones en puntos de venta con un dispositivo móvil en tiendas y restaurantes o para compras en línea. Ninguno de los encuestados de México indicó haber utilizado Google Pay en un punto de venta entre julio de 2023 y junio de 2024, y otros **tres de cada 10** dijeron haber utilizado Google Pay durante ese mismo periodo para pagos en línea.

Pagos con tarjetas de débito y crédito para compras físicas en México

Según un informe publicado por *Statista* en marzo del 2024, las compras físicas o presenciales con **tarjetas de crédito y débito**, se sitúan en segundo y tercer lugar consecutivamente, sólo por detrás del efectivo en los medios favoritos de pago en las y los mexiquenses. Durante el periodo del 2020 al 2023, observamos variaciones entre ambos medios, donde las tarjetas de débito lograron superar a las de crédito. Aunque para el **2023**, las **tarjetas de crédito tomaron relevancia nuevamente**, alcanzando a las tarjetas de débito con **24%** cada una; y **se espera** que para el **2027**, suban de nuevo de puesto con un **24%**, comparado con el **22%** de las tarjetas de débito.

Cuota de mercado de pagos en puntos de venta (POS) en México del 2017 AL 2023, con proyección para el 2027

Medio de pago	2017	2019	2020	2021	2022	2023	2027
Efectivo	76%	71%	45%	41%	39%	38%	34%
Tarjeta de débito	10%	14%	23%	24%	25%	24%	22%
Tarjeta de crédito	8%	13%	17%	22%	24%	24%	24%

Pagos contactless en México

El pago sin contacto, también conocido como **tecnología contactless**, es un sistema de comunicación inalámbrica de corto alcance que permite la transferencia de información entre dos dispositivos cercanos, para la autorización de un pago.

Este método de pago utiliza tarjetas sin contacto, smartphones y terminales con **tecnología NFC** (Near Field Communications), que se identifican fácilmente con el ícono de cuatro líneas onduladas en la parte frontal de la tarjeta. Así, ya no es necesario insertar la tarjeta en la terminal para completar la transacción.

◆ Algunas de las ventajas del pago sin contacto son:

- Rapidez y simplicidad en las transacciones.
- Registro de movimientos bancarios en tiempo real.
- Pagos en línea disponibles las 24 horas del día, todos los días.
- Con *Google Pay* y *Apple Pay*, los datos de tu tarjeta no se comparten con el comercio.

Un reporte del banco *BBVA*, informó que actualmente, unos **60 mil comercios en México** aceptan pagos **mediante código QR**, y se espera que para **2026** haya **96 millones de usuarios activos** utilizando esta tecnología.



Los sectores más comunes que ya utilizan este medio de pagos sin contacto son:

- Comercio minorista (retail)
- Transacciones cotidianas
- Entretenimiento y eventos
- Turismo



Un dato muy llamativo que la marca *Visa* reporta, es que las y los mexicanos **usan más los pagos sin contacto cuando están en el extranjero, que cuando están en el país.** La empresa destaca que mientras un **70% de las transacciones** de mexicanos **fuera del país se hace vía contactless**, apenas un **5% lo usa dentro del país.** Esto puede deberse a diversos factores, como:

- El **desconocimiento** por parte de los negocios y sus empleados de esta nueva tecnología.
- **Terminales POS obsoletas** que no admiten este tipo de transacciones.
- La **desconfianza** por utilizar un medio de pago tan sencillo y ágil.
- Brecha generacional entre los medios tradicionales y alternativos.

03 Chile y su relación con los medios de pagos presenciales

Chile es uno de los países de latinoamérica más avanzados en cuestión de **tecnología en pagos e inclusión financiera**, por lo que no es de sorprenderse que el **efectivo** en este país; esté en tercer lugar, mientras las tarjetas cobran terreno como **el método preferido para compras presenciales**, con la **tarjeta de débito** ocupando el primer lugar.

Un reporte del *Banco Central de Chile*, muestra los diversos **tipos de medios de pago** entre las y los chilenos para pagar diversos productos o servicios. En la tabla podemos observar que cuando se trata de **gastos más grandes**, los **usuarios prefieren utilizar sus tarjetas de débito**, mientras que para los **gastos pequeños**, utilizan el efectivo.

Medio de pago preferido por las y los chilenos al pagar:

 Retail	 Comercio Minorista	 Ferias	 Estaciones de combustible	 Servicios básicos	 Transporte público
68,5% T. débito	50,2% T. débito	86,3% Efectivo	45,9% T. débito	32,6% Efectivo	55,7% Efectivo
14,9% Efectivo	45,9% Efectivo	4,2% T. débito	14,9% Efectivo	30,2% T. débito	7,7% T. débito
14,4% T. crédito	2,5% T. crédito	0,4% T. crédito	6,2% T. crédito	2,2% T. crédito	0,8% T. crédito

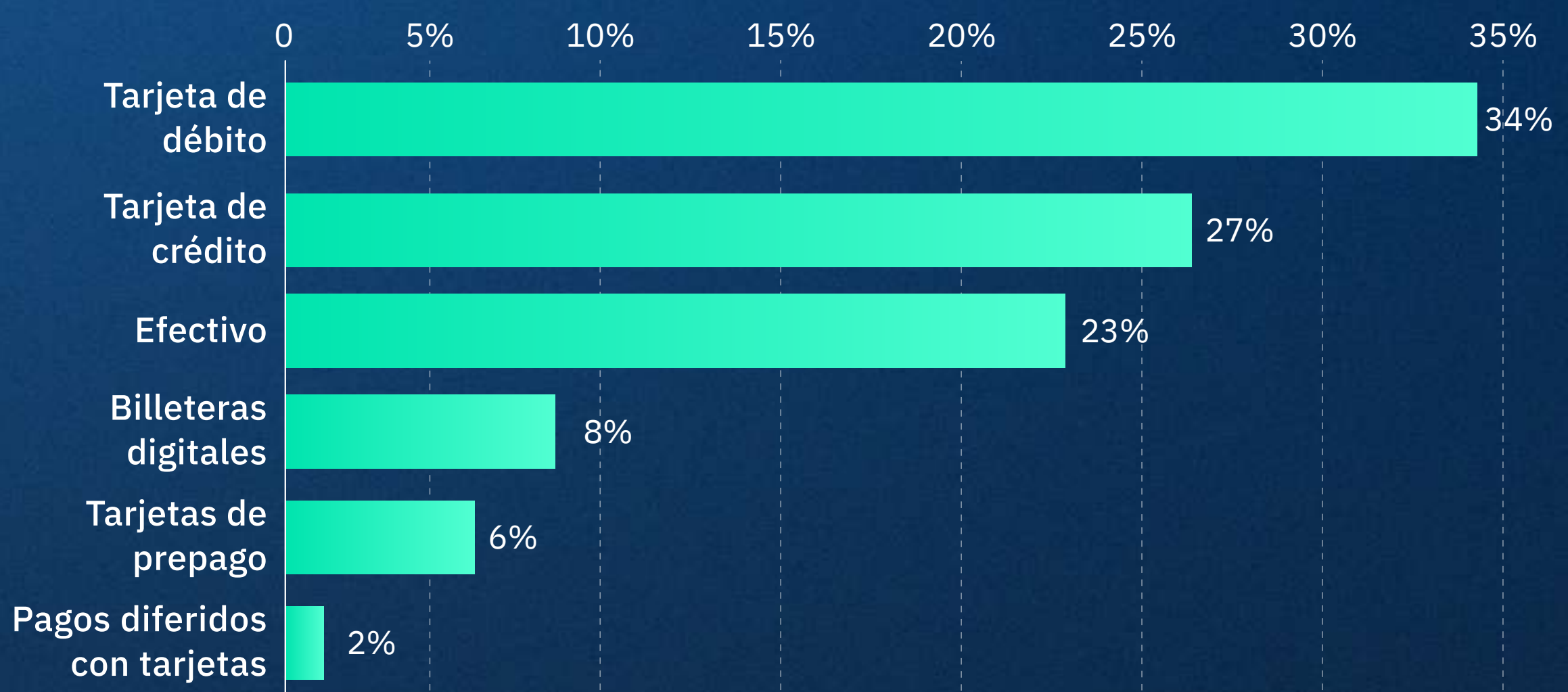
El mismo informe señala los datos demográficos dependiendo del tipo de medio de pago. Aquí las **tarjetas de crédito toman más valor y alcanzan un 4,7% de preferencia** entre las personas jóvenes de **niveles socioeconómicos altos**, que **viven en la zona sur** del país y en la **capital** de Chile, **Santiago**. En cambio, el **efectivo**, es preferido por el **segmento etario mayor de 60 años**, de nivel **socioeconómico bajo**, de la **zona norte** y del **centro** del país.

