

TARJETAS DE DÉBITO MANTIENEN SU PRIMACÍA:

Se estanca el uso de las billeteras digitales en Chile



Aunque el ecosistema financiero nacional está bastante más avanzado que el resto de Latinoamérica en aspectos de bancarización, las tarjetas y el efectivo siguen siendo los medios de pago más utilizados por las personas, desplazando a las *e-wallets* al tercer lugar.

IRINA TORO S.

Las tarjetas de débito siguen siendo el medio más utilizado por los chilenos para el pago de productos y servicios, llegando a 77%, muy de cerca del uso de efectivo (73%), mientras se observa prácticamente un estancamiento en el desarrollo de las billeteras digitales en el último año: solo un 20% de la población utiliza esta herramienta, muy por debajo del promedio latinoamericano, que alcanzó un 36%.

La penetración de las *e-wallets* ha sido lenta en el país. En 2021 era de 15% y en 2023, de 18%, según el cuarto Índice de Inclusión Financiera (IIF), de Credicorp e Ipsos Perú, que incluyó a ocho países de la región.

El reporte dice que "Chile es uno de los países que mejor usa el sistema financiero en Latinoamérica y, a diferencia del resto de la región, ha encontrado una alternativa a las billeteras digitales: las tarjetas de débito, que superan los niveles de uso del efectivo, lo que no se observa en otros países".

De hecho, el Informe de Sistemas

de Pago 2024 del Banco Central establece que la mayoría de las transacciones se realiza con tarjetas de débito. En marzo de 2024, el 66% del consumo de los hogares se pagó con alguna tarjeta (débito, crédito o prepago), con 27,5 millones de tarjetas de pago operativas, lo que representa un aumento de 5,4% respecto del mismo período del año anterior. Sin duda, la predominancia de las tarjetas de débito ha sido impulsada por la cuenta RUT de BancoEstado, que en 2023 totalizó 14,6 millones de usuarios, según la Memoria de la entidad.

Pablo Barberis, docente de UNegocios de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) de la Universidad de Chile, estima que la baja adhesión a este medio de pago se explica por la costumbre de los usuarios de pagar con efectivo o con tarjetas de débito y crédito, ya que permiten pactar cuotas o acceder a incentivos; la brecha en educación financiera digital, especialmente en sectores más vulnerables, y la desconfianza o incertidumbre respecto a la efectividad de sus mecanis-

mos por la falta de infraestructura tecnológica disponible, especialmente en zonas rurales.

"La billetera digital es un hábito a desarrollar, porque presenta dificultades de uso y comodidad que la gente no está dispuesta a migrar cuando hoy día las tarjetas funcionan perfecto. En cambio, las billeteras a veces no funcionan bien, ya que dependen de la señal de internet y hay que instalar todo de nuevo al cambiar de celular. ¿Por qué voy a cambiar?", explica Barberis.

Comodidad y seguridad

Entre los beneficios de esta herramienta destacan la comodidad, que permite a los usuarios olvidarse de llevar efectivo o múltiples tarjetas en el bolsillo; la seguridad de las operaciones cuando hay robustez tecnológica, buenas conexiones e infraestructura instalada para proteger los datos; la rapidez, ya que el pago y la confirmación son inmediatos y no implica ingresar clave, pin, ni huella.

Mercado Pago, que inició sus operaciones en Chile hace siete años, coincide en que el desarrollo de las billeteras electrónicas ha sido relativamente más lento comparado con otros medios de pago como el efectivo o las tarjetas. Sin embargo, en el último año doblaron el número de usuarios, llegando hoy a cerca de cinco millones.

Agostina Colaizzo, *head* de Cards & Credits de la *fintech*, lo atribuye a la alta penetración del sistema bancario tradicional, que ha generado dependencia. "No obstante, hemos tenido una experiencia exitosa en Chile con nuestra cuenta digital, con un crecimiento sostenido. El comportamiento de los usuarios ha sido bien ecosistémico, porque no solamente realizan una acción en particular, sino que también investigan y se pasean por el resto de las funciones, lo que habla de un interés por conocer más un producto novedoso y tremendamente tecnológico", explica.

Para fomentar el crecimiento de las *e-wallets*, Barberis considera necesario difundir sus beneficios y ventajas a través de iniciativas de educación; mejorar y seguir avanzando en ciberseguridad, para generar confianza en los consumidores; potenciar el acceso a infraestructura y conexión a internet en todo el territorio, y generar incentivos al uso, a través de promociones y/o descuentos que ayuden a la penetración, por parte de las instituciones financieras y plataformas electrónicas.