



MÚLTIPLES SOLUCIONES:

PAGOS DIGITALES Y SIN CONTACTO SIGUEN MASIFICÁNDOSE

El crecimiento del comercio electrónico y el acceso de las personas a internet han permitido la masificación de los pagos digitales. Hoy, las soluciones se centran en la experiencia del usuario, por lo que hay diversas alternativas de pago, como aquellas a través del IoT, con código QR, biometría, analítica e inteligencia artificial, billeteras y tarjetas digitales, y apps de bancos que han simplificado los pasos para que el nuevo cliente digital pueda operar de forma rápida y segura.

La Encuesta Nacional de Uso y Preferencias del Efectivo, que el Banco Central publicó a finales de 2020, indica algo que quizás era impensable antes de la llegada de la crisis sanitaria por covid-19: el efectivo dejó de ser el medio de pago más utilizado en Chile durante la pandemia y se impulsó la tarjeta de débito y, luego, con un constante crecimiento, los medios de pago digitales.

Así lo comenta Ramón Heredia, director ejecutivo de Digital Bank Latam, quien explica que, debido al contexto sanitario, las personas se han visto obligadas, en muchos casos, a usar los medios de pago digitales. "Hemos visto aumentos importantes en la bancarización y la utilización de estos medios de pago por parte de personas que antes no tenían acceso a servicios financieros", señala.

En este sentido, agrega que las empresas también se atrevieron a colaborar e implementar tecnologías que permitieran desarrollar y consolidar más soluciones digitales de pago. "Esto solo irá creciendo y abriéndose cada vez más, creando mayores oportunidades", dice.

Al respecto, Ricardo Seguel, académico de la Facultad de Ingeniería y Ciencias de la Universidad Adolfo Ibáñez, concuerda con que la pandemia provocó un aumento explosivo del uso de medios de pagos digitales debido al crecimiento del e-commerce. "Esto reflejado por el cierre de tiendas físicas y una reducción del uso de cajeros automáticos del 17,3% en 2020 según la

Comisión para el Mercado Financiero (CMF) y, por lo tanto, del pago en efectivo. El retail se adaptó rápido a esta contingencia, como también el resto del comercio que se adecuó para seguir funcionando con una tienda en línea o en asociación con las aplicaciones de *delivery*, las cuales permiten realizar pagos con tarjetas de crédito e incluso de prepago", detalla.

Junto con el crecimiento explosivo en los últimos tres años, en cantidad de usuarios y una variada oferta en el mercado, de las tarjetas de prepago de crédito y débito, Ricardo Seguel comenta que destacan, además, las billeteras electrónicas.

COMERCIO Y PAGOS DIGITALES

El crecimiento del comercio electrónico en Latinoamérica y, sobre todo, el acceso de las personas a internet han permitido la masificación de los pagos digitales. Ramón Heredia sostiene que hoy es casi impensable un comercio sin alternativas digitales de compra, y el año 2020 fue un acelerador para que el comercio repensara y consolidara sus nuevas estrategias de venta.

"Existe aún un desafío en sitios que no tienen facilidad al acceso a internet, pero la brecha está disminuyendo y la llegada de la red 5G, así como la llegada de nuevos actores, impulsarán el uso de smartphones y dispositivos móviles por parte de los usuarios", detalla.

Añade que a medida que la nueva era post covid-19 se vaya

estableciendo, como se ha ido viendo, el comercio físico regresará y se mantendrá, pero pensado con mayor tecnología, incluso con servicios y experiencias digitales dentro de las tiendas que incluirán medios de pago digitales.

Por otro lado, el director ejecutivo de Digital Bank Latam asegura que el comercio electrónico seguirá creciendo. "Ya es una tendencia marcada, no solo en Chile, sino en toda la región y el mundo. A pesar de que en Estados Unidos y Europa ya el e-commerce estaba a niveles avanzados antes de la pandemia, Latinoamérica ha sabido reaccionar y se continuará adaptando a esta tendencia", recalca.

