

Transferencias de dinero más rápidas en América Latina:

Datos reveladores para lograr
el éxito en la era digital



VISA



Americas
Market
Intelligence

Índice

Prólogo.....	3
Resumen ejecutivo.....	4
Introducción.....	6
Datos reveladores sobre los consumidores.....	13
Datos reveladores sobre las pymes.....	22
Datos reveladores sobre los pagadores.....	30
Una llamada a la acción para la industria: principales oportunidades para pagos más rápidos.....	35
Acerca de Visa.....	41
Acerca de AMI.....	42

Lista de tablas y figuras

Tabla 1. Desglose demográfico de consumidores encuestados.....	7
Tabla 2. Desglose demográfico de pymes encuestadas.....	8
Tabla 3. Clases de franquicias de pagos más rápidos.....	11
Figura 1. Esquemas de pagos más rápidos disponibles en América Latina.....	12
Figura 2. Tipos de desembolsos recibidos por consumidores latinoamericanos.....	14
Figura 3. Cantidades de desembolsos recibidos por consumidores latinoamericanos.....	15
Figura 4. Desembolsos desglosados según el método de pago.....	16
Figura 5. Porcentajes de consumidores que experimentaron algún problema en la recepción del pago.....	17
Figura 6. Puntos problemáticos experimentados en el proceso de desembolso.....	17
Figura 7. Divergencia entre métodos de pago actuales y preferidos.....	18
Figura 8. Rapidez de los desembolsos a consumidores latinoamericanos.....	28
Figura 9. Desembolsos transfronterizos vs. desembolsos domésticos a consumidores.....	19
Figura 10. Probabilidad de cambiarse a un método de desembolso más rápido.....	20
Figura 11. Percepción de los consumidores de los sistemas de pagos más rápidos.....	21
Figura 12. Retos de liquidez para las pymes.....	22
Figura 13. Porcentajes de pymes que están teniendo problemas de liquidez como consecuencia de retrasos en los desembolsos.....	23
Figura 14. Rapidez de los desembolsos a pymes, por método.....	23
Figura 15. Método de pago de desembolsos, según el tipo de desembolso.....	24
Figura 16. Factores implicados en la selección de un método de pago para realizar desembolsos.....	24
Figura 17. Credencial de pago utilizada para recibir desembolsos vs. credencial preferida.....	25
Figura 18. Las pymes y los desembolsos transfronterizos.....	26
Figura 19. Uso de billeteras de criptomonedas por país.....	27
Figura 20. Principales razones para no cambiarse a un método de pago más rápido.....	27
Figura 21. Percepción de las pymes sobre los sistemas de pago más rápidos.....	28
Figura 22. Métodos de pago que utilizan las instituciones de pago.....	31
Figura 23. Mapa de oportunidades para habilitar pagos más rápidos en América Latina.....	36

Prólogo

El panorama de pagos de América Latina está evolucionando de forma acelerada, con la expectativa de implementar soluciones más rápidas y prácticas que optimicen la seguridad y la experiencia del usuario. Las franquicias de pagos, los bancos, las empresas de tecnología y los gobiernos están trabajando a todo vapor para satisfacer esta creciente demanda y, a la vez, brindarles a sus partes interesadas más cercanas las herramientas que necesitan para mejorar la experiencia de pago en general y maximizar la rapidez con la que se mueve el dinero. A lo largo de los últimos años, la región ha aceptado el valor de mover el dinero con más rapidez para hacerlo llegar a las manos de pequeñas empresas, trabajadores, familias y quienes más lo necesitan. La industria de pagos y sus partes interesadas están ampliamente de acuerdo con la oportunidad que representan los pagos más rápidos. Ahora nos encontramos en un punto de inflexión para determinar las soluciones más viables para realizar pagos más rápidos. Es la siguiente generación de pensamiento: no es cuestión de que los pagos más rápidos sean mejores para todos, sino se trata de qué tipo de pagos más rápidos son los mejores. Creemos que las soluciones correctas tendrán un impacto profundo en las economías y las sociedades de toda la región latinoamericana.

