



GLORY

Las tarjetas desaparecerán  
antes que el efectivo



# LAS TARJETAS DESAPARECERÁN ANTES QUE EL EFECTIVO

En las últimas décadas, las compañías emisoras de tarjetas han sido incansables a la hora de hacernos ver que se está librando una batalla por el dominio de las transacciones entre las tarjetas de débito y crédito, por una parte, y el efectivo, por otra. La idea de que «el efectivo va a desaparecer» se ha convertido en una idea cultural, en un meme; en algo inevitable en nuestra nueva sociedad altamente tecnológica.

Sin embargo, nuevos datos vienen a mostrar que la realidad es bastante diferente:

**Hoy en día, en el sistema global de pagos, hay más dinero en efectivo que nunca.**

- La cantidad de euros y dólares físicos en circulación ha ido creciendo anualmente en los últimos 15 años; el volumen de dólares está creciendo con un CAGR de casi el 5%, mientras que el volumen de euros se ha duplicado desde 2002, con un CAGR de más del 6%.
- El Banco Central Europeo (BCE) prevé que el volumen de billetes en circulación crezca en un 40% a lo largo de los próximos 7 años.
- El Banco de Inglaterra prevé un crecimiento del 20% de los billetes de libras esterlinas para los próximos 7 años.

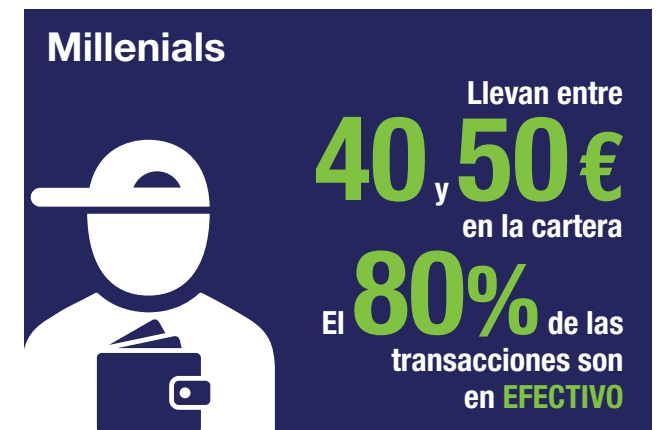
**El efectivo sigue siendo el método más popular para las transacciones personales en el mundo, a pesar de los numerosos artículos que aseguran la inminencia de una sociedad sin efectivo.**

- Las últimas cifras que ha publicado el BCE en el mes de diciembre de 2017 muestran que, en Europa, el 79% de todas las transacciones que se realizan en puntos de venta se hacen en metálico.
- Según la Reserva Federal de los EE. UU., el efectivo todavía se utiliza para el 32% de todas las transacciones, sin tener en cuenta quién recibe cada pago (es decir, se incluyen también en ese cómputo las transacciones postales y por Internet, que difícilmente se pueden realizar con dinero en efectivo).

Aunque no es una lista completa, quizá ofrece un buen motivo para replantearse y cuestionarse esta idea tan extendida. **En contraste con ese tópico, vamos a introducir un nuevo meme.**

# ¿CÓMO PAGAN LOS EUROPEOS?

LOS “EWALLETS ACABARÁN ELIMINANDO LAS TARJETAS Y LOS SISTEMAS DE PAGO CON TARJETA, CASI MONOPOLÍSTICOS, ANTES DE QUE DESAPAREZCA EL DINERO EN EFECTIVO.”



Fuente Estudio del BCE sobre el uso del efectivo en la zona euro, 2017

# EL IMPACTO DE LOS eWALLETS

Los eWallets tendrán un impacto importante sobre el uso de cheques (un uso que actualmente ya está en declive), sobre el uso de las tarjetas de crédito y débito (que es algo que está ocurriendo ahora mismo) y, sí, también sobre el efectivo. Sin embargo, lo más importante es que los eWallets tienen el potencial de permitir una radical desintermediación del sistema de pagos con tarjeta tradicional.