LAS TENDENCIAS

Otras tendencias son aquellas soluciones relativas a los pagos a través del IoT (Internet de las Cosas), soluciones con código QR, biometría para autorización y antifraude, analítica e inteligencia artificial (IA), billeteras y tarjetas digitales, y apps de bancos que han decidido simplificar los pasos para que el nuevo cliente digital pueda realizar su pago de una

CIFRAS DEL COMERCIO

"El reporte de industria sobre e-commerce, que reseñó Forbes, señala que en los últimos cinco años, Latinoamérica pasó de 126 a 267 millones de compradores en línea, y las proyecciones para finales de 2021 van hasta los 350 millones de usuarios. Esto supone un cambio de estructura en los procesamiento de pagos de la región", dice Ramón Heredia, director ejecutivo de Digital Bank Latam. Agrega que según la Cámara de Comercio de Santiago, Chile lidera la recuperación del consumo a nivel global, y las ventas del comercio retail han tenido un crecimiento del 27% en los primeros cinco meses del año, superando incluso a China (26%) y Estados Unidos (25%).

forma rápida y segura. "Es clave afianzar el tema de seguridad y antifraude, implementando las nuevas tecnologías para esto", subraya Heredia.

Por su parte, el académico de la UAI detalla que la tendencia viene marcada por el florecimiento de los neobancos como Tempo, BCI Mach, Rapobank, entre otros. "Igualmente, las *criptowallets* estarán tomando cada vez más relevancia porque permiten realizar pagos en diferentes monedas y criptomonedas, lo cual será transparente para el usuario. Sin embargo, se requerirá una legislación acorde para su uso masivo", dice Seguel.

Por otro lado, Ramón Heredia comenta que un norte a seguir en las tendencias en plataformas de pago y servicios financieros digitales, es lo que se ha venido desarrollando en China estos últimos cinco años.

"Han creado grandes ecosistemas digitales como WeChat y Alipay, que primero crecieron conectando a más de mil millones de personas, permitiendo que sus usuarios se comunicaran, jugaran, compraran productos y desarrollaran comunidades.

Luego de lograr esa conexión y relación diaria, conectaron servicios financieros. Ese es el futuro, plataformas de pago invisibles para el usuario, dentro de estos ecosistemas digitales. Un ejemplo claro de esto es Tiktok, que a principios de este año lanzó su unidad de pagos digitales dentro de su versión china", destaca.

Heredia sostiene que entre las principales características que se ven en estas tendencias, están la colaboración y la integración con los ecosistemas. "El auge de las *fintech* y las soluciones desarrolladas, han cambiado el ecosistema de pagos. Las *bigtech*, que se han involucrado en la banca digital, han establecido sus propios medios de pago. En tanto, la creación del modelo cuatro partes, en Chile, va en pro de esa colaboración y de generar mayor competitividad, mayores y mejores soluciones. El beneficiado es el cliente. Con una transformación en la vida diaria, en la forma en la que consumimos y nuestra seguridad, nosotros, los usuarios, ahora tenemos mayores alternativas, mayor inclusión financiera y eso nos permite ahorrar tiempo y tener comodidad", señala.

ANTICIPARSE A LAS DEMANDAS

El académico de la UAI señala que el uso de medios de pago electrónico es transversal y continúa creciendo, aunque existe la barrera relativa a la alfabetización digital. "Es contradictorio que teniendo más de dos smartphones por cápita en Chile, la mayoría solo lo utilice como medio de comunicación, pero no como una billetera electrónica que les permite realizar compras y pagos de forma instantánea y desde cualquier lugar", dice Seguel.

Por su parte, Ramón Heredia señala que uno de los mayores desafíos, quizás, sea también estar preparado y anticiparse a las demandas del cliente. El usuario también está en constante cambio y lo que hoy puede ajustarse a lo que quiere, mañana ya no le servirá de la misma forma.

"La idea es lograr que la banca digital sea predictiva y esté siempre dispuesta a adaptarse, colaborar y crear nuevas oportunidades y soluciones para los clientes. Es clave además que nuestros reguladores evolucionen al ritmo de los cambios y adapten las normas a las nuevas tecnologías, ecosistemas y tendencias en el comportamiento. Y es esencial que los usuarios puedan seguir conectándose al mundo digital, pero que esas conexiones estén protegidas y resguardadas, sin perder la experiencia de seguir disfrutando de las oportunidades de la nueva era que comenzamos a vivir", finaliza Ramón Heredia.