

La crisis sanitaria y los confinamientos aceleraron el uso de los pagos a través de medios digitales, impulsando una tendencia que venía de antes, y que poco a poco va convirtiendo el uso de efectivo en algo marginal.

A lo largo de las últimas décadas, el efectivo ha ido perdiendo importancia en favor de los pagos electrónicos. En un principio, las tarjetas acapararon el protagonismo, especialmente cuando comenzó a despuntar la compra por internet, pero en la actualidad cobran una importancia creciente los pagos por medios móviles. Curiosamente, este fenómeno es más agudo en el mundo en desarrollo, que ha pasado directamente de economías dependientes del dinero en efectivo a las transacciones móviles, sin recalar en el dinero de plástico. La pandemia no hizo más que acelerar una tendencia en marcha, intensificando el uso de herramienta de pago que implicasen el menor contacto físico entre terminales para evitar el riesgo de contagio. A pesar de que queda todavía mucho para llegar a una sociedad sin efectivo -para algunos no es un objetivo deseable por la amenaza que supone para la privacidad-, parece muy probable que la base de esta serán los pagos a través del teléfono móvil.

Se prevé que los pagos sin efectivo aumenten más de un 80% entre 2020 y 2025. De acuerdo con el análisis realizado por PwC, la zona de Asia y el Pacífico irá a la cabeza con un incremento del volumen de transacciones sin efectivo del 109% hasta 2025, que supondrá un 76% entre ese año y 2030. El continente africano le seguirá con unas cifras del 78% en el primer periodo y de 64% en el segundo, y Europa se coloca en tercer lugar, con unos porcentajes del 64% y del 39%, respectivamente. Presentan una menor expectativa de crecimiento Latinoamérica (52% y 48%, respectivamente), y Estados Unidos y Canadá (43% y 35%).

Dentro de las finanzas digitales, destaca el peso del "dinero móvil" o lo que lo mismo, el uso del teléfono móvil como instrumento para realizar transacciones económicas. De acuerdo con los datos que ofrece GSMA, en 2021 el valor global de las operaciones realizadas por este medio supero el billón de dólares. Además, había registradas en el mundo más de 1 350 millones de cuentas de dinero móvil, diez veces más que la existentes en 2012.

Dentro de las finanzas digitales, destaca el peso del "dinero móvil" o lo que lo mismo, el uso del teléfono móvil como instrumento para realizar transacciones económicas

Cada vez se utiliza más el *smartphone* como una tarjeta física, ya sea de débito o crédito. Para ello, resulta indispensable disponer de un chip NFC en el teléfono, para que el móvil se pueda comunicar con el TPV (terminal en punto de venta). Pero, en caso de no disponer de NFC, existe la posibilidad de utilizar *apps* que permiten realizar transferencias inmediatas, como Bizum, que se ha convertido en una de las más populares dado que supera los 22 millones de usuarios y acumula más de 1 400 millones de transacciones desde su lanzamiento[1].

La tecnología adquiere cada vez un mayor protagonismo en el sector financiero. El consumidor se convierte ahora en centro de atención sustituyendo al producto, pues gracias al medio digital tiene una mayor capacidad para acceder a los mercados, y, por lo tanto, el modelo de comercialización de las entidades debe ajustarse a las nuevas necesidades que presenta. El volumen de negocio digital del sector bancario no para de crecer. En España, una encuesta de KPGM refleja que en España en enero de 2021 casi el 40% de las entidades tenían más del 80% de clientes digitales sobre el total, frente al 22% del año anterior.

La digitalización de la actividad financiera en España

El uso de la banca electrónica cada vez está más extendido entre la población española. Una encuesta realizada por Funcas a finales de 2022 establece que el 72% de la ciudadanía accede a su banco *online* al menos una vez a la semana, y más de la tercera parte lo hace diariamente, mientras que antes de la pandemia tan solo el 17% lo hacía. Por el contrario, la visita a la sucursal física cada vez es menor: solamente el 16,5% reconoce que lo hace por lo menos una vez al mes.

Otro dato relevante es que el uso de efectivo no ha subido tras superar la pandemia, y se mantiene en torno al 30% de las compras realizadas. De hecho, el porcentaje de población me paga mayormente en efectivo ha

descendido desde el 30,8% que se registraba antes de la crisis sanitaria, hasta el escaso 18% de diciembre de 2021. Como se ha comentado más arriba, Bizum es la principal aplicación para pagos, utilizada por el 75% de los usuarios de este tipo de herramientas, y es seguida de lejos por PayPal, que la usa el 45% de la muestra.