Se pone en contraste el mito, ya derrumbado, del efectivo frente a las tarjetas con la realidad de las tarjetas frente a los eWallets. En los últimos 5 años los eWallets han mostrado un espectacular crecimiento, y cabe señalar que ese crecimiento ha sido a costa del uso de las tarjetas.

Muchos, quizás la mayoría, de los usuarios norteamericanos y europeos de eWallets y tarjetas no entienden realmente la diferencia entre un método de pago y otro, excepto en cuanto a que con uno de ellos utilizan su teléfono en lugar de una tarjeta para realizar un pago digital. En ambos casos, los pagos aún se siguen realizando contra su cuenta bancaria o los realiza la compañía de tarjetas de crédito.

En China y África el caso es muy diferente: se mantiene una cuenta separada con la compañía de telefonía móvil o en la cuenta (no bancaria) de Alipay y, antes de realizar los pagos, se lleva dinero a esa cuenta. Ese es el potencial ya demostrado de desintermediación. Más adelante volveremos a este punto.

**“LAS PREVISIONES MUESTRAN QUE, PARA 2021, EL 40% DE LA POBLACIÓN MUNDIAL TENDRÁ UN SMARTPHONE Y ESTARÁ SIEMPRE CONECTADA.”**



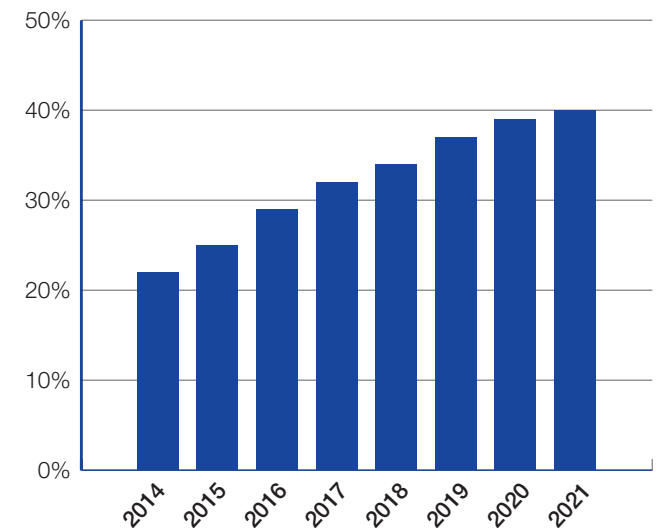
# CRECIMIENTO CONTINUO DE LOS SMARTPHONES

Hasta ahora, el éxito de los eWallets y de las carteras móviles ha estado impulsado por la búsqueda de una experiencia de compra eficiente y cómoda por parte de los consumidores. La adopción global del smartphone, un dispositivo que «siempre está en nuestra mano», es una solución natural para nuevos métodos de pago alternativos.

La mayor parte de las previsiones sugieren que, en tres años como mínimo, el 40% de la población mundial o, dicho de otro modo, más de tres mil millones de personas, tendrán un smartphone y estarán siempre conectadas. Esa cifra seguirá creciendo rápidamente, ya que el tener un smartphone será algo necesario para la interacción social. Eso puede compararse directamente con la distribución actual de las tarjetas de débito y crédito. La mayor parte de los norteamericanos y europeos ya tiene un smartphone, y también una tarjeta de débito o crédito (o varias); el 56% de los chinos tienen un smartphone, pero menos del 40% cuenta con tarjetas de débito o crédito; en India, el 28,5% de los ciudadanos de ese país es propietario de un smartphone, pero menos del 25% de la población es titular de tarjetas de débito o crédito. Tener un smartphone es algo más frecuente que tener tarjetas en América Latina. En África, en un caso que resulta único (en muchos países), hay más teléfonos digitales avanzados (no smartphones propiamente dichos) capaces de realizar transacciones digitales en comparación con el nivel de distribución de tarjetas.

