

Digitalización de los pagos en América Latina

Manual

Septiembre de 2021

Artículo principal

Página 7

Clocktower Technology Ventures: Entendiendo el fragmentado panorama de los pagos en América Latina

Noticias y tendencias

Página 10

Los pagos digitales aumentaron hasta convertirse en el 40 % de todas las transacciones en América Latina en 2020

Análisis a fondo

Página 14

Análisis de la evolución del ecosistema de pagos en América Latina y de cómo los proveedores de servicios de pago pueden posicionarse en él



Índice

03

Contenido

Una mirada a los desarrollos más recientes de los pagos digitales en América Latina, incluyendo el aumento de la actividad de comercio electrónico y el uso de smartphones en la región, a pesar de la baja penetración de la banca y los pagos digitales

07

Artículo principal

Una entrevista con Adriana Saman, directora de la empresa de capital de riesgo e innovación de servicios financieros Clocktower Technology Ventures, sobre por qué entender la fragmentación del espacio de pagos de América Latina es clave para ampliar la adopción de los nuevos métodos de pago digitales

10

Noticias y tendencias

Titulares más recientes sobre los pagos en América Latina, incluyendo un aumento del 24 % en la población bancarizada de la región y un gran impulso en las ventas minoristas en línea, a pesar de la evidencia de que la industria de pagos desarticulada de la región podría estar obstaculizando un crecimiento aún más sólido

14

Análisis a fondo

Una mirada exhaustiva al fragmentado ecosistema de pagos de América Latina y sus necesidades de pago únicas, y cómo los proveedores de servicios de pago pueden elaborar sus ofertas para apoyar las demandas de los consumidores y posicionarse en la región

17

Sobre nosotros

Información sobre PYMNTS.com y Kushki

Reconocimiento

El Manual de Digitalización de Pagos en América Latina fue elaborado en colaboración con Kushki, y PYMNTS agradece el apoyo y la visión de la compañía. [PYMNTS.com](https://pymnts.com) posee el pleno control editorial sobre las siguientes conclusiones, metodología y análisis de datos.



PYMNTS.com | 

Digitizing Payments
in Latin America Playbook

Contenido



América Latina se está convirtiendo en un mercado cada vez más atractivo para las instituciones financieras (IF), las FinTech y los proveedores de servicios de pago (PSP) a medida que aumenta la digitalización de los pagos y la utilización de métodos de pago alternativos. Sin embargo, el panorama es complejo, ya que la presencia de los smartphones es mucho mayor que la de las cuentas bancarias, y las preferencias de pago de los consumidores varían mucho de un país a otro. El dinero en efectivo sigue siendo habitual para las transacciones presenciales, pero el comercio electrónico y la banca en línea están experimentando un crecimiento espectacular y los consumidores están cambiando rápidamente a los pagos digitales y con tarjeta, lo que genera una enorme demanda para los proveedores de servicios de pago.

La pandemia ya ha impulsado un aumento de los pagos digitales en América Latina, que se duplicaron como proporción de todos los pagos durante 2020, según Mastercard. Se calcula que el uso de las tarjetas de crédito y débito crecerá a un ritmo de dos dígitos anuales hasta 2025, y se espera que el uso del monedero móvil en la región se duplique con creces en el mismo período.

Sin embargo, nada de esto habría ocurrido sin un aumento constante de la presencia de smartphones e Internet móvil en la región. La tasa de propiedad de smartphones alcanzó el 81 % de los individuos mayores de 15 años el año pasado. Los usuarios de Internet móvil también alcanzaron los 360 millones a finales de 2020, lo que equivale a cerca del 72 % de la población mayor de 15 años, y se prevé que esta cifra aumente a 423 millones en 2025.

EN EL MUNDO DE LOS PAGOS EN AMÉRICA LATINA

El mercado de comercio electrónico minorista de América Latina aumentó casi un 37 % hasta alcanzar los 85 000 millones de dólares en 2020, un crecimiento mucho más acelerado que el observado en cualquier otra región importante. Esta cifra se compara con el 32 % de Norteamérica, el 26 % de Asia-Pacífico, el 26 % de Europa Occidental y un promedio mundial del 28 %. Argentina registró un crecimiento del 79 % en este período, el más acelerado entre todos los países del estudio.

Este crecimiento es aún más impresionante si se tienen en cuenta los resultados de una investigación que establece que el 81 % de los latinoamericanos no tenían tarjetas de crédito en 2020 y el 45 % no tenían cuentas bancarias.

Una de las razones principales de la poca adopción de las tarjetas de crédito es que los bancos locales emiten la mayoría de las tarjetas. Esto significa que no funcionan en las principales redes de pago internacionales, lo que dificulta o impide su uso para las compras transfronterizas.