Sobre el uso de finanzas digitales, la encuesta refleja que el 73% de la muestra ha transferido dinero a otra persona a través de una aplicación del móvil, y el 67,9% ha utilizado una *app* móvil para realizar pagos. Estos datos ponen en evidencia cómo ha cobrado relevancia el dinero móvil en nuestro país. Con todo, resulta muy interesante el dato que el usuario prefiere operar a través del canal físico cuando se trata de realizar otras acciones distintas de los pagos o las transferencias. Así, el 80% de los usuarios acudiría a una sucursal para contratar un fondo de inversión, y el 76% hará lo propio para invertir en un fondo de pensiones. Igualmente, casi el 60% de la muestra prefiere el trato presencial para cambiar moneda, y el 56% lo mismo para abrir una cuenta bancaria.

> El usuario prefiere operar a través del canal físico cuando se trata de realizar otras acciones distintas de los pagos o las transferencias.

El sector bancario español se ha ido digitalizando a paso rápido. Aunque en 2020 la pandemia aumentó notablemente el número de transacciones digitales y la venta de productos financieros por canales remotos, este proceso venía de antes creciendo a gran escala debido a la demanda procedente de los clientes totalmente digitales. Además -como indica un informe de KPGM-, la creciente presencia de competidores tecnológicos, así como otros condicionantes de rentabilidad bancaria, han determinado que las entidades se hayan centrado en reforzar e impulsar sus canales digitales. En paralelo, el volumen de oficinas no ha parado de descender, tanto por la digitalización, como por la crisis financiera, el endurecimiento de la regulación bancaria y la pérdida de rentabilidad. A modo de muestra, entre 2021 y 2022 cerraron más de 3 000 oficinas en España[2].

Cada vez seremos más digitales

Todo apunta a que cada vez seremos consumidores más digitales y que los medios de pago diferentes del efectivo se irán imponiendo. El portal Shopify llevó a cabo el ejercicio de identificar las tendencias que estarán presentes en este campo en 2023.

Lo primero que destaca es que los métodos de pago tradicionales y aquellos *online* se van fundiendo entre sí. Aunque compremos en tiendas físicas, los métodos de pago que utilizamos han cambiado. Hay una tendencia manifiesta por utilizar medios de pago sin contacto (*frictionless*), como los que implican el uso del teléfono móvil, los monederos digitales, las *apps* de pago e incluso las tarjetas de crédito convencionales que no requieren contacto físico con el terminal de punto de venta.

Igualmente, los pagos por medios digitales abren un canal de comunicación directa entre el creador o el pequeño vendedor y sus clientes, pudiendo eliminar en muchos casos la presencia de intermediarios relacionados con las ventas o el marketing.

Otra tendencia es que se generaliza el uso de los monederos digitales, como lo son Apple Pay, Google Pay o PayPal, por citar de los más conocidos, que son aplicaciones que establecen un canal seguro de pagos entre comprador y vendedor, muy adecuado para la compra a través de internet. Shopify calcula que en 2023 más de 4 000 millones de compradores en el mundo harán uso de los monederos electrónicos. También se espera que este año se produzca una explosión de aplicaciones de pago –"*super apps*"-, que servirán para distintos tipos de usos, y que todos llevaremos en nuestro móvil. Por ejemplo, podría ocurrir que empecemos a realizar pagos digitales con una aplicación de mensajería instantánea como WhatsApp; de hecho, la china WeChat ya permite, además de mandar mensajes, pagar compras, taxis, o reservar en hoteles y restaurantes.

Se espera que este año se produzca una explosión de aplicaciones de pago –"super apps"

Shopify también destaca que se extenderá el uso de códigos QR todavía más de lo que está en la actualidad. Su utilidad va desde descargar en el móvil la carta de un restaurante -con el consecuente ahorro de papel-, a poder pagar una compra en un supermercado sin mediación de cajeros humanos. Y sus posibles usos no hacen más que crecer…

Una última tendencia que merece un tratamiento aparte es la denominada BNPL (*buy now, pay later*), que parece que va a poner patas arriba el sector del comercio minorista. «Compra ahora y paga después» es exactamente lo que parece: un método de realizar transacciones y adquirir los productos inmediatamente, con la posibilidad de realizar el pago fraccionado posteriormente, sin intereses. A primera vista, tampoco parece tan novedoso, compañías como El Corte Inglés, llevan décadas financiando la compra a plazos sin intereses. Sin embargo, parece que traerá ventajas, tanto para comercios -especialmente los dedicados a la venta *online*-, como para los compradores, puesto que el sistema de permitir el pago a cuotas en un tiempo determinado puede hacer que esta compra sea más atractiva, y, de esta forma aumentar las ventas, especialmente de productos de alto valor.

Foto de Karolina Grabowska