En septiembre de 2021 Visa concluyó un estudio de investigación por encargo junto con Americas Market Intelligence para comprender las preferencias de los consumidores y las pequeñas empresas en cuanto a la recepción de pagos. Además, en este análisis se exploraron las experiencias de los comercios y sus proveedores de pagos con el fin de comprender las oportunidades y los desafíos actuales dentro de los ecosistemas de desembolsos de fondos y transferencias de dinero. Estos conocimientos reveladores nos han permitido ver con más claridad cómo podemos mejorar no sólo la experiencia del cliente, sino también los métodos para brindar una experiencia digital fluida que satisfaga tanto las preferencias rápidamente cambiantes de los consumidores como los crecientes desafíos de la industria global de pagos.

Con base en este estudio de investigación, estamos más convencidos que nunca de que hay soluciones claras que están a nuestra disposición, así como un camino a seguir para cumplir con los requerimientos de los consumidores y las empresas. Con Visa Direct, Visa está bien posicionada para aprovechar este impulso y complementar las infraestructuras existentes en toda la región de América Latina, con el fin de permitir que todas las partes interesadas hagan y reciban pagos de mejor forma. Visa Direct ofrece una solución rápida, segura y práctica para el ecosistema de clientes y socios de Visa. Permite a sus clientes enviar y recibir pagos entre particulares, desembolsos de fondos y pagos entre empresas de forma directa, rápida y segura. Visa Direct es sólo una de las miles de formas en que Visa sigue innovando en el ámbito de la tecnología y los pagos. Y conforme continúe evolucionando el concepto de pagos más rápidos, seguiremos invirtiendo en las tecnologías que hacen que Visa sea la mejor manera de hacer y recibir pagos.



Breno Andrade

Vicepresidente, Visa Direct: Región de Latinoamérica y el Caribe



Resumen ejecutivo

Tras 18 meses de las condiciones generadas por la pandemia, las dificultades financieras se han generalizado en América Latina y es probable que persistan a medio plazo. En medio de esta restricción en el presupuesto tanto de familias como de empresas, la rapidez y la eficiencia en los desembolsos —que se definen como transferencias de dinero entre empresas y particulares— se han vuelto más importantes que nunca. Para acelerar la recuperación económica, promover la digitalización financiera y ganarse la lealtad de las partes interesadas, es necesario que las instituciones de pago habiliten desembolsos más rápidos, más predecibles y más controlados por el usuario en las diversas verticales.

Con el fin de reunir información reveladora sobre este tema, AMI llevó a cabo un estudio en el que se encuestó a más de 2000 consumidores, más de 1000 pequeñas empresas y 30 instituciones de pago de toda América Latina para adquirir una mejor comprensión del estado de los desembolsos en la región, los puntos problemáticos en el proceso de desembolso y lo que los usuarios finales están buscando al recibir fondos.

Los hallazgos clave de esta investigación son los siguientes:

Consumidores

- **Los consumidores de América Latina quieren contar con un proceso de pago más rápido y amigable para el usuario, y están listos para los métodos de pago electrónicos.** El 50% de los consumidores latinoamericanos han reportado problemas con sus desembolsos en el último año, lo que refleja las limitaciones que existen en la capacidad de elegir el método de pago, así como en el plazo y la rapidez con que se realizan los pagos. El 35% de los desembolsos actualmente se pagan

en efectivo, pero sólo el 20% de los consumidores elegirían el efectivo si los métodos electrónicos estuvieran ampliamente disponibles y fueran accesibles.