La fuerza disruptiva de la pandemia también ha contribuido [a impulsar](#) a los consumidores que antes no estaban bancarizados a contratar servicios financieros con los bancos tradicionales, las FinTech y los neobancos. El año pasado se produjeron 40 millones de nuevas afiliaciones, muchas de las cuales fueron alentadas por la necesidad de [recibir](#) pagos de apoyo frente a la pandemia financiados por el gobierno. Los clientes de FinTechs, cuentas neobancarias y carteras digitales [alcanzaron](#) la cifra de 120 millones en 2020, mientras que la población general bancarizada creció un 24 %.

Para saber más sobre estas novedades y otros acontecimientos en el ámbito de los pagos en América Latina, lea la sección de Noticias y Tendencias del Rastreador (p. 10).

POR QUÉ ENTENDER LA FRAGMENTACIÓN DE LOS PAGOS EN AMÉRICA LATINA ES FUNDAMENTAL PARA GANARSE LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES Y LAS EMPRESAS

La crisis sanitaria mundial debilitó el control histórico del efectivo en el mercado latinoamericano, ya que tanto las empresas como los consumidores preocupados por la salud y la seguridad pública se mostraron interesados en las posibles ventajas de los nuevos métodos de pago digitales. Sin embargo, los operadores del sector de los pagos

que quieren tener éxito en la región deben comprender que las necesidades, los deseos y las preferencias de pago difieren entre un país y otro. En el Artículo Principal de este mes (p. 7), Adriana Saman, directora de la empresa de capital de riesgo e innovación de servicios financieros, [Clocktower Technology Ventures](#), habla de la complejidad del espacio de pagos en América Latina y de por qué entender esa diversidad resulta fundamental para los nuevos participantes que deseen expandirse o incrementar sus bases de clientes en este mercado.

ANÁLISIS A FONDO: QUÉ SIGNIFICA EL ECOSISTEMA DE PAGOS ÚNICO EN AMÉRICA LATINA PARA LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE PAGO

América Latina se está convirtiendo rápidamente en una economía con prioridad digital, una tendencia acelerada por la pandemia. La necesidad de pasar más tiempo en casa, combinada con un aumento constante de la presencia de smartphones e Internet móvil, ha impulsado el aumento del comercio electrónico. La comodidad en el uso de los pagos digitales también ha aumentado, pero no tan rápidamente como en otras regiones del mundo. El Análisis a Fondo de este mes (p. 14) analiza en profundidad el ecosistema de pagos de América Latina, incluyendo los desafíos de un ecosistema de pagos dispar y no heterogéneo y la baja adopción de los pagos digitales, y cómo las preferencias de los consumidores pueden ayudar a guiar a los proveedores de servicios de pago a la hora de expandirse en la región.

Visión Ejecutiva

Las investigaciones demuestran que hasta un 50 % de los consumidores latinoamericanos no tienen cuentas bancarias. ¿Qué desafíos supone esto para los comerciantes en cuanto a la habilitación de los pagos digitales, y existe algún enfoque que pueda ayudar a los comerciantes a resolver este problema?

“Aunque [aproximadamente] el 50 % de los consumidores están bancarizados, un porcentaje significativamente menor, por ejemplo, solo entre el 15 y el 25 % en Colombia, aprovecha las tarjetas de crédito. Esto significa que la gran mayoría de las transacciones en línea deben facilitarse a través de opciones de pago alternativas. Sin embargo, en la mayoría de los países, los comerciantes de la región carecen de experiencia o conocimientos en materia de pagos en línea y no se están preparando para aceptar nuevos tipos de pago y aprovechar el valor del aumento de las ventas en línea que se deriva de otros métodos de pago que los consumidores utilizan a nivel local. Muchos simplemente intentan replicar lo que han hecho en la tienda en un entorno virtual, o adoptan una plataforma que utiliza un complemento estandarizado con opciones limitadas o un proveedor de pago como servicio de fuera de la región que carece de soporte para estos métodos de pago cruciales que no requieren tarjeta.

El mejor enfoque para los comerciantes es buscar no solo plataformas de pago con un soporte holístico para los tipos de pago tradicionales y los más nuevos en línea, sino también aquellas que presten servicio a toda la región y ofrezcan una variedad de métodos de pago alternativos utilizados a nivel local, de modo que, a medida que el negocio crece, pueda adaptarse fácilmente país por país. Esto ayudará a maximizar las ventas en línea y a reducir el costo y la complejidad del servicio”.

David Mattos

Director Comercial

[Kushki](#)

5 Cinco Datos Rápidos

Consumidores no bancarizados

Los consumidores latinoamericanos que antes no estaban bancarizados representan aproximadamente el 20 % de las nuevas cuentas de FinTech y neobancos.



Tarjetas de Crédito

Solo el 19 % de los consumidores latinoamericanos cuentan con tarjetas de crédito.



Pagos a cuotas

Los pagos a cuotas representan más del 60 % de las transacciones de comercio electrónico en América Latina.



Presencia de smartphones

El 81 % de los consumidores latinoamericanos de 15 años o más ahora poseen smartphones.