Aún así, los smartphones por sí solos no explican del todo el fenómeno que nos ocupa. Son necesarios otros dos cambios en el mercado.

**NIVEL DE PENETRACIÓN DE LOS USUARIOS DE SMARTPHONES COMO % DE LA POBLACIÓN MUNDIAL**



Fuente Statista

# FACTORES QUE AFECTAN LA ADOPCIÓN DE LOS eWALLETS

En primer lugar, **la actitud del consumidor hacia los pagos móviles debe cambiar**, y los datos muestran que ese cambio se está produciendo, aunque sea de forma lenta.

En China, los pagos móviles se han convertido en algo fundamental en las ciudades incluidas en el primer nivel del sistema chino de clasificación de urbes, y las previsiones muestran que el 79,3% de los usuarios de smartphones acabarán, para 2021, pasando por caja haciendo uso de sus teléfonos inteligentes. En comparación, en Estados Unidos, nos encontramos con que sólo un 23% los estadounidenses estarán haciendo lo mismo, y en Alemania sólo llegará a un 15% de la población.

En segundo lugar, **los comerciantes deben aceptar ese sistema de pago**. Como toda transacción requiere dos partes, también debe conseguirse que los comerciantes acepten y hagan suyo ese sistema de pago. **La aceptación por parte de los**

**comerciantes de ese sistema de pago depende de dos cosas: del coste y la demanda por parte de los consumidores.**

**El éxito en el mundo de los sistemas de pago depende de su nivel de aceptación.**

Para ello, no solo necesitamos que los usuarios se propongan pagar con el sistema que les proponemos; también debemos ofrecer un valor añadido para los comerciantes. Los eWallets son tan similares a las tarjetas o al efectivo en cuanto a su comodidad, que debe haber un incentivo importante para que los comerciantes incorporen un nuevo método de pago.

La rápida expansión de los pagos móviles en China, que es todo un fenómeno en los últimos cuatro años, ha venido impulsada por Alipay y WeChat Pay, quienes han liderado el mercado. La clave es que ambas empresas han sido capaces de ofrecer un sistema económico de pagos, gracias, en parte, a haber permitido a los comerciantes más

pequeños utilizar la simple impresión de un código QR o el teléfono móvil, en lugar de un costoso lector de tarjetas. Un sistema back-end que almacene los registros de las cuentas de usuarios en lugar de obligar a comunicarse con los bancos también contribuye a contener los costes, **reduciendo radicalmente los costes asociados a la participación del comerciante.**



Fuente eMarketer

# APPLE PAY, GOOGLE PAY, ALIPAY

Apple Pay y Google Pay han sido, hasta ahora, los principales impulsores del cambio hacia las carteras móviles en Norteamérica y Europa (aunque otras importantes empresas como PayPal y Stripe también han contribuido a la adopción de los pagos digitales y móviles). Estas empresas aportan además un enorme número de usuarios con sus sistemas operativos iOS y Android, que funcionan en dispositivos móviles. El consumidor espera y desea que esas carteras electrónicas funcionen en todos los sitios a los que van a comprar. Por tanto, hay demanda. Y esa demanda deberá convertirse en ingresos para el comercio, ¿no?

Más o menos. Los comerciantes de los países con más altos niveles de renta se proponen dar respuesta a esa demanda. Pero ahora mismo están aceptando pagos en metálico y también con tarjeta. Muchos de esos comerciantes están dando marcha atrás en opciones de pago tales como los eWallets, porque, paradójica y erróneamente, se ven obligados a pagar cada vez más dinero al cártel que domina el sistema tradicional de

pagos para que acepte los eWallets como medio de pago.

Es una oportunidad de entrada en el mercado para un sistema de pagos electrónico completamente nuevo. Los eWallets y las empresas que lo lideran pueden contemplar, en un futuro próximo, una oportunidad para establecerse, no ya como meros facilitadores de las redes de pago, sino para sustituir esas redes, a medida que los consumidores vayan apreciando cada vez más la popularidad, la comodidad, el uso de múltiples divisas y la globalización de este método de pago.