- **Los pagos más rápidos atraen a consumidores de todas las edades y niveles de ingresos.** El 60% de los consumidores describieron los desembolsos en tiempo real como “muy atractivos” y afirmaron que adoptarían un método de pago en tiempo real si llegara a estar disponible.
- **Siguen existiendo algunas inquietudes sobre los pagos más rápidos, derivadas de la falta de conocimiento de las opciones más rápidas y de la comodidad con el *statu quo*.** Alrededor del 10% de los consumidores latinoamericanos indicaron que adoptarían una actitud de “esperar a ver qué pasa” antes de aceptar hacer un cambio en la forma en que reciben fondos.
- **Las franquicias de pago internacionales pueden ayudar a ganar la confianza de los consumidores.** Los consumidores indican que las franquicias de pago internacionales son preferibles en términos de seguridad, rapidez y experiencia de usuario en comparación con los pagos que se realizan a través de una cámara de compensación (ACH) local, y el 77% afirmaron que utilizarían un método de pago más rápido con mayor frecuencia si estuviera respaldado por una empresa de pagos de marca global.

Pymes

- **Los retrasos en los desembolsos son un factor clave que contribuye a los problemas de liquidez.** El 52% de las pymes tuvieron problemas de liquidez en el último año debido a retrasos en las transferencias de dinero. Las más afectadas fueron las pymes brasileñas, el 60% de las cuales reportaron problemas de liquidez causados por los pagos. La principal

fuente de retrasos fueron los desembolsos provenientes de adquirentes y proveedores de servicios de pago (PSP) por concepto de ingresos pagados con tarjeta.

- **El costo es un factor clave en las decisiones de pago de las pymes, pero muchas de ellas pagan más por la rapidez.** Más de dos terceras partes de las pymes citaron el costo como una prioridad a la hora de elegir un proveedor de pagos. No obstante, el 18% de las pymes indicaron haber pagado una comisión adicional en el último año para recibir los fondos con mayor rapidez. Esto sugiere que la mayoría de las pymes le rehúyen a las comisiones más elevadas, pero una parte significativa de las mismas estarían dispuestas a pagar más si los retrasos en sí perjudicaran su utilidad neta.
- **Las pymes buscan transparencia en sus desembolsos y finanzas, y desean contar con herramientas digitales, amigables para el usuario, que les den un mayor control sobre sus desembolsos.** Las pymes están más dispuestas a pagar una comisión más elevada a cambio de poder controlar cuándo van a recibir sus fondos y de tener plena visibilidad del proceso.
- **El 52% de las pymes se cambiarían a un método de pago más rápido si se les diera la opción, ya que consideran que estos métodos son una solución a los problemas de liquidez.** Sin embargo, las pymes desconfían de los nuevos métodos y mencionan la seguridad como el principal motivo de inquietud. La gran mayoría considera a las franquicias internacionales de tarjetas como los proveedores más seguros de pagos en tiempo real, lo que sugiere que estos métodos podrían ser una de las claves para ganarse la confianza de las pymes que siguen indecisas.

Instituciones de pago

- **La ACH local es el método predominante para realizar desembolsos, pero carece de herramientas fundamentales en lo relativo a visibilidad y rapidez.** Los pagadores de todas las verticales se quejaron de la falta de un tablero u otra herramienta similar que les permita tener una plena visibilidad de sus desembolsos. La mayoría de los pagadores no cuentan con la posibilidad de verificar que un pago específico se haya realizado con éxito. La ACH local también carece de la capacidad para habilitar desembolsos transfronterizos en tiempo real a gran escala. Incluso en los mercados que tienen ofertas de ACH en tiempo real más avanzadas, como Brasil, los pagadores todavía no se sienten cómodos realizando pagos en tiempo real a través de las redes locales, debido a la falta de herramientas para administrar de forma segura los desembolsos, tales como códigos de respuesta.
- **Los pagadores transfronterizos/regionales batallan con ineficiencias y costos más elevados.** Los pagadores que realizan desembolsos transfronterizos se quejaron

enfáticamente del costo elevado y la mala experiencia que han tenido con las transferencias electrónicas internacionales. Las plataformas regionales que cuentan con presencia en toda América Latina se enfrentan a otros retos adicionales relacionados con la integración con múltiples sistemas de ACH. Los pagadores transfronterizos también expresaron su deseo de contar con un actor internacional de confianza que se encargue sistemáticamente de los desembolsos en toda América Latina.