Criptomoneda

La valoración total de la plataforma mexicana de comercio de bitcoins Bitso se disparó por encima de los 2.000 millones de dólares con su última ronda de financiación de serie C de 250 millones de dólares.



Artículo principal



Clocktower Technology Ventures: Entendiendo el fragmentado panorama de los pagos en América Latina

La crisis sanitaria mundial impulsó a los consumidores de todo el mundo, incluida América Latina, donde el efectivo ha dominado los pagos de la región, a experimentar con nuevos métodos de pago. El impacto de la pandemia en el ámbito de los pagos en América Latina ha brindado a los operadores de los pagos una oportunidad única para debilitar el control del efectivo, pero es importante que estas empresas entiendan el panorama de los pagos en el mercado para posicionarse allí. El efectivo sigue siendo el método preferido por la mayoría de los consumidores latinoamericanos, y el ecosistema de pagos en línea está fragmentado de un país a otro, afirmó Adriana Saman, directora de la empresa de capital riesgo e innovación de servicios financieros Clocktower Technology Ventures.

Cada país funciona esencialmente de forma independiente en lo que respecta a los actores clave, los métodos de pago, etc.”, dijo a PYMNTS en una entrevista reciente. “Eso significa que lo que funciona en un país no necesariamente funciona en otro. Por ejemplo, el apoyo a un solo tipo de pago en un país podría requerir conexiones con múltiples proveedores. Del mismo modo, ... un tipo de pago popular en un país podría tener poca acogida en otro, por no hablar de todo un nuevo conjunto de proveedores de servicios”.

El conocimiento tanto de los operadores de los pagos como de las preferencias de los consumidores es clave para los nuevos participantes que buscan alcanzar el éxito en cualquier mercado, y aprender las necesidades específicas del diverso mercado latinoamericano podría ayudar tanto a los proveedores de pagos como a los comerciantes a establecer la lealtad duradera de los clientes necesaria para establecer una base en la región.

ENTENDIENDO LAS PARTICULARIDADES DE LOS PAGOS

La pandemia no acabó con el dominio del efectivo en el espacio de los pagos en América Latina, y el papel moneda sigue siendo, de lejos, el medio más popular para las transacciones de los ciudadanos, pero ha dado lugar a una vertiginosa gama de otras opciones a las que los consumidores pueden recurrir para satisfacer sus necesidades. Entender qué mercados se inclinan por cada uno de estos métodos, que abarcan desde las tarjetas de crédito hasta los monederos móviles o las soluciones de aplicaciones, podría ofrecer a las empresas aspirantes una ventaja decisiva sobre sus competidores.

Sin embargo, esta fragmentación de los pagos va más allá de las simples preferencias de los consumidores, advirtió Saman. Los organismos gubernamentales y los reguladores financieros de todo el mercado siguen debatiendo cómo deben desarrollarse los

pagos en línea en sus respectivos países. Por lo tanto, los operadores de pagos no gozarán del mismo tipo de estandarización de la industria que verían al establecerse en otros mercados de pagos más consolidados, como el del Reino Unido o el de Estados Unidos, continuó.

“La gente de fuera de la región tiende a asumir que América Latina es un monolito”, dijo Saman. “En realidad, la región es muy compleja, ya que cada país opera con su propio conjunto de actores clave, métodos de pago preferidos, leyes y reglamentos. ... El espacio de pagos latinoamericano está mucho menos desarrollado que el de Estados Unidos y otros mercados de [pagos]. Muchas de las cosas que la gente da por sentadas en otras regiones siguen siendo desafíos en América Latina. Por ejemplo, las tasas de aceptación siguen siendo bajas ... en comparación con otras regiones”.

Los operadores de pagos que reconocen la calidad incipiente del ecosistema de pagos latinoamericano y la creciente variedad de nuevos métodos que compiten por la atención de los consumidores pueden posicionarse para adaptar mejor sus productos a los consumidores de cada país. Sin embargo, la popularización de las herramientas de pago más allá del dinero en efectivo también requiere el establecimiento de la infraestructura para respaldar estas soluciones, y la creación de la infraestructura de pagos digitales en América Latina ha sido lenta, explicó Saman.

“En mi opinión, a la región le falta un actor clave o un conjunto de actores clave que vayan a construir la infraestructura tecnológica de pagos para coordinar y conectar los pagos en toda la región, de forma similar a lo que se ha hecho en los Estados Unidos”, declaró. “Esto podría ser cualquier cosa,



desde permitir que una empresa acepte pagos en un solo país con el apoyo de los tipos de pago preferidos a nivel local o permitir que las empresas operen [a través de las fronteras] sin crear entidades independientes”.

El desarrollo de normas reguladoras para los pagos digitales es fundamental para reducir la naturaleza fragmentada del panorama de los pagos en América Latina, continuó Saman. Afortunadamente, este parece ser el objetivo de varias entidades financieras, muchas de las cuales son nuevos participantes en el ámbito digital que trabajan para establecer la conectividad necesaria para que los consumidores realicen pagos rápidos no solamente en sus propios países, sino también en toda América Latina.