Preferencias de medios de pago por datos demográficos:

 Tarjeta de débito	 Dinero en efectivo	 Transf. electrónica	 Tarjeta de crédito
42,9% lo prefiere	42,5% lo prefiere	8,9% lo prefiere	4,7% lo prefiere
52,5% 18 - 29 años 54,6% NSE Alto 48,6% Santiago, CL 46,3% Zona Sur	67,9% +60 años 66,1% NSE Bajo 56,4% Zona Norte 53,9% Zona Centro	13,3% 30 - 35 años 10,1% 18 - 29 años 13,9% NSE Alto	52,5% NSE Alto 54,6% Zona Centro 48,6% Santiago, CL

Otro informe de *PCMI* basado en los estudios de Worldpay, **los pagos presenciales en Chile con tarjeta de débito** continúan y continuarán a la alza gracias al poder tecnológico con el que este país cuenta y su **perseverancia gubernamental por bancarizar** a toda su población adulta sin necesidad de hacer los procesos y trámites que la banca tradicional solicita.

Medios de pago presenciales preferidos por las y los chilenos durante 2022



Fuente: WorldPay, 2023. | PCMI

Pagos con terminales POS para compras físicas en Chile

El market share del uso de los distintos medios de pago en las **terminales POS** en el país andino se divide de una manera muy particular, ya que dentro de este estudio; entre los países seleccionados, **Chile es el único que no tiene a los pagos en efectivo en primer lugar.**

En cambio; durante **2023**, el uso de las **tarjetas de débito, crédito, las billeteras digitales y las tarjetas de prepago**, dominaron los pagos presenciales en los puntos de venta con; **37%, 26%, 10% y 4%** consecutivamente.

La **tarjeta de débito** se mantiene como el **medio de pago utilizado** mayoritariamente en los rubros asociados al **retail y estaciones de combustibles**; mientras que el **efectivo** predomina como **medio de pago** en **ferias y transporte público (regiones)**, así como también en lo más reciente (post pandemia) ha recuperado terreno en **el comercio minorista y en el pago de los servicios básicos.**



Como ya mencionamos, Chile es un país que ha venido destacándose en los últimos años por su **innovación tecnológica** y su **alta tasa de bancarización**, tanto así que tan solo del **2019 al 2023**, pasaron de un market share del 51% en efectivo, a tan solo **22%**, tan solo 7 puntos porcentuales de llegar a la mitad de la cuota del mercado **en 5 años**.

Proyección de la cuota de mercado del uso de diversos medios de pago en puntos de venta para Chile 2027





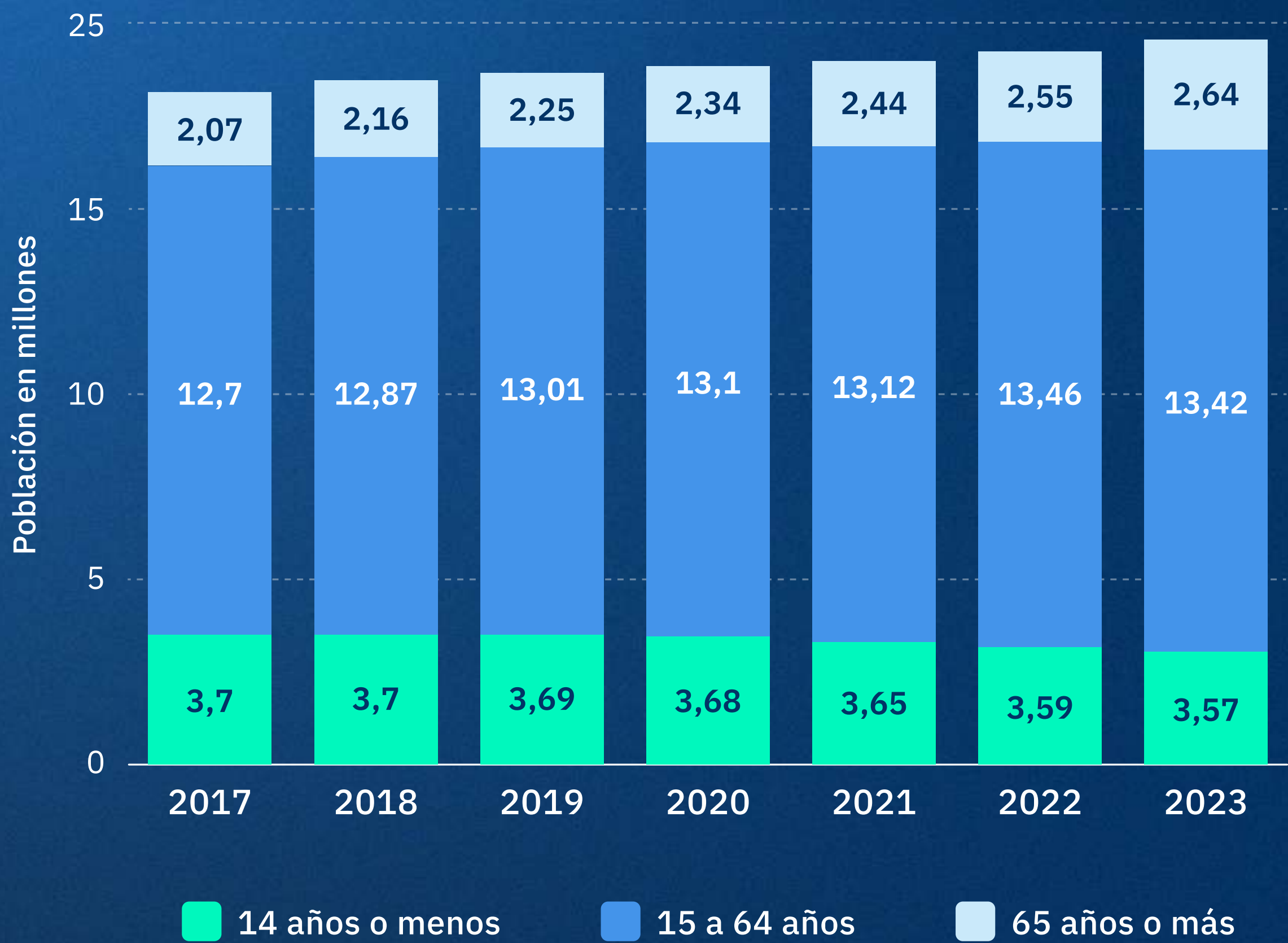
Pagos en efectivo para compras físicas en Chile

Como se ya se habló en puntos anteriores; **el uso de efectivo en Chile para las compras presenciales es el más bajo** en este estudio con tan solo **17%** de market share en las proyecciones para el **2027**.