Apple y Google han manifestado que esto no está entre sus planes, al menos por el momento. Amazon ha sido menos claro en relación a sus intenciones. Esas tres empresas han demostrado que al final siempre hacen suyos los mercados cuando controlan la experiencia de los usuarios. Parece que los dos gigantes chinos, Alipay y WeChat Pay —especialmente Alipay como parte de Ant Financial— ya están actuando como si fueran bancos, haciendo transacciones y

operaciones de financiación, con beneficios procedentes de los fondos en tránsito entre cada transacción y su liquidación, y no ya solo ganando dinero gracias a los importes de las transacciones de las que son parte. Además, este nuevo modelo, eficaz desde el punto de vista de los costes, hace que Alipay se convierta, muy probablemente, en un elemento disruptor, si esta empresa aprende a operar de forma eficiente fuera de China.

Hay dos nuevos protagonistas que deben tenerse muy en cuenta: Facebook, con su solución de pagos peer-to-peer basada en WhatsApp que está en fase de lanzamiento beta en India, aporta una enorme base de usuarios, similar en algunos sentidos a la de Alipay, y Amazon, con su Amazon Pay, que puede persuadir a los consumidores con sus programas de fidelización e incentivos de uso, y puede acabar obligando a otras empresas a tener que aceptar la solución que ofrece. Se puede contar con que ambos dejarán a un lado el tradicional sistema de pagos de cuatro partes diferentes.

# ASÍ QUE, ¿CÓMO ACABARÁN LOS eWALLETS DESPLAZANDO A LAS TARJETAS?

**1. Comodidad del ecosistema.** Los eWallets ya se han hecho con una parte significativa del mercado de pagos online. A medida que los comercios minoristas online abrazan la globalización, cada vez más consumidores realizan compras internacionales. De hecho, la tendencia que se desprende del Global Ecommerce Study de Pitney Bowes del año 2017, pone de relieve el peligro de que los comercios acepten únicamente las tarjetas de crédito como método de pago. Se estima que un 70% de los consumidores realizan compras internacionales, fuera de su país de residencia, al menos ocasionalmente. Las tarjetas de crédito tradicionales pueden no funcionar fácilmente en ese tipo de transacciones, si no median incómodas aprobaciones secundarias para cada operación. El 41% de los encuestados en el estudio de Pitney Bowes señalaron que utilizan los eWallets como método de pago preferido para sus transacciones, lo que supera al uso de tarjetas de crédito y débito, y al de las transferencias bancarias. Esencialmente, los **eWallets pueden hacer todo lo que hacen las tarjetas, pero de forma más rápida, segura y fácil.**

**2. Protección clara y fácil para el comprador.** Los eWallets en muchos casos ofrecen una mayor protección para el comprador; es el caso de PayPal, que hace reembolsos cuando se pierden artículos o estos llegan dañados, algo que la Consumer Credit Act del Reino Unido únicamente impone para compras con tarjeta de más 100 £ (en ese país), y que es solo aplicable para compras con tarjetas de crédito, no de débito. En cambio, los eWallets, junto con los sistemas de pago móviles, **pueden favorecer el declive del uso de las tarjetas en múltiples canales.**



# ASÍ QUE, ¿CÓMO ACABARÁN LOS eWALLETS DESPLAZANDO A LAS TARJETAS? [CONTINUACIÓN]

**3. Menores costes para el comerciante.** Los sistemas de pago electrónicos de hoy en día resultan costosos para el comerciante; los actuales bancos e instituciones financieras han añadido esos sistemas sobre los procesos ya establecidos con los que funcionan las tarjetas, en vez de establecer su propia identidad diferenciada. Vemos el caso de Alipay y WeChat, que están cuestionando el actual modelo de redes de tarjetas, con un enorme éxito disruptivo por su parte, reduciendo los costes que soporta el comerciante.