EL CRECIENTE PAPEL DE LAS FINTECHS

Las empresas de servicios financieros y de pagos se han interesado más por el mercado latinoamericano en el último año y medio, ya que la pandemia ha reducido la eficacia del efectivo para muchos consumidores y empresas. El verdadero auge de un ecosistema de pagos digitales conectados solo será posible si estas transacciones pueden realizarse en todas partes de forma fácil y sin problemas, y en este ámbito, las instituciones financieras tradicionales pueden verse superadas por sus contrapartes de las tecnologías financieras, señaló Saman.

“En cuanto a las tasas de bancarización y de adopción de tarjetas, creo que la mayor innovación en la región va a venir de los nuevos participantes en FinTech”, pronosticó. “Adoptarán un enfoque tecnológico, ofreciendo soluciones fáciles y modernas para impulsar las tasas de adopción de bancos y tarjetas. Esto es [diferente] del [enfoque] de los operadores

tradicionales, que tienden a ser rezagados tecnológicos, ofreciendo soluciones más antiguas y pesadas. La voluntad de permitir la competencia con los monopolios tradicionales y establecer una regulación es otro factor clave”.

Observar el papel de las FinTechs en la adopción de nuevos métodos de pago en América Latina podría ofrecer un avance del futuro financiero de la región. Los operadores de pagos que deseen entrar o ampliar su presencia en este mercado querrán seguir de cerca esta evolución, en consecuencia.



Noticias y tendencias



Crecimiento de los pagos digitales

LOS PAGOS SIGUEN SIENDO EL PRINCIPAL OBSTÁCULO PARA EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, PERO LAS SOLUCIONES DIGITALES VAN EN AUMENTO

Las ventas minoristas en línea en América Latina [se catapultaron](#) hasta los 85 000 millones de dólares en 2020, un 200 % más de lo previsto antes de la pandemia. Sin embargo, nuevos datos sugieren que el desarticulado sector de los pagos de la región podría estar frenando un crecimiento aún más sólido. Una [encuesta](#) realizada en 2020 reveló que solo el 55 % de los consumidores latinoamericanos tienen cuentas bancarias y solo el 19 % tienen tarjetas de crédito. La baja presencia de las tarjetas de crédito probablemente se deba a que suelen estar vinculadas a los sistemas de los bancos emisores y no a una red internacional. Esto significa que solo funcionan en los países en los que ese banco está presente, lo que las hace inadecuadas para el comercio electrónico mundial.

Muchas transacciones de comercio electrónico en América Latina tienen lugar mediante el uso de comprobantes de pago en efectivo que los consumidores deben pagar físicamente en lugares como bancos u oficinas de correos. Este método es poco eficiente, pero puede dar acceso a los clientes no bancarizados a la economía en línea: el 85 % de las transacciones de la región todavía se pagaban con efectivo en 2019. Sin embargo, los pagos digitales van en aumento. La encuesta reveló que 10 millones de consumidores que antes solo utilizaban dinero en efectivo empezaron a recurrir a los pagos digitales, mientras que el porcentaje de consumidores “dispuestos a probar” las opciones digitales pasó del 10 % al 25 %.

KUSHKI OBTIENE 86 MILLONES DE DÓLARES EN RONDA DE FINANCIACIÓN DE SERIE B PARA UNIFICAR EL FRAGMENTADO ESPACIO DE PAGOS DE AMÉRICA LATINA

La fragmentación país por país del espacio de pagos de América Latina es un desafío fundamental para los proveedores de servicios de pago, los compradores en línea y los comerciantes de comercio electrónico por igual. El proveedor de servicios de pago Kushki en

América Latina tiene como objetivo resolver este problema con su plataforma que ofrece una solución integral para los pagos conectados. La empresa acaba de recaudar 86 millones de dólares en una ronda de financiación de serie B de inversionistas tecnológicos de alto nivel, como Softbank, lo que eleva su valoración implícita a 600 000 millones de dólares. El éxito de la recaudación de fondos da a Kushki músculo financiero para una mayor expansión e inversión en tecnología.

“América Latina es una de las últimas fronteras, donde todo es completamente un 'legado'. La tecnología está fragmentada y sin estandarizar. Ha sido un lienzo en blanco”, le dijo el director ejecutivo de Kushki, Aron Schwarzkopf, a PYMNTS. “Nuestra filosofía ha sido la estandarización y la eliminación de la fragmentación en América Latina, y eso viene con la ubicuidad de los pagos”.