Esta diferenciación conforme a los demás países de Latinoamérica, se debe a varios factores, y es que para comenzar; Chile, un país de **19.960.889 habitantes**, se destaca como **uno de los más tecnológicos de la región** sólo después de Brasil y México, y es el país líder en desarrollo de tecnología IA.

Además, la población general en Chile **se concentra en tres generaciones**, las X, Y y Z. Después, está la **población más joven con 14 años** o menos; que, desde el **2010**, ha sido una **población mayor** a la generación Baby Boomers. Este dato demográfico demuestra que **el bajo uso de efectivo en Chile**, también se debe a que la **población de mayor edad**, quienes son los que prefieren ese medio de pago, **son cada vez menos en el país**.

Desglose de la población total de Chile de 2017 a 2022, por grupos de edad (en millones de habitantes)

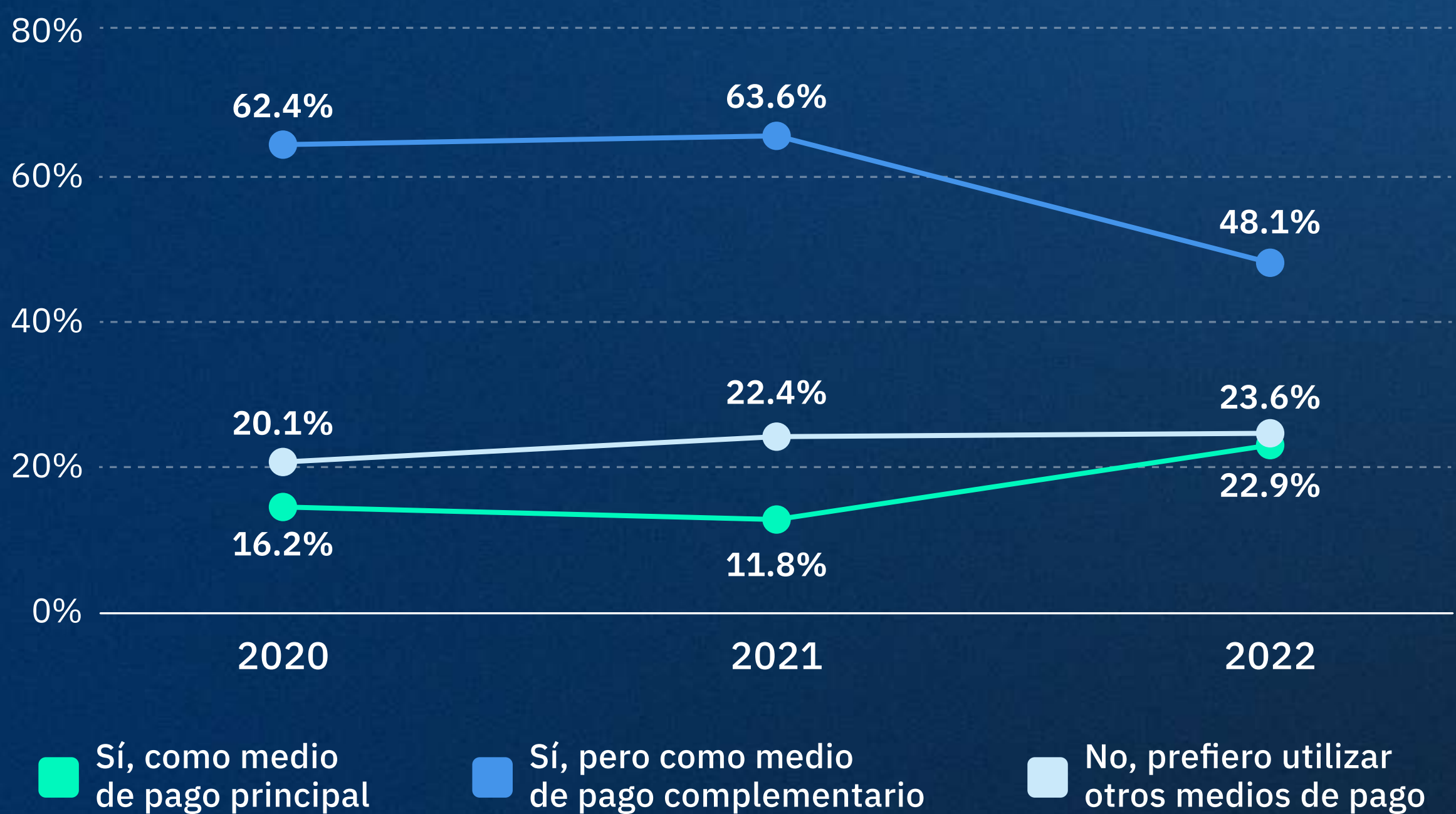


Fuente: Statista Digital Market Insights | ©Statista 2024

Otro dato interesante pero, lógico; es que las y los chilenos, a medida que **aumenta el gasto**, la preferencia por **los pagos en efectivo disminuye** (*destacando una mayor preferencia del efectivo en montos entre \$5.000 y \$10.000*) y **aumenta** el de las tarjetas de débito, crédito y las transferencias electrónicas.

En el mismo estudio del *Banco de Chile*, realizaron una encuesta de una **proyección a 5 años del 2018 al 2022** sobre el uso de **efectivo**. Los resultados arrojaron que este medio de pago sería el más bajo; mientras que, **los usuarios que prefirieron no utilizarlo** y en su lugar, usaron otros medios de pago, **lideraron la proyección con un 48.1% para el 2022**. Los datos demuestran que efectivamente el uso del efectivo está perdiendo valor cada vez más en este país.

Proyección basada en una encuesta a 5 años (2018-2022) sobre el uso del efectivo en Chile



Fuente: Statista Digital Market Insights | ©Statista 2024

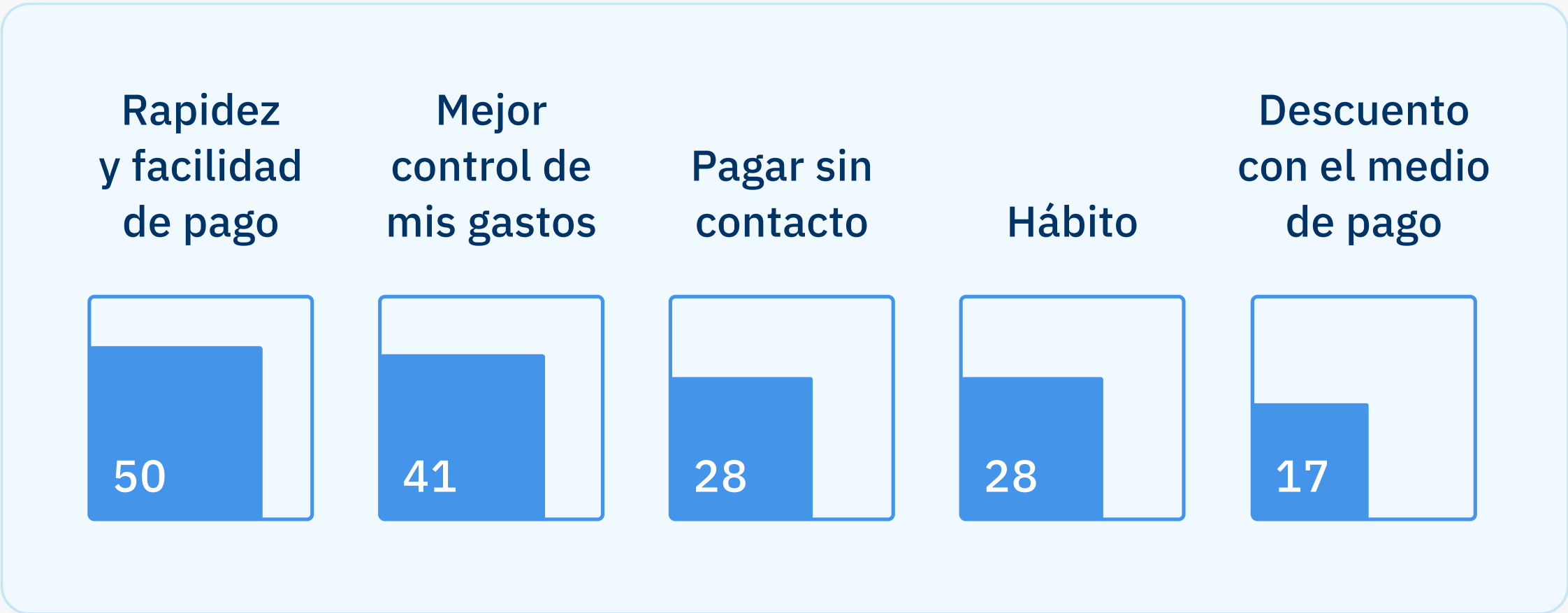
Pagos con tarjetas de débito y crédito para compras físicas en Chile