## ¿Por qué no también dinero en efectivo?

**Los eWallets no pueden reemplazar todo lo que ofrece el dinero en efectivo en cuanto a tangibilidad y aceptación casi universal. La gente aún seguirá queriendo disfrutar de un método de pago no electrónico durante mucho tiempo después de que haya disminuído el uso de las tarjetas, como mínimo, aunque solo sea por la razón de contar con un método alternativo cuando las redes dejan de funcionar. El dinero continuará siendo un método de pago tangible y digno de confianza, que siempre funciona.**

**El dinero en efectivo y el digital coexistirán.**



# CONCLUSIONES

En resumen, el mercado tradicional de métodos de pago electrónicos ha resultado muy caro para el comerciante y está listo para que se produzca una fuerte disrupción en él. Según se vaya extendiendo el uso de los smartphones y los consumidores puedan disfrutar de las posibilidades que ofrecen los eWallet, las tradicionales redes y tarjetas se verán sustituidas por eWallets, que resultan cómodas y fáciles para el consumidor y no precisan de esas redes tradicionales para su funcionamiento. Los protagonistas del mercado tradicional evolucionarán o acabarán cayendo, y lo mismo puede decirse de las tarjetas. Los datos generales que se tienen sobre los mercados apoyan la idea de que esa transición a los pagos digitales, que superarán a las redes tradicionales, es algo que se producirá más rápido, quizás mucho más rápido, que la sustitución del dinero por las tarjetas.

El efectivo, por otra parte, contará siempre con un punto que le favorece en relación a los pagos digitales: es algo tangible que merece credibilidad, es «resistente a los hackers» y favorece la descentralización en los puntos de uso. Quizá esa es la razón por la que el efectivo ha superado el paso del tiempo durante siglos. La innovación puede impulsar siempre el cambio en las formas de pago, pero la popularidad global del efectivo, realmente, no está decayendo.

El discurso sobre la «muerte del efectivo» ha venido siendo un tema candente durante más de 60 años, sin que la cantidad de billetes en circulación haya dejado de crecer, año tras año, en todo el mundo; los bancos centrales de todo el mundo no predicen cambios en esa trayectoria de crecimiento. Mientras tanto, los smartphones están sustituyendo, directamente, a las tarjetas como la herramienta preferida para las transacciones digitales. Al parecer, la percepción de la gente y la realidad son dos cosas bastante diferentes. **Ha llegado la hora de cambiar el meme.**



**Glory, C/ Puerto de Pajares, 17, Pol. Ind. Prado Overa, 28919 – LEGANÉS (Madrid)**

**☎ +34 913 297 100** **✉ info@es.glory-global.com** **🌐 [glory-global.com](http://glory-global.com)**

WP-CARDSDISAPPEAR-1218/ES\_1.0

Glory Global Solutions pertenece a GLORY LTD. Este folleto es solo para orientación general. Dado que los productos y servicios de la Compañía siguen desarrollándose continuamente, es importante que los clientes verifiquen que la información aquí contenida incluye los detalles más recientes. A pesar de que se han tomado todas las precauciones durante la elaboración de este documento, ni la Compañía ni el redactor asumen ninguna responsabilidad por errores u omisiones, declinando cualquier responsabilidad por daños y perjuicios derivados de la utilización de la información contenida en este documento. El presente documento no forma parte de ningún contrato ni licencia hasta donde pueda convenirse explícitamente. Todas las cifras de capacidades y rendimiento están sujetas al tamaño y a la calidad de los billetes y monedas, así como al proceso utilizado. GLORY es una marca registrada de GLORY LTD. en Japón, Estados Unidos y Europa. Todas las marcas comerciales son propiedad del grupo de compañías de GLORY Limited. CASHINFINITY y su representación gráfica asociada son cada uno una marca registrada de GLORY LTD. en Japón, la Unión Europea, EE.UU. y otros países. © Glory Global Solutions (International) Limited 2018.