Cambios inducidos por la pandemia

MUCHOS CONSUMIDORES LATINOAMERICANOS QUE ANTES NO ESTABAN BANCARIZADOS HAN CONTRATADO SERVICIOS FINANCIEROS DURANTE LA PANDEMIA

La pandemia también parece estar animando a los latinoamericanos que antes no estaban bancarizados a contratar servicios financieros. Un estudio reciente informó que la población bancarizada en América Latina creció un 24 % el año pasado, con más de 120 millones de consumidores en toda la región que recurren a los neobancos, las FinTechs y las billeteras digitales. El informe también revela que los consumidores que anteriormente no estaban

bancarizados representan alrededor del 20 % de las nuevas cuentas de FinTechs y neobancos. Sin embargo, el crecimiento de las cuentas bancarias tradicionales parece ser más modesto, aumentando entre un 3 % y un 5 % anual hasta 2019.

La investigación también calculó que la penetración bancaria general dio un salto significativo en toda la región entre 2017 y 2020, pasando del 49 % al 60 % en Argentina, del 60 % al 88 % en Brasil, del 74 % al 82 % en Chile, del 46 % al 60 % en Colombia, del 37 % al 45 % en México y del 34 % al 52 % en



Perú. Sin embargo, el dinero en efectivo sigue siendo el preferido para las transacciones presenciales, ya que representa el 75 % del gasto minorista presencial en América Latina en 2020, frente al 25 % de las tarjetas de débito o crédito, incluidas las que se utilizan a través de carteras digitales.

El cambio digital

LA PRESENCIA DE LOS SMARTPHONES ABRE EL CAMINO A UN CRECIMIENTO ACELERADO DE LA BANCA Y LAS CARTERAS DIGITALES

Los smartphones son fundamentales para la adopción de los pagos digitales por parte de los consumidores, y su adopción en América Latina parece ir en aumento. Una [investigación](#) reciente ha revelado que el 81 % de los latinoamericanos de 15 años o más son propietarios de smartphones, aunque la proporción varía entre los países detallados en el estudio. Brasil está a la cabeza con un 90 % de presencia, seguido de Perú y Chile (77 %), México y Argentina (75 %) y Colombia (69 %).

La encuesta reveló que esta sólida adopción de los smartphones ha impulsado un aumento de la adopción de la banca y los pagos digitales en toda la región. Un tercio de todos los adultos latinoamericanos y más de la mitad de los que ya están bancarizados utilizan ahora al menos un servicio de banco o cartera digital. Estas cifras son impresionantes, pero demuestran que existen oportunidades adicionales para fomentar la adopción del pago digital entre los usuarios de teléfonos móviles.

CITI LATIN AMERICA PRESENTA UNA REVISIÓN DIGITAL PARA CLIENTES INSTITUCIONALES CON EL FIN DE ELIMINAR LOS PROCESOS MANUALES

El informe también revela que los consumidores que anteriormente no estaban bancarizados representan alrededor del 20 % de las nuevas cuentas de FinTechs y neobancos. Citi Treasury and Trade Solutions Latin America recientemente [introdujo](#) su Cuenta Digital Citi, que pretende digitalizar completamente todos los procedimientos de cuentas y eliminar elementos obsoletos, como las tarjetas con firma manuscrita y los cheques de papel. La solución también ofrece más opciones de autoservicio y opciones de seguridad, como la autenticación biométrica.

El servicio está disponible para clientes institucionales y ya se ha implementado en Brasil, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, Guatemala y Puerto Rico, y el año que viene se sumarán otros países. Un representante de Citi [citó](#) la rápida adopción de la tecnología digital en América Latina como un factor clave para el mercado en el futuro.

Avances de criptomonedas

LOS PAGOS CON CRIPTOMONEDAS SE IMPONEN, DESPUÉS DE SER ACEPTADOS POR UNA IMPORTANTE EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES

Los pagos con criptomonedas también se están poniendo de moda en América Latina y son cada vez más aceptados para usos generales. GoldConnect, uno de los principales proveedores de telecomunicaciones de América Latina, [anunció](#) en junio que aceptará pagos con criptomonedas a través de la

plataforma LatAmConnect que se lanzará próximamente, en asociación con un proveedor de servicios de pagos con criptomonedas. Esto permitirá que los clientes realicen sus pagos utilizando monedas como bitcoin y ethereum, aunque estas transacciones se liquidarán en la moneda oficial del gobierno del país en el que se realicen dichas transacciones. El [comunicado](#) oficial de GoldConnect destacó la disponibilidad de las criptomonedas para mejorar la velocidad y la seguridad de los pagos al reducir los costos de las transacciones.

LA ESTRELLA DEL BITCOIN CRECE EN EL SALVADOR Y MÉXICO

El bitcoin está haciendo furor en varios mercados latinoamericanos, especialmente en México y El Salvador. La plataforma de intercambio de criptomonedas Bitso recientemente [obtuvo](#) 250 millones de dólares en una ronda de financiación de serie C para superar su valoración total de 1.000 millones de dólares, lo que le permite alcanzar el codiciado estatus de unicornio a la empresa con sede en Ciudad de México. La plataforma informó que tenía más de un millón de usuarios a finales del año pasado, principalmente en Argentina y México. A pesar de su relativa popularidad, el servicio se ha visto afectado por varios escándalos en los que cárteles de la droga y otros actores nocivos lo utilizaban para almacenar sus fondos. México ha señalado que está trabajando para fortalecer el marco regulatorio que rodea a las plataformas y a los pagos criptomonedas y los pagos para tomar medidas contra estos problemas.