Chile es un ejemplo destacado en la promoción de la inclusión financiera mediante el uso extendido de tarjetas de débito. BancoEstado, el banco estatal chileno, jugó un papel crucial al facilitar el acceso a estas tarjetas con la creación de la "Cuenta RUT". Esta cuenta incluye una tarjeta de débito sin costo de mantenimiento, que se gestiona de manera digital y está vinculada al número de identificación nacional de cada ciudadano. Actualmente, el programa cuenta con 13,7 millones de usuarios, lo que equivale a cerca del 70% de la población. Esto provoca que la trayectoria de las tarjetas de débito mantengan un crecimiento sostenido desde 2017.

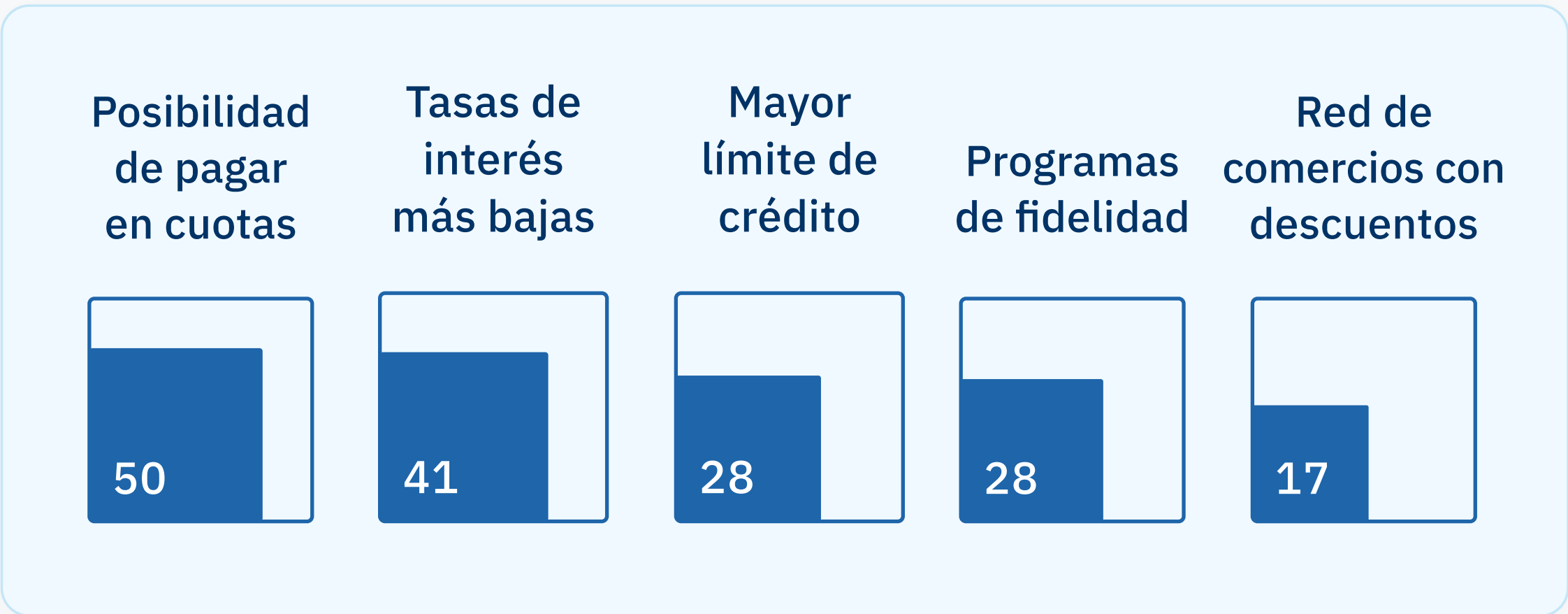
En la siguiente gráfica de *McKinsey & Company*, podemos observar las principales razones por las que las y los habitantes chilenos, prefieren utilizar sus tarjetas de débito y crédito.

Entre las **razones más destacables** del uso de la **tarjeta de débito**, resalta su **facilidad de uso**, mientras que las de **crédito**; el poder **pagar en cuotas** con intereses bajos.

Principales razones para pagar con tarjetas de débito para las y los chilenos en 2023



Principales razones para pagar con tarjetas de crédito para las y los chilenos en 2023



Además, como mencionamos al inicio de este punto, **las tarjetas de débito son el medio de pago preferido de las y los chilenos para sus compras presenciales**, y es, por mucho, el país con el índice más alto de Latinoamérica con **81%**. Y en segundo lugar, encontramos a **República Dominicana con 55%**, un abismo del **26% de diferencia**.

Pagos con billeteras digitales para compras físicas en Chile —

En este largo país latinoamericano; ya es extremadamente común que **los consumidores ya no lleven sus tarjetas con ellos**, y **utilicen su teléfono inteligente (smartphone)** para realizar pagos con la tarjeta que tengan registrada en **billeteras digitales**, como *Google Pay* y *Apple Pay*. Esta tendencia hacia transacciones más tecnológicas, facilitadas en gran medida por el uso de monederos, está actualmente aún más consolidada en otros países como Colombia y Perú.



