

INFORME TECNOCOM SOBRE TENDENCIAS EN MEDIOS DE PAGO 2016

El número de tarjetas de crédito en España crece hasta los 45 millones y se sitúa en los niveles pre-crisis

- **Uno de cada cuatro españoles aún paga “exclusivamente en efectivo” todos sus gastos semanales. Solo el 7% paga únicamente con tarjeta**
- **La oferta de soluciones de pago móvil se ha multiplicado en 2016**

Madrid, 1 de diciembre de 2016.- Tecnocom y Analistas Financieros Internacionales (Afi) han presentado hoy el Informe Tecnocom sobre Tendencias en Medios de Pago 2016, la sexta 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 el cambio de tendencia en el parque de tarjetas de pago en España, con un crecimiento de más de 2,2 millones de plásticos, abandonando definitivamente la caída registrada desde el inicio de la crisis en 2008. Así, en 2015 se contabilizaron 690.000 tarjetas de débito más en circulación (+2,8% que en 2014) y 1,6 millones más de crédito (+3,7%, hasta alcanzar los 45 millones), recuperando los máximos históricos alcanzados en 2008. La culminación de la reestructuración del sector bancario, el retorno a la senda del crecimiento económico y el impulso de nuevos emisores explican este cambio de tendencia.

La financiación con tarjeta de crédito es una práctica poco explotada en España a diferencia de América Latina, y se vislumbra como uno de los vectores de negocio asociados a los medios de pago.

Por el lado adquirente, el parque de terminales punto de venta (TPV) creció un 13% en 2015 hasta los 1,6 millones de terminales, *contactless* en su práctica totalidad. El número de operaciones de compra realizadas en España con tarjeta aumentó un 7,2% en 2015, un crecimiento en línea con el registrado el año anterior.

Los directivos de medios de pago destacan el proceso de transformación digital y de mayor competencia impulsado por la renovada Directiva de Servicios de Pago (PSD2) en Europa y, más concretamente, por la apertura y acceso a las cuentas de clientes (*Access to the Account*) a los nuevos proveedores terceros (*Third Party Providers - TPP*), fundamentalmente *fintech*. Reconocen, no obstante, que hay incertidumbre acerca de la futura convivencia del pago con tarjeta y el pago móvil de cuenta a cuenta basado en transferencias (*faster payments*). La percibida sobreoferta de *wallets* digitales hace difícil prever hoy cuál será la solución mayoritaria, unido al hecho de que la adopción no está avanzando al ritmo esperado.

El Informe Tecnocom 2016 incluye una novedosa investigación demoscópica realizada en colaboración con The Cocktail Analysis, de la que se extraen algunas conclusiones que inciden en la actitud y preferencias de la población bancarizada (con cuenta bancaria y/o tarjeta de pago) sobre el acceso y uso de distintos medios de pago electrónico, tanto en España como en América Latina.

Se constata la existencia de espacio para el crecimiento de la penetración de tarjetas en República Dominicana, México y Colombia, mientras que en Brasil y Chile es total la relación entre titularidad de cuenta y de tarjeta. Los bancarizados sin tarjeta aluden a los altos costos del servicio (35%) y a la dificultad para controlar el gasto (18,5%) como motivos principales de rechazo.

Respecto al uso de las tarjetas, el 27,4% de los brasileños paga sus gastos semanales (gastos más frecuentes) solo con tarjeta, mientras que en España apenas lo hace el 7%. Asimismo, el 22,6% de los clientes bancarios españoles aún paga en efectivo todos sus gastos semanales, por encima de chilenos (14,0%) y brasileños (17,2%). Comodidad, seguridad y control de gastos son atributos que motivarían al pago exclusivo con tarjeta, mientras que la menor privacidad – especialmente en México y Chile – desincentiva su uso. Solo en Perú y España se unen a estas motivaciones la lucha contra la economía sumergida.

El Informe también dedica una atención especial al desarrollo de los medios de pago *online* y pago móvil. En México, Brasil, Chile y España al menos un tercio de los bancarizados realiza compras *online* todos los meses, mayoritariamente desde el ordenador personal. La brecha existente entre población digitalizada y población bancarizada en América Latina genera un problema en el ámbito del *e-commerce* por la falta de medios de pago habilitados para operar en este canal. En España, los pagos en comercio electrónico sumaron 20.000 millones de euros en 2015 (+25,9%) y se registraron cerca de 300 millones de actos de compra.

En relación al pago a través del móvil, el hábito instaurado de la tarjeta es reconocido como una barrera al uso. En su modalidad de cuenta a cuenta, despierta mucho interés en México, Brasil, Chile, República Dominicana y Colombia (+50%), mientras que España es menos entusiasta (28,6%).

La confianza en grandes almacenes, hipermercados, supermercados y el gran comercio *online* es alta para la iniciación de pagos con cargo a cuenta, y en todos los países es sensiblemente mayor que la disposición a autorizar el cobro directo de impuestos por parte de las autoridades públicas.

El Informe Tecnocom sobre Tendencias en Medios de Pago 2016 está disponible en:

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.*