El Salvador ha anunciado recientemente que está trabajando para convertir el bitcoin en la segunda moneda de curso legal del país. El presidente del país, Nayib Bukele, anunció la medida en una

conferencia sobre bitcoin celebrada en junio en Florida, y el gobierno pretende asociarse con el proveedor de servicios de blockchain estadounidense Strike para apoyar el cambio. Sin embargo, el Fondo Monetario Internacional ha expresado sus reservas sobre las consecuencias normativas y económicas que esto supondría.



Análisis a fondo

Análisis del ecosistema de pagos de América Latina y la oportunidad de los proveedores de servicios de pago



La pandemia ha acelerado el cambio de América Latina hacia una economía con prioridad digital, ya que una mayoría creciente de consumidores opta por comprar y acceder a servicios financieros en línea. Un [estudio](#) reciente predijo que 84 millones de consumidores de la región realizarán compras por comercio electrónico en el primer trimestre de 2022, un 70 % más de los que lo harían si no existiera la pandemia. Esto corresponde a un aumento del 18 % en la penetración del comercio electrónico, que pasó del 45 % al 63 % del total de la población latinoamericana.

El aumento constante de la presencia de los teléfonos móviles ha impulsado esta transformación. Un [estudio](#) estimó que 373 millones de latinoamericanos poseerían smartphones en 2020, mientras que otra [investigación](#) estableció de manera similar que 360 millones de consumidores, o el 57 % de la población de la región, tendrían conexiones únicas de Internet móvil a finales de 2020. Se prevé que esta cifra aumente a 423 millones de latinoamericanos, es decir, el 64 %, en 2025.

Sin embargo, la región también se enfrenta a desafíos únicos. El siguiente Análisis a fondo examina la rápida evolución del ecosistema de pagos en América Latina, comenzando con dos obstáculos clave que encuentran los proveedores de servicios de pago al diseñar sus servicios para la región: la fragmentación país por país y la baja presencia de tarjetas de pago y pagos digitales. También examina dos características inusuales de la región, a saber, la prominencia de los comprobantes de pago en efectivo y los planes de pago a cuotas, y cómo los proveedores de servicios de pago pueden satisfacer las demandas únicas de la región.

LA FRAGMENTACIÓN DE LOS PAÍSES PRESENTA UN GRAN DESAFÍO

El panorama de los pagos en América Latina está muy fragmentado entre los países, a pesar del nivel relativamente alto de integración económica y comercial de la región. La región [alberga](#) 4 de los 10 países con mayor población no bancarizada del mundo, y existe una falta de estandarización de los pagos en todo el continente. Las diferencias culturales, financieras y normativas, sumadas a los métodos de pago

preferidos y los requisitos de licencia que varían de país a país constituyen obstáculos significativos para las empresas que intentan ampliar sus servicios a través de las fronteras en la región.

Además de los problemas normativos, estos problemas culturales y de infraestructura de datos explican por qué los proveedores de “compre ahora y pague después” (BNPL) tienen dificultades [para pasar](#) al ámbito transfronterizo. Esta es también una de las razones principales por las que la aceptación de las tarjetas es baja y varía de un país a otro y por las que la adopción de las tarjetas de crédito es baja. La mayoría de los bancos emisores de América Latina no utilizan redes de pago internacionales como las de Visa o Mastercard. En su lugar, utilizan sus propias redes, que pueden limitarse a unos pocos países vecinos o incluso solo a sus mercados nacionales. Esto significa que pueden ser poco útiles como opciones de pagos transfronterizos.

El Banco de Pagos Internacionales (BPI) publicó un [informe](#) en diciembre de 2020 en el que afirmaba que en América Latina “los pagos transfronterizos suelen ser lentos, opacos y costosos”. Los costos de las transferencias internacionales a través de los bancos son particularmente excesivos, pues suelen costar el 10 % del valor de la transacción. El BPI afirma que las FinTechs pueden ayudar en este aspecto. Otro de los principales obstáculos que identifica la organización es la falta de infraestructura jurídica y normativa de América Latina para apoyar los pagos transfronterizos, aunque se han hecho algunos avances, como los principios rectores de la normativa FinTech acordados por los países de la Alianza del Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú).

