

**INFORME TECNOCOM SOBRE TENDENCIAS EN MEDIOS DE PAGO 2015**

**En España, el número de operaciones con tarjeta crece un 8,5%, pese a que hay dos millones de tarjetas menos**

- 2014 registró una caída de 2.090.000 tarjetas de débito en España, un 7,8% menos que el año anterior. La caída se explica por los procesos de integración bancaria.
- En los países perímetro del informe, los comerciantes que aceptan tarjetas como medio de pago atribuyen casi un 25% de su facturación a la aceptación de las mismas;
- El *e-commerce* representa ya un tercio de la facturación en los comercios que lo utilizan en los países en los que se ha realizado el estudio.

**Madrid, 10 de diciembre de 2015.-** Tecnocom y Analistas Financieros Internacionales (Afi) han presentado hoy el Informe Tecnocom sobre Tendencias en Medios de Pago 2015, la quinta edición de un estudio que analiza la evolución de los medios de pago en España y en seis países de América Latina (Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y República Dominicana).

El Informe destaca la **nueva caída en el número de tarjetas en circulación en España** tras registrar en 2013 el primer avance desde que se inició la crisis en 2008. Así, en 2014 se contabilizaron 2.090.000 tarjetas de débito menos en circulación, un 7,8% menos que en el año anterior (0,5% en el caso de las de crédito). Esta caída puede explicarse por varios factores entre los que destacan el desprendimiento voluntario por parte de los titulares con múltiples tarjetas y

el derivado de los diversos procesos de integración bancaria que ha reducido el número de emisores.

El parque total de tarjetas en España alcanza 67,6 millones, distribuidas en 24,4 millones de débito y 43,2 de crédito, un 11,5% por debajo del récord histórico en esta modalidad, que se alcanzó en 2008 con 76,4 millones. La cara positiva es que **el número de operaciones de compra realizadas en España con tarjetas españolas aumentó un 8,5% en 2014**, un crecimiento muy superior al registrado el año anterior (2,4%).

En América Latina, las estadísticas también señalan una ininterrumpida tendencia de crecimiento en el uso del plástico: ya se utiliza en el 76,3% de las transacciones electrónicas, imponiéndose como el instrumento más utilizado como medio de pago, después del efectivo. En el último año, no obstante, la actividad en medios de pago se ha ralentizado significativamente, y ya no se observan los crecimientos de doble dígito de años anteriores.

Las tres grandes líneas de innovación señaladas este año por los directivos de medios de pago descansan en el proceso de transformación digital del sector, que conlleva asimismo una evolución del marco regulatorio como la renovada Directiva de Servicios de Pago (PSD2) en Europa. Destacan las **transferencias electrónicas inmediatas** (*faster payments*), el creciente desarrollo de los **wallets móviles** y los avances en comercio electrónico.

El Informe Tecnocom 2015 incluye una novedosa investigación demoscópica realizada en colaboración con The Cocktail Analysis, de la que se extraen algunos factores que inciden en la **actitud y preferencias de los comerciantes minoristas hacia la aceptación, uso, equipamiento asociado y actitudes hacia los medios de pago electrónico en sus negocios**, y cuya interpretación induce a resultados muy reveladores.

El alto nivel de aceptación de tarjetas de crédito y de débito en Brasil (78,7%) y España (65,9%) se corresponde con la mayor penetración de dichos medios de pago en estos países (81,2% y 70,8% respectivamente). En el polo opuesto, Perú y República Dominicana presentan el menor nivel tanto de aceptación de tarjetas (41,7%, 47,0%) como en tenencia (30,9% y 29,5% respectivamente). En un espacio intermedio están Colombia (59,9% de aceptación y 50,9% de tenencia) y Chile (47,3%, 51,7%), la primera más afianzada y la segunda ligeramente por debajo del nivel de desarrollo esperado para el comercio. México es el país que rompe esta pauta de relación entre aceptación (67,9%) y

tenencia (39,7%). Es revelador que los comerciantes que aceptan tarjetas como medio de pago atribuyen más del 20% de su facturación a la tarjeta de débito, y más del 25% en el caso de la de crédito.

El estudio también dedica una especial atención al desarrollo de los medios de pago online y a través del móvil. La principal conclusión, a ambos lados del Atlántico, es que **el comercio electrónico es uno de los grandes vectores de crecimiento para los medios de pago online**. Los pagos en comercio electrónico se han más que cuadruplicado en América Latina en los últimos cinco años; en España sumaban 15.891 millones de euros en 190 millones de operaciones 2014, un 24,8% más que el año anterior y casi tres veces el valor de los efectuados hace cinco años. Viajes y transporte aéreo representan el 25% del valor de las compras realizadas por comercio electrónico. **El comercio electrónico transfronterizo** (16,5% del total son compras iniciadas en el exterior) **es una asignatura pendiente en España** desde la perspectiva de la empresa exportadora.

El **Informe Tecnocom sobre Tendencias en Medios de Pago 2015** está disponible en:  
[www.tecnocom.es](http://www.tecnocom.es)

***Tecnocom** es una multinacional que cotiza en la Bolsa de Madrid desde 1987. En 2006, Tecnocom inició un proceso corporativo de expansión con el objetivo de llegar a ser líder en el mercado de la tecnología de la información español. Tecnocom es una de las cinco primeras empresas del sector de la tecnología de la información en España (alrededor de 400 millones de euros de ingresos) con una amplia experiencia en operaciones de elevado nivel tecnológico, como medios de pago bancarios o sistemas de automatización. Su presencia regional incluye España, Portugal y América Latina (Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Perú, y República Dominicana).*

***Analistas Financieros Internacionales, Afi**, es una compañía española líder en asesoramiento, consultoría y formación independiente en economía y finanzas. La empresa fue fundada en 1987 y, desde entonces, se ha convertido en un referente en el ámbito financiero. Su modelo de consultoría se basa en el rigor técnico, combinado con una fuerte orientación al cliente, al servicio y a la innovación. Afi cuenta además con la Escuela de Finanzas, un centro de formación especializada que dispone de una amplia oferta de programas para profesionales y recién licenciados.*