- **AMI detecta la mayor oportunidad para mejorar la experiencia con desembolsos, en términos de rapidez y experiencia del usuario, con plataformas transfronterizas de trabajo por contrato, economía por encargo, liquidación de pagos a comercios y desembolsos de gobiernos,** con base en las dificultades actuales que se están observando en el proceso de pago y el nivel de interés y urgencia de los pagadores por mejorar la forma en que realizan estos desembolsos en la actualidad.

Hoy en día, la ACH local domina los desembolsos en América Latina, pero para la gran mayoría de consumidores, la experiencia de recibir fondos es lenta, opaca y no está alineada con las preferencias de los usuarios. El estudio de investigación revela que hay mucho espacio para introducir soluciones alternativas que mejoren el control por parte de las partes interesadas, así como la flexibilidad, la transparencia y la rapidez con la que hacen y reciben transferencias de dinero. A continuación se describen las brechas que existen en las ofertas actuales que una solución competitiva podría ayudar a resolver:

- Desembolsos confiables y consistentes en tiempo real
- Desembolsos transfronterizos rápidos y amigables para el usuario
- Capacidad de administrar los desembolsos en toda América Latina a través de un solo proveedor
- Desembolsos que utilicen un número de tarjeta de débito, un alias u otra credencial de beneficiario fácil de usar para facilitar la expansión de desembolsos en masa
- Tablero o plataforma digital para que los pagadores administren sus desembolsos
- Tablero o plataforma digital para que los beneficiarios administren cómo y cuándo reciben los desembolsos
- Herramientas para la detección de fraudes para garantizar la seguridad de pagos más rápidos

Las franquicias de pago internacionales gozan de gran reconocimiento y prestigio entre consumidores, pymes y pagadores por su rapidez, seguridad y experiencia de usuario. El mercado está muy interesado en probar las soluciones de pago de estos proveedores, dada la mediocre experiencia de pago que tienen actualmente.



Introducción

Entre más rápido, mejor.

Una década de aceleración digital en América Latina y en todo el mundo ha demostrado que las soluciones más rápidas y sencillas se ganan el corazón y la lealtad de los usuarios finales. Los consumidores ahora pueden pedir transporte que llega a los pocos minutos de pulsar la pantalla de sus teléfonos. Las entregas de productos comprados a través del comercio electrónico tardan un día en llegar, en lugar de tardar una semana o más. Las redes sociales permiten la comunicación a nivel mundial en tiempo real.

También ha aumentado la rapidez de los envíos de dinero. La tecnología sin contacto ha acelerado los pagos en los puntos de venta (POS) y la tecnología de tokenización permite que los consumidores paguen sus compras en línea en cuestión de segundos. Nunca ha sido tan rápido abrir y depositar fondos en una cuenta bancaria. Y para muchos fines, los consumidores pueden iniciar una transferencia de fondos al instante desde su *smartphone*.

Entonces, ¿por qué recibir dinero sigue tardando días o incluso semanas?

A diferencia de los pagos P2B y P2P, los pagos B2B siguen siendo lentos, manuales y en papel. Este es el caso incluso para los desembolsos/pagos —es decir, las transferencias de dinero realizadas a un consumidor o a una empresa por concepto de remuneración no salarial— que casi universalmente son de bajo importe (menos de USD\$2000) y se pueden rastrear bien en una plataforma digital. Los desembolsos de empresas aseguradoras pueden tardar semanas, mientras que los reembolsos de establecimientos minoristas pueden tardar varios días. Los fondos correspondientes a la remuneración de personas que forman parte de la economía por encargo o que realizan trabajos por contrato se pagan de forma semanal, quincenal o mensual, aunque el trabajo se realice en tiempo real. Los comercios que aceptan tarjetas de crédito pueden llegar a esperar hasta 30 días para recibir sus fondos de parte de los adquirentes y, mientras tanto, pagan comisiones adicionales por recibir los fondos más pronto.