LA PRESENCIA DE LAS TARJETAS Y LOS PAGOS DIGITALES ES BAJA, PERO ESTÁ CRECIENDO RÁPIDAMENTE

Los pagos digitales están sorprendentemente atrasados en América Latina, a pesar del crecimiento del comercio electrónico, los smartphones y el internet móvil. Solo 120 millones de consumidores latinoamericanos (el 18 %) [utilizan](#) una FinTech, una cartera digital o una cuenta neobancaria, en comparación con el 46 % de los consumidores de Asia-Pacífico, una región [considerada](#) líder en el cambio hacia los pagos sin efectivo. Solo el 41 % de los consumidores en Argentina, el 59 % en Brasil y el 25 % en México [poseían](#) tarjetas de débito en marzo de 2021, en comparación con el 80 % en Estados Unidos, y solo el 19 % de los latinoamericanos [tienen](#) tarjetas de crédito.

Sin embargo, la región se está poniendo al día rápidamente. Los pagos digitales [se duplicaron](#) como porcentaje del total de pagos en la región entre el inicio de la pandemia y finales de 2020, según un informe de Mastercard. Otra investigación [reveló](#) que 40 millones de consumidores latinoamericanos comenzaron a utilizar los servicios bancarios por primera vez durante este período, y muchos de ellos aprovecharon las soluciones bancarias digitales. Las ayudas del gobierno han [fomentado](#) en gran medida este cambio. Las autoridades colombianas permitieron que los consumidores recibieran pagos de emergencia por la pandemia a través de carteras digitales, por ejemplo, y el gobierno brasileño utilizó recientemente una aplicación bancaria patrocinada por el Estado para distribuir pagos de ayuda social a 36 millones de beneficiarios que antes no contaban con cuentas bancarias.

LOS COMPROBANTES DE PAGO EN EFECTIVO Y LOS PAGOS A CUOTAS SON VARIABLES CLAVE

Los métodos de pago alternativos también ocupan un lugar importante en el ecosistema de pagos de América Latina. En toda la región [son](#) comunes diversas formas de comprobantes de pago en efectivo, como los que ofrece la empresa colombiana [Baloto](#). Los compradores pueden pagar sus compras en línea generando un certificado digital de Baloto y pagándolo en efectivo en una de las tiendas físicas de la empresa. Los consumidores optan por los pagos con comprobantes por diversas razones, como la falta de acceso a una tarjeta de pago o a una cartera digital, que el vendedor no acepte métodos disponibles para el comprador y la preocupación por la seguridad de las transacciones totalmente digitales.

Otra característica única es el predominio de los pagos a cuotas, que [dominan](#) las ventas de comercio electrónico en América Latina, ya que representan más del 60 % de las transacciones. La falta de tarjetas de crédito en la región podría ayudar a explicar esto, ya que muchos consumidores que desean pagar sus compras más grandes a lo largo del tiempo no necesitan una tarjeta para hacerlo. Sin embargo, esto no obedece únicamente a que los compradores estén cortos de dinero. En economías con altas tasas de inflación o monedas que se deprecian rápidamente, puede ser muy ventajoso retrasar la liquidación de las compras propias, especialmente si se combina con el estacionamiento de los fondos en una cuenta de alto interés o en una moneda más estable. Argentina [representa](#) un ejemplo extremo, con una inflación que recientemente ha superado el 50 % anual.

CÓMO PUEDEN RESPONDER LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS DE PAGO A LAS DEMANDAS DE LOS CONSUMIDORES

Los proveedores de servicios de pago no deben confundir el estado actual de los pagos con lo que prefieren los consumidores. La rigidez del efectivo y la presencia de tarjetas de crédito y débito y de pagos digitales no significa que los consumidores latinoamericanos estén satisfechos con las soluciones existentes. Las investigaciones indican que en realidad es todo lo contrario.

Un [informe](#) reciente reveló que el 83 % de los consumidores latinoamericanos están dispuestos a utilizar métodos y tecnologías de pago más avanzados, como las criptomonedas, los códigos QR y las transacciones basadas en la autenticación biométrica, y que el 72 % ha probado una nueva forma de pago como resultado de la pandemia. El 59 % coincidió en que prefiere no comprar en comercios que no acepten ningún pago electrónico, y estas demandas de los consumidores aumentan las expectativas de una mayor variedad de opciones de pago avanzadas. Por lo tanto, la oportunidad de mercado en América Latina es enorme para los proveedores de servicios de pago, que pueden ayudar a impulsar el uso de los pagos digitales y móviles para lograr experiencias de compra más satisfactorias.

Sobre nosotros

PYMNTS.com

PYMNTS.com es el lugar donde las mejores mentes y los mejores contenidos se reúnen en la web para aprender sobre “What’s Next” en los pagos y el comercio. Nuestra plataforma interactiva está reinventando la forma en que las empresas de pagos comparten información relevante sobre las iniciativas que son noticia y dan forma al futuro de este dinámico sector. Nuestro equipo de datos y análisis incluye economistas, científicos de datos y analistas de la industria que trabajan con las empresas para medir y cuantificar las innovaciones más avanzadas de este nuevo mundo.