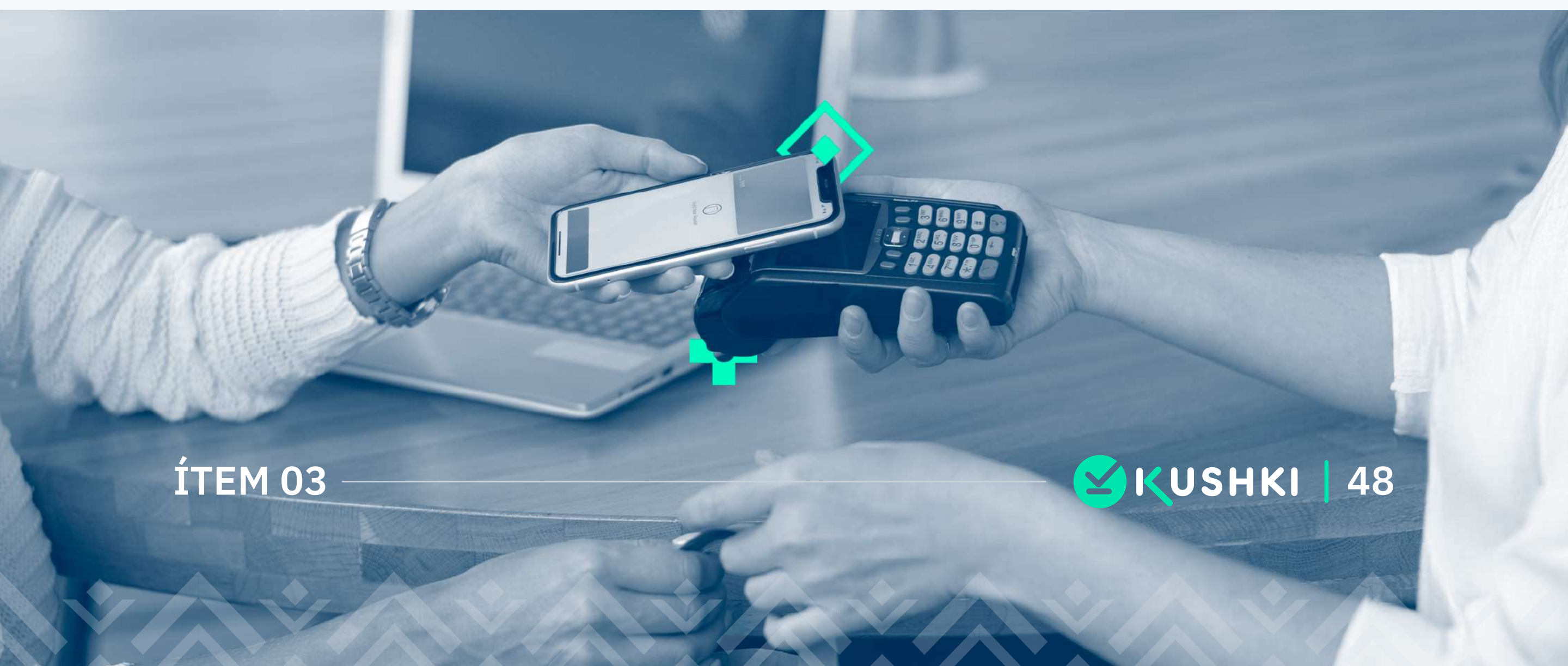
A pesar de esto, las proyecciones de crecimiento para las **billeteras digitales** en el país son positivas, con un aumento de dos puntos porcentuales en **2022**. Según Worldpay, están ganando terreno frente al efectivo, cuya participación en las compras presenciales en Chile disminuyó del **27% en 2021 al 23% en 2022**.

Además; en **diciembre del 2022**, casi el **90%** de las transacciones presenciales con tarjetas Visa se realizaron con tecnología sin tarjeta presente. En tanto, se estima que para el **2027**, las **billeteras digitales** ya hayan **superado al efectivo** con un **23% de participación** contra el **17%** del uso del **efectivo**, según Statista.

Pagos contactless para compras físicas en Chile

Durante el **2020**, el volumen de compras por **pagos sin contacto** en Chile alcanzó el **50% de penetración** junto con **Costa Rica**, mientras Perú le sigue con un **28%**.

Según un estudio publicado por *Visa* en **2021**, en ocho países de Latinoamérica y el Caribe, **más del 50% de las transacciones presenciales** ya se realizan con tecnología sin contacto. En esta lista, Chile se destaca como líder regional, con una penetración del **84% en pagos "contactless"**, seguido de cerca por **Costa Rica y Guatemala**, con más del **70%**. Panamá y Bermudas se ubican entre el **60% y el 70%**.



Por su parte, en un informe de *Mastercard* del **2024**, anunció que a partir de finales de abril de este año; los pasajeros de algunas líneas de autobuses chilenas, podrán **pagar sus pasajes** directamente en los torniquetes de las estaciones, **utilizando tarjetas físicas, virtuales, prepago o mediante billeteras digitales en dispositivos móviles como celulares o relojes inteligentes**. Este sistema de pago sin contacto permitirá realizar transacciones de manera **simple, segura y confiable** para los habitantes de Chile.



Esta es la primera vez que se implementa este tipo de pago en el **transporte público de Chile**, gracias a un **proyecto tecnológico de clase mundial** que se equipara a los sistemas de transporte de ciudades como Londres, Nueva York, Ciudad de México, São Paulo, Roma y Madrid. **El modelo de pagos abiertos en el transporte público responde a una tendencia creciente hacia soluciones de pago inteligentes**, que hacen de las ciudades lugares más accesibles y amigables para los ciudadanos.

04 Colombia, Perú y Ecuador, y su relación con los medios de pagos presenciales —————

◆ Efectivo y tarjetas de débito y crédito

Colombia es un país altamente bancarizado y acostumbrado a utilizar otros medios de pago. Aún así, como en la mayoría de países de Latinoamérica, **el uso del efectivo continúa entre el top 3** de las soluciones de **pago preferidas** por las y los colombianos.

Las proyecciones de *Statista*, afirman que para el **2027**; el uso del efectivo en pagos presenciales predomine con un **29%**, mientras en segundo y tercer lugar, se encuentran las **tarjetas de crédito y débito con 22% y 19%** respectivamente.

En **Perú**, las proyecciones son muy similares a las de su país vecino, Colombia. Se espera que para el **2027, el efectivo** haya descendido 6 puntos porcentuales a comparación del **2023 con 28%**, mientras las **tarjetas de crédito y débito**, acaparán el **23% y el 17%** respectivamente.



Sobre la penetración de este medio de pago; en esta comparativa, notamos que **Perú**, es el país con mayor penetración en ambos tipos de tarjetas, con **94%** para las de **débito** y **93.1%** para las de **crédito**. En segundo lugar para **las tarjetas de débito** tenemos a **Colombia** con un **89.5%** y a **Ecuador** con el **83.5%**. En el caso de las tarjetas de crédito, **Ecuador** rebasa a Colombia con **85.9%** contra **84.5%**.

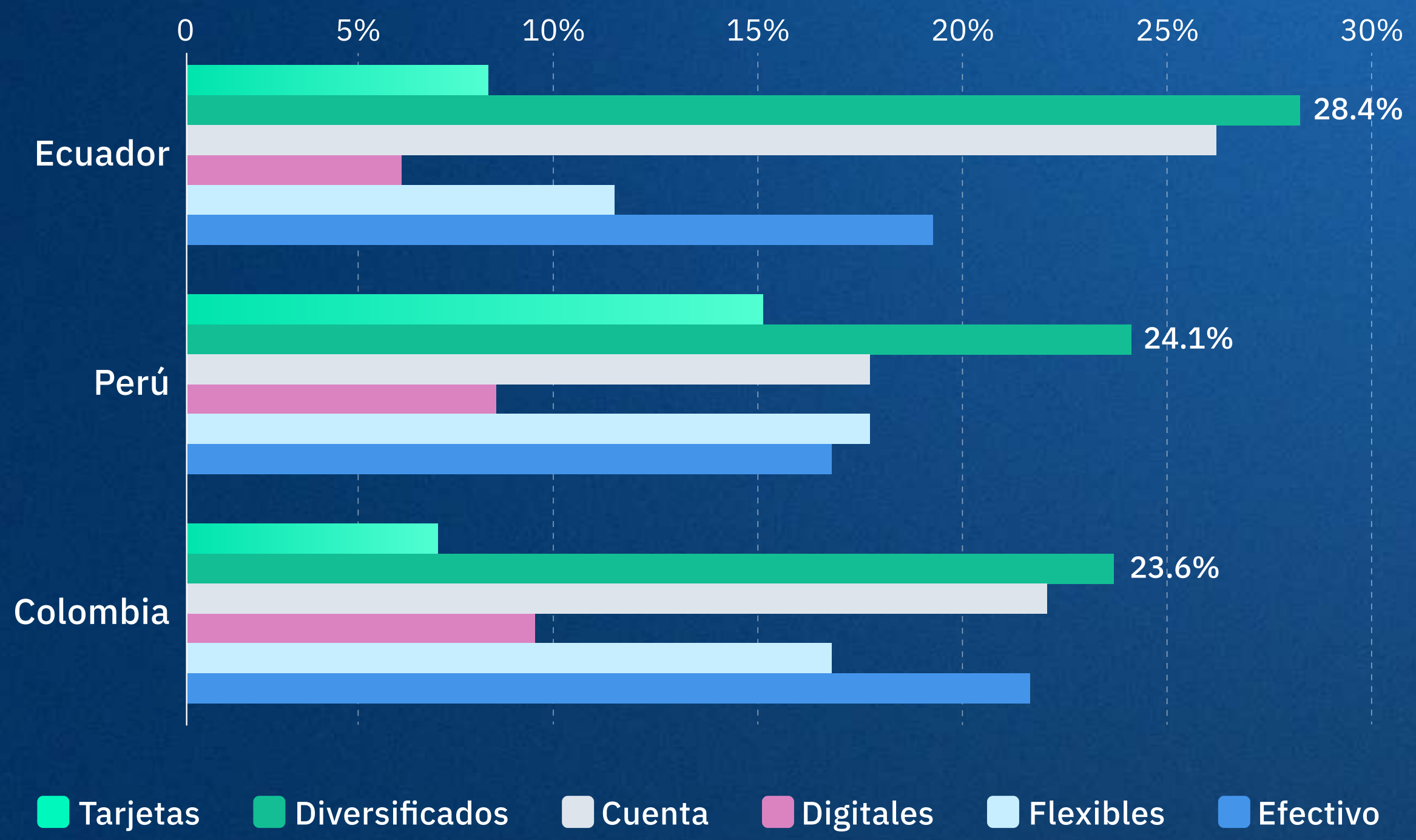
Porcentaje de penetración por tipo de tarjeta en Perú, Colombia y Ecuador