La gente y las empresas quieren tener acceso a lo que es suyo, con más rapidez. En este momento en particular, mientras la región de América Latina lucha por recuperarse de una caída del 6% en el PIB en 2020 que fue causada por la pandemia de COVID-19, las pequeñas empresas están en riesgo de quebrarse, los trabajadores se están ganando la vida a duras penas a través de múltiples fuentes de ingresos y las familias están contando hasta el último centavo. Recibir el dinero adeudado de forma rápida y sencilla nunca antes ha marcado una diferencia tan directa en el bienestar financiero de las personas.

La lentitud de los desembolsos también está frenando la inclusión financiera. El 31% de los latinoamericanos aún no tienen una cuenta bancaria o con una *fintech* (empresa de tecnología financiera).¹ Se calcula que el 53% de los pagos en establecimientos minoristas se realizan en efectivo y la mayoría de las pequeñas empresas no aceptan pagos electrónicos.² A fin de atraer a consumidores y empresas, los servicios financieros digitales tendrían que imitar los beneficios del efectivo, a saber, brindar la capacidad de recibir el dinero en el momento y de usarlo de inmediato. Si los fondos de los usuarios no están disponibles y no se puede acceder a ellos para usarlos, su valor en la vida cotidiana de los consumidores se vuelve nulo.

Entonces, ¿qué está pasando?

En pocas palabras, las deficiencias en la infraestructura bancaria, la falta de herramientas tecnológicas, el escaso conocimiento de las soluciones de desembolsos instantáneos y la falta de voluntad están impidiendo que América Latina logre aumentar la rapidez de los

1. Análisis de AMI basado en el Índice de Inclusión Financiera (Findex) del Banco Mundial y en fuentes públicas locales

2. Análisis de AMI basado en datos del Economist Intelligence Unit y fuentes públicas locales

pagos. Sin embargo, con las crecientes expectativas tanto de los consumidores como de las empresas, así como la mayor competencia en el espacio de la economía por encargo, los *marketplaces*, los líderes de opinión (*influencers*) y otras plataformas digitales, la industria está bajo presión para cambiar.

Por estos motivos, la banca y la industria de pagos de América Latina necesitan invertir en métodos de pago más rápidos, a fin de garantizarles a los usuarios finales un acceso más rápido y sencillo a su dinero. Esto puede lograrse utilizando cuentas bancarias, vías de tarjetas de débito o ecosistemas vía circuito cerrado, o una combinación de los tres, en función del caso de uso y de los perfiles de usuarios y pagadores. Para hacer un diagnóstico más integral de este entorno y ofrecerle recomendaciones estratégicas a la industria, Visa se asoció con la empresa de investigación de mercado, Americas Market Intelligence (AMI). En este estudio exhaustivo, AMI buscó comprender el estado de los desembolsos en América Latina, así como las preferencias y perspectivas de los consumidores, las empresas y las instituciones de pago con respecto a los desembolsos, con el fin de brindar información práctica que le ayude a la industria a converger en torno a los desembolsos rápidos.

Tal y como lo fundamenta la siguiente investigación, hacer esto es un paso clave para promover la digitalización financiera en toda la región, lo cual brindaría liquidez a familias y empresas, además de capacitar a los consumidores para maximizar sus opciones y su libertad. Al convertirse de esta manera en un aliado clave de los consumidores, las marcas de pagos quedarían posicionadas para ganarse la lealtad y el compromiso vitalicios de los usuarios. Las siguientes secciones resaltan los datos que respaldan esta aseveración y ofrecen recomendaciones sobre cómo lograr tal posicionamiento.