Fundada en 2017 por los emprendedores en serie ecuatorianos Sebastián Castro y Aron Schwarzkopf, la plataforma de Kushki ha estandarizado la interoperabilidad de los pagos en toda América Latina, permitiendo pagos locales y transfronterizos a través de tarjetas de crédito y débito, transferencias bancarias, efectivo digital, monederos móviles y otros métodos de pago alternativos. Como resultado, la empresa ha experimentado un crecimiento exponencial, triplicando el tamaño de su equipo en 2021.

Nos interesa su opinión sobre este Rastreador. Si tiene preguntas, comentarios o desea suscribirse a este boletín, envíenos un correo electrónico a feedback@pymnts.com.



DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

El Manual de Digitalización de Pagos en América Latina podrá actualizarse de forma periódica. Aunque se hacen esfuerzos razonables para mantener el contenido preciso y actualizado, PYMNTS.COM: NO HACE DECLARACIONES NI GARANTÍAS DE NINGÚN TIPO, EXPLÍCITAS O IMPLÍCITAS, CON RESPECTO A LA CORRECCIÓN, PRECISIÓN, INTEGRIDAD, ADECUACIÓN O FIABILIDAD O DEL USO O LOS RESULTADOS QUE PUEDAN SER GENERADOS POR EL USO DE LA INFORMACIÓN O DE QUE EL CONTENIDO SATISFAGA SUS NECESIDADES O EXPECTATIVAS. EL CONTENIDO SE PROPORCIONA EN EL ESTADO EN QUE SE ENCUENTRA Y SEGÚN SU DISPONIBILIDAD. USTED ACEPTA EXPRESAMENTE QUE EL USO QUE HAGA DEL CONTENIDO ES POR SU CUENTA Y RIESGO. PYMNTS.COM NO TENDRÁ NINGUNA RESPONSABILIDAD POR LAS INTERRUPCIONES EN LOS CONTENIDOS QUE SE PROPORCIONAN Y RENUNCIA A TODAS LAS GARANTÍAS CON RESPECTO A LOS CONTENIDOS, INCLUIDAS LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE COMERCIABILIDAD E IDONEIDAD PARA UN DETERMINADO FIN, DE TÍTULO Y DE INCUMPLIMIENTO. ALGUNAS JURISDICCIONES NO PERMITEN LA EXCLUSIÓN DE DETERMINADAS GARANTÍAS Y, EN TALES CASOS, LAS EXCLUSIONES INDICADAS NO SON APLICABLES. PYMNTS.COM SE RESERVA EL DERECHO Y NO DEBE SER RESPONSABLE SI EJERCE SU DERECHO A MODIFICAR, INTERRUMPIR O DESCONTINUAR LA DISPONIBILIDAD DEL CONTENIDO O CUALQUIER COMPONENTE DEL MISMO CON O SIN PREVIO AVISO.

PYMNTS.COM NO SERÁ RESPONSABLE DE NINGÚN DAÑO Y, EN PARTICULAR, NO SERÁ RESPONSABLE DE

NINGÚN DAÑO ESPECIAL, INDIRECTO, CONSECUENTE O INCIDENTAL, O DE DAÑOS POR PÉRDIDA DE BENEFICIOS, PÉRDIDA DE INGRESOS O PÉRDIDA DE USO, QUE SURJAN DE O ESTÉN RELACIONADOS CON EL CONTENIDO, YA SEA QUE DICHOS DAÑOS SURJAN POR CONTRATO, NEGLIGENCIA, AGRAVIO, BAJO ESTATUTO, EN EQUIDAD, POR LEY O DE OTRA MANERA, INCLUSO SI PYMNTS.COM HA SIDO ADVERTIDO DE LA POSIBILIDAD DE TALES DAÑOS.

ALGUNAS JURISDICCIONES NO PERMITEN LA LIMITACIÓN O EXCLUSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD POR DAÑOS INCIDENTALES O CONSECUENTES, Y EN TALES CASOS ALGUNAS DE LAS LIMITACIONES ANTERIORES NO SON APLICABLES. LOS DESCARGOS DE RESPONSABILIDAD Y LIMITACIONES ANTERIORES SON PROPORCIONADOS POR PYMNTS.COM Y SUS EMPRESAS MATRICES, AFILIADAS Y ASOCIADAS, CONTRATISTAS Y PATROCINADORES, Y CADA UNO DE SUS RESPECTIVOS DIRECTORES, FUNCIONARIOS, MIEMBROS, EMPLEADOS, AGENTES, PROVEEDORES DE COMPONENTES DE CONTENIDO, LICENCIANTES Y ASESORES.

Los componentes del contenido original y la compilación producida por PYMNTS.COM son propiedad de PYMNTS.COM y no pueden reproducirse sin su previa autorización por escrito.

El Cross-Border Retail Payments Tracker® (Rastreador de Pagos Minoristas Transfronterizos) es una marca registrada de What's Next Media & Analytics, LLC ("PYMNTS.com")