En una encuesta realizada por *Afi y The Cocktail Analysis*; realizaron la siguiente pregunta a todas y todos los encuestados: Pensando en el futuro, **si pudieras pagar de esa forma siempre que quisieras**, independientemente de las opciones que existen en la actualidad, **¿cuál sería tu medio de pago favorito para cada situación?**

El mayor porcentaje entre estos 3 países, fue el de “pagos diversificados”, que según el mismo informe, detallan “**la gran variedad de medios de pago**, por los que opta en función de las situaciones, **pero se decanta por los pagos en efectivo o desde la cuenta bancaria**”.

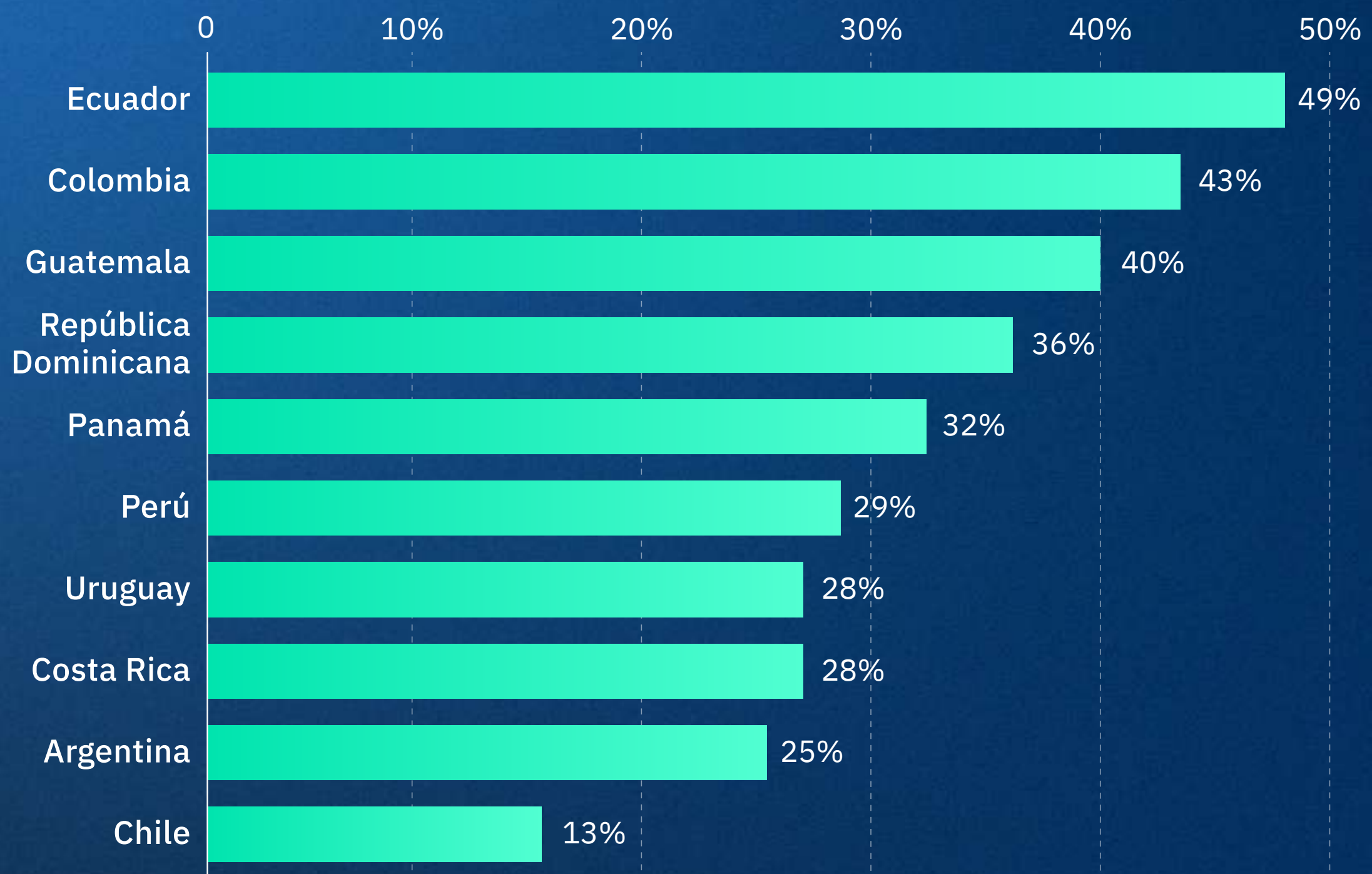
Independientemente de los medios aceptados,
¿Cuál sería tu opción predilecta para realizar tus pagos?



En segundo puesto, igualmente para los 3 países, se encuentran los pagos de “pagos de cuenta” que significan: “poca diversidad sobre los medios de pago que prefieren y se decantan por el pago en cuenta para gran variedad de contextos”.

Sobre el mayor uso del efectivo, no solo entre estos 3 países; sino en gran parte de LATAM, se encuentra Ecuador con un 49% de preferencia, seguido de Colombia con 43% y Perú en 6to lugar con 29%. Cabe resaltar que en este estudio elaborado por McKinsey & Company, no toman en cuenta las estadísticas de México.

Efectivo como medio preferido de pago



Pagos contactless

En Colombia se ha observado un notable incremento en la adopción de pagos sin contacto. En 2022, el 55,78% de las transacciones se realizaron acercando la tarjeta al datáfono sin necesidad de insertarla, y para **enero de 2023**, la cifra alcanzó el **75,28%**, lo que representa un aumento de **19%**. Este crecimiento refleja una clara tendencia al alza en el uso de la **tecnología contactless en el país**, según un informe de SumUp.