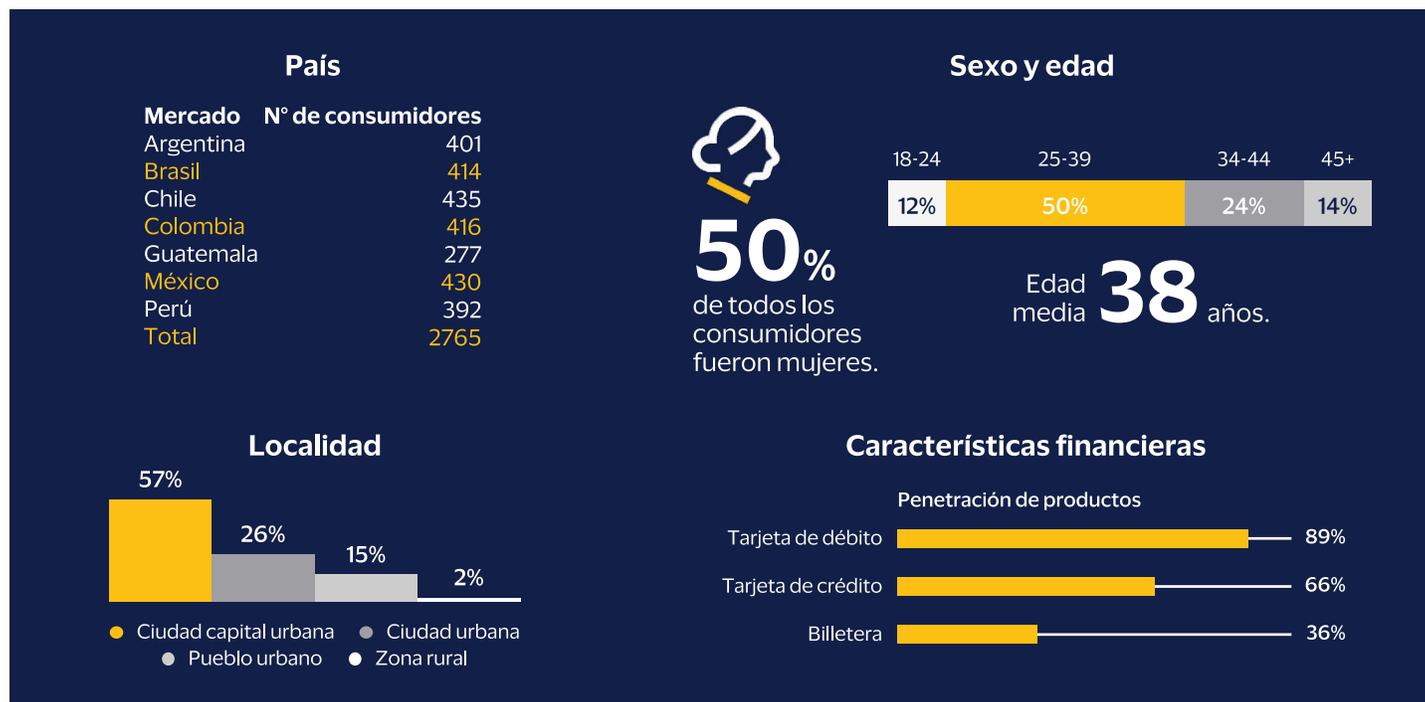
Metodología de la investigación

De junio a agosto de 2021, AMI llevó a cabo un estudio de investigación original para elaborar este informe, el cual abarca siete mercados de América Latina, a saber, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, México y Perú. El estudio de investigación consistió en tres fases:

1. Encuesta a los consumidores

Del 23 al 31 de julio, más de 2700 consumidores completaron una encuesta en línea sobre su experiencia en la recepción de desembolsos durante el último año. A fin de calificar para participar en el estudio, los consumidores debían tener al menos 18 años cumplidos, tener una tarjeta de débito y haber recibido un desembolso de cualquier tipo en los últimos 12 meses.