El caso de **Perú** con la adopción de esta tecnología es inmensa. Un informe de Visa, revela que los pagos con tarjetas Visa sin contacto han experimentado un **crecimiento significativo en los últimos cinco años**. Ante este aumento, la multinacional se ha enfocado en implementar más y mejores soluciones antifraude, así como en continuar con la educación financiera y llegar a nano y micro comercios en Perú.

“Perú continúa representando para Visa un laboratorio; un sitio donde hacemos innovación inventada”

Gilberto Chaparro, gerente general de Visa Perú

Hasta febrero de **2024**, la **penetración de las transacciones presenciales sin contacto con Visa alcanzó el 90% en Perú**, un crecimiento exponencial comparado con el **2% registrado en mayo de 2019**, de acuerdo con datos internos. A nivel de América Latina, la penetración superaba el **60%** para la misma fecha.

De acuerdo con Visa Perú, el uso de tarjetas de débito ha crecido a la par del cambio tecnológico, superando al de **las tarjetas de crédito**. Entre 2022 y 2023, el uso de tarjetas de débito aumentó **un 50%**, muy por encima del crecimiento promedio del 20% en la región. Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), hasta febrero de este año, había en circulación unas **35,4 millones de tarjetas de débito y 6,2 millones de tarjetas de crédito** emitidas por la banca múltiple en Perú.

Estos datos significan que **9 de cada 10 transacciones en puntos de venta se realizan sin contacto**.

Billeteras digitales y pagos móviles —

◆ Colombia

En el caso de **Colombia**; un informe publicado de Colombia Fintech, indicó que en el país, **las billeteras digitales** ya están pisando fuerte en la economía de este país, ya que según informan que al cierre del año pasado, se realizaron transacciones por **\$332,000 billones USD**.

Según el *Fintech Snapshot* de **13 billeteras digitales** que operan en el país, para el año **2023** existían **54.634.939 usuarios de este medio de pago**. Los usuarios han buscado ampliar sus opciones de pago y adoptar este medio digital, lo cual se ha convertido en un punto clave para acceder a diversos beneficios y facilitar la inclusión financiera.

En 2023, *Forbes* publicó un extracto del *Informe de Inclusión Financiera del Grupo Credicorp*, donde hacen mención sobre el significativo crecimiento del uso de billeteras digitales en Colombia, el cual ha alcanzado el **61%** de la población, **15 puntos más que en 2022, y superando** con creces el **promedio regional del 31%**. Esta tendencia está alineada con la percepción positiva de esta herramienta en el país, ya que el 64% de los usuarios las consideran *‘buenas’* o *‘muy buenas’*, lo que supone un aumento de 14 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.

◆ Perú

El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) comenzó en abril de 2023 la interoperabilidad de las billeteras digitales más grandes del país, consolidando el proceso con todos los operadores, incluyendo al **Banco de la Nación**. Actualmente, la integración está completamente finalizada y ha mostrado resultados exitosos. Se estima que este 2024, se realizarán **mil millones de transacciones en billeteras digitales**, con una media de **100 millones de transacciones mensuales**; el **80%** se realizaron entre las **distintas billeteras digitales** que operan en Perú.

“Un reportaje peruano apenas publicado en junio del 2024, indica que las billeteras digitales se usan 20 veces más que en 2020.”

En el “*Índice de Inclusión Financiera*”, elaborado por Ipsos y Credicorp, se reveló que el **45% de los peruanos ya usaba aplicaciones para pago o billeteras móviles al cierre del 2023**, un 12 % más respecto al 2022.

En el Perú, se estima que hay más de **18 millones de usuarios de billeteras digitales**, es decir, más de la mitad de la población (*unos 33 millones*), y las **usan tanto para transacciones presenciales, como para operaciones de comercio electrónico**, comentó Helmut Cáceda, presidente ejecutivo de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (Capece).



Un hallazgo interesante de este estudio, que podría sorprender o no a algunos, es que **las redes sociales han contribuido al crecimiento de los medios de pago alternativos**. Emprendedores, creadores de contenido e influencers están vendiendo productos o servicios a través de estos medios, sin necesidad de contar con un marketplace o tienda online. Gracias a este tipo de transacciones, **las billeteras digitales ya representan el 2% de los US\$13 mil millones que mueve el mercado**. Aunque las tarjetas siguen siendo el principal medio de pago con un 60%, su participación está disminuyendo, ya que las billeteras digitales han llegado para quedarse, afirmó Cáceda.

◆ Ecuador

El caso de **Ecuador** es más particular en comparación con los otros países en este estudio, ya que las **diferencias regionales influyen** debido a la diversidad de **tecnologías disponibles**. En los países donde muchos comercios exhiben sus **códigos QR**, el uso de **pagos móviles es más elevado**, mientras que en aquellos donde las personas están más acostumbradas a pagar con tarjetas físicas o almacenadas en billeteras digitales, el uso de **códigos QR es menor**. En los tres países que participaron en la encuesta realizada en **2023** por *McKinsey & Company (República Dominicana, Ecuador y Guatemala)* donde la penetración de las **billeteras digitales es más baja**.

**Más del
30% de los
encuestados**

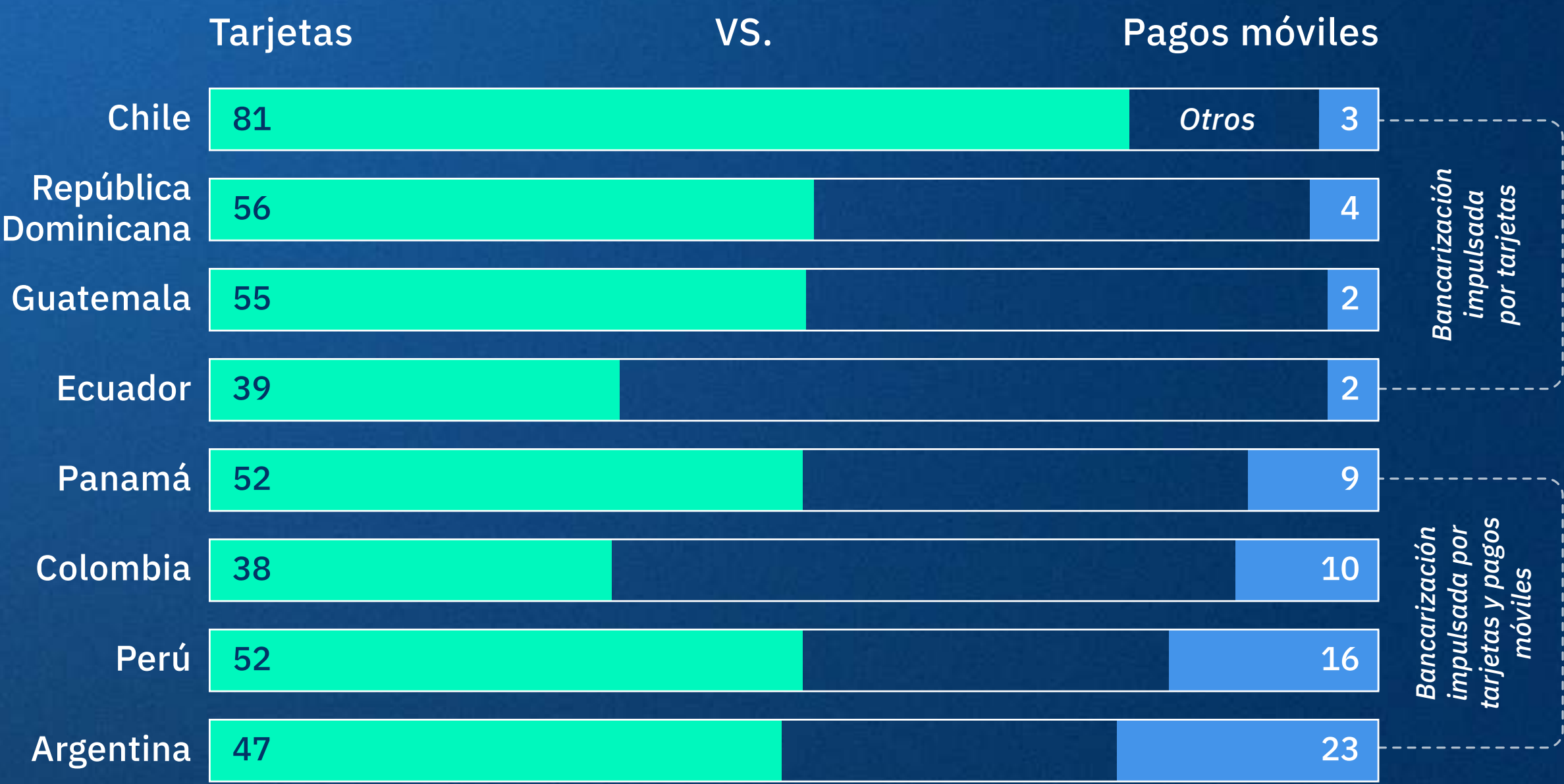
que no usan
las billeteras
digitales

**mencionan la baja tasa
de aceptación como la
principal barrera.**

En los países donde los **pagos móviles son ampliamente utilizados**, como *Argentina, Colombia, Panamá y Perú*, los encuestados optaron por este **método debido a su facilidad de uso, seguridad y bajo costo**. Por otro lado, en naciones donde los **pagos móviles no están tan extendidos**, como *República Dominicana, Ecuador y Guatemala*, los participantes señalaron que **estarían dispuestos a utilizar este método si fuera más aceptado y fácil de usar en los comercios**.

En la siguiente tabla con varios países de Latinoamérica incluidos, el grupo de *Mckinsey & Company*; examinan a profundidad los datos específicos de cada país, y emergen **dos tipos de arquetipos**: uno en el cual, **las billeteras digitales impulsaron la inclusión financiera**; Argentina, Colombia, Panamá y Perú, y el segundo en el que **la bancarización fue impulsada en su mayor parte por las tarjetas de débito**; como es el caso de Chile, República Dominicana, Ecuador y Guatemala.

Factores que han impulsado los pagos móviles para la bancarización en algunos países de LATAM



Fuente: Mckinsey & Company

05 Conclusiones

Cada vez son más los latinoamericanos que utilizan tarjetas de crédito, débito y pagos digitales. Todo indica que esta tendencia solo ascenderá, por lo que los proveedores de pago, instituciones financieras, fintechs PSP's, plataforma y demás; deben mantener sus productos y servicios actualizaciones conforme a las exigencia no sólo de las industrias, sino de los usuarios.

¿Qué nuevas e innovadoras estrategias deben considerarse para que el ecosistema de pagos financiero en LATAM fluya de la mejor manera?

Aceptación de múltiples medios de pago en línea y físicos (presenciales)

Es 2024; por lo que es momento de redoblar esfuerzos y alentar a más comercios a aceptar otras formas alternativas de pago, además del efectivo.



◆ ¿Cómo lograrlo?

Forjar alianzas:

Establecer colaboraciones con grandes comercios, clientes de renombre, emprendedores y demás; puede **ayudar a difundir la aceptación de medios alternativos de pago**.

Omnicanalidad:

Una desventaja para los comercios que cuentan con negocios e-commerce y físicos, son las **múltiples plataformas de pagos con las que deben lidiar** para lograr que sus 2 vertientes de negocio funcionen de manera óptima. El tener que **resolver imprevistos, caídas de sistemas, control transaccional**, son solo algunas de las desventajas que llevan a los negocios a perder recursos importantes, como tiempo, dinero y esfuerzo.

Expansión fuera del segmento financiero tradicional:

Las instituciones financieras, adquirentes, plataformas y demás; deben considerar **expandir sus ofertas también hacia los micro-comercios que en la actualidad, solo aceptan efectivo**. La tecnología de pagos alternativa (código QR, tap and pay o links de pago) debe alinearse con una estrategia a nivel de mercado que tome en cuenta no únicamente las preferencias de pago de los clientes, sino sus posibilidades financieras para **entrar a la nueva rueda que está girando entorno a nuevas y mejores posibilidades para todas y todos en la región**.

Interoperabilidad:

Aunque algunos gobiernos de varios países latinoamericanos ya están trabajando en **abrir sistemas alternativos** mediante cualquier aplicación de pago; como los pagos con QR, links de pagos, billeteras digitales, contactless, etc. Estas iniciativas gubernamentales podrían **crear nuevas oportunidades para todas las instituciones e industrias que se dedican al procesamiento de pagos**. Esto no garantiza una mayor adopción de los pagos alternativos. Por lo que la tarea de **educar y concientizar a los usuarios**, también le corresponde a todo el ecosistema financiero. Para esto, deben diseñar experiencias de pago superiores a la altura de las exigencias de los consumidores, estén o no bancarizados.

06 Somos Kushki

¡La solución en pagos omnicanal que tu comercio necesita!

Simplificamos tus pagos para que tu negocio escale y multiplique sus ventas gracias a nuestra solución omnicanal, la cual permite aceptar pagos en línea y presenciales.

Kushki te acompaña en cada parte del proceso de integración, con un servicio 360° que incluye:

Diversos medios de pago.

Cumplimiento de regulaciones y licencias por país.

Expansión de tu negocio por la región.

Adquirencia propia y conexión directa con Visa y Mastercard.

Un actor regional, con experiencia local y un equipo global.

Prevención antifraude con las herramientas más nuevas del mercado.

Mejora de la experiencia de usuario con alta tasa de aceptación.

Integraciones de pago; desde las más sencillas, hasta soluciones robustas.

Con Kushki; obtén un único proveedor para tus pagos omnicanales

¡Todas las formas de pago; en línea y en comercios físicos!

Operamos bajo los modelos:

Gateway

Agregador

Adquirente

Plataforma de pagos en línea

Modelos de integración



Kajita



Smartlink



Botón
de pago



API



Plugins



Librerías

Medios de pago



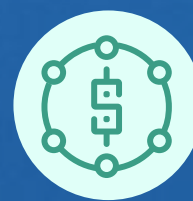
Efectivo



Transferencia



Tarjeta



APM's

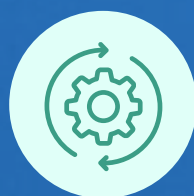
**Pagos en línea disponibles en México,
Chile, Colombia, Perú y Ecuador.*

Plataforma de pagos presenciales

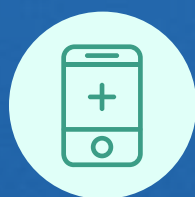
Modelos de integración



API



SDK



App to
App



Cloud
Terminal

Terminales



mPOS
nano



Smart
Ultra



Smart
Ultra P

**Pagos omnicanales (en línea y físicos) disponibles
únicamente en México y Chile.*

Conoce más sobre nuestros servicios
para pagos omnicanales [aquí](#)

Conoce más sobre todas nuestras herramientas
y certificaciones en seguridad [aquí](#)

¿Te interesa formar parte de nuestro programa Kushki Partners?

¡Conviértete en nuestro aliado!

Comienza tu propio negocio y gana ingresos extras promoviendo todo nuestro catálogo de productos y servicios; ideales para grandes industrias y empresas que buscan expandirse por la región.

[Conoce más aquí](#)



www.kushki.com

 LinkedIn/Kushki

 @kushkioficial

 Kushki Oficial

 @kushkioficial