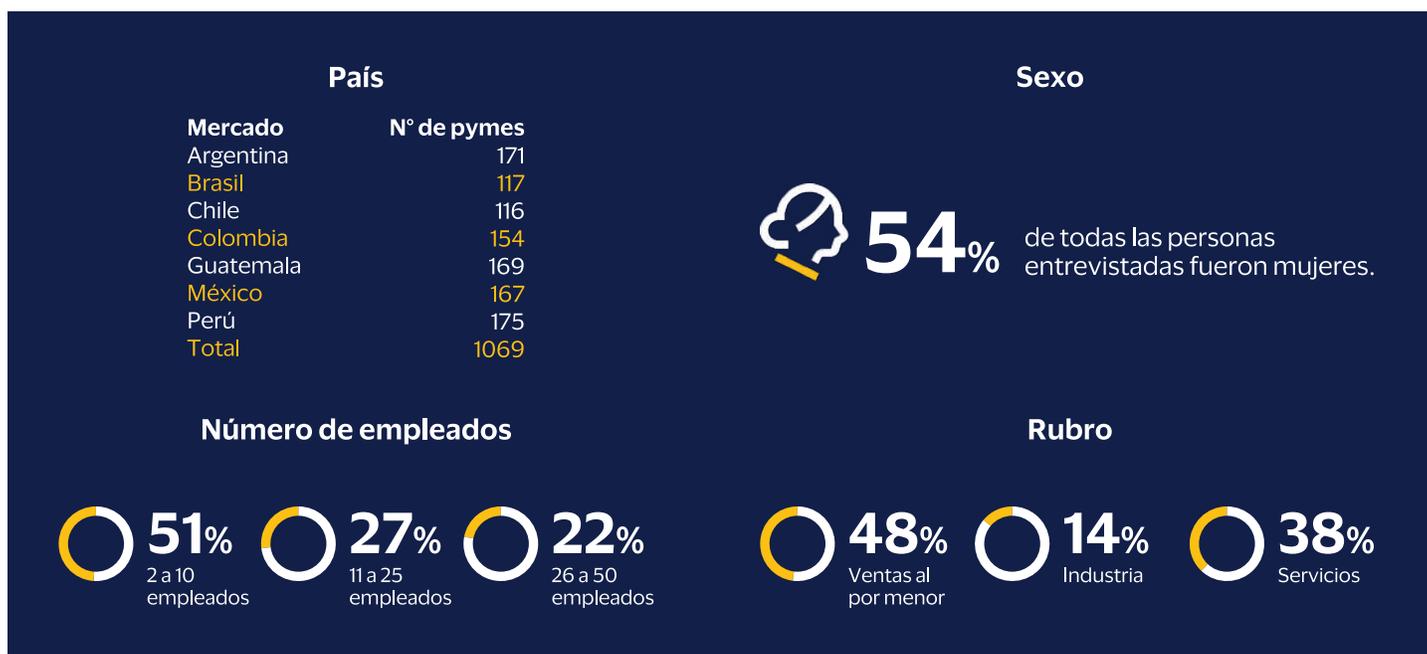
Tabla 1. Desglose demográfico de consumidores encuestados



2. Encuesta a pequeñas y medianas empresas (pymes)

Del 28 de julio al 6 de agosto, más de 1000 ejecutivos de pequeñas y medianas empresas (pymes) completaron una encuesta en línea sobre su experiencia al recibir desembolsos. Para ser incluidas, las pymes debieron tener entre 2 y 50 empleados y tuvieron que haber recibido un desembolso de un procesador/adquirente de tarjetas de crédito, un *marketplace* o un prestamista en los últimos seis meses.

Tabla 2. Desglose demográfico de pymes encuestadas



3. Entrevistas con instituciones de pago

En los meses de julio y agosto, AMI llevó a cabo entrevistas con 30 importantes instituciones de pago de las siguientes verticales que realizan un mínimo de 10 000 desembolsos al mes a consumidores y/o pymes:

- Empresas que realizan la liquidación de pagos a comercios
- Plataformas de economía por encargo
- Plataformas de trabajo por contrato
- Prestamistas para pymes
- Desembolsos de prestaciones gubernamentales
- Pagos P2P
- Compañías de seguros
- Establecimientos minoristas
- *Marketplaces*

Definiciones

Definiciones generales

- **ACH:** siglas en inglés de cámara de compensación automatizada
- **Desembolsos (o pagos o transferencias de dinero):** los desembolsos son operaciones financieras en las que un remitente le entrega fondos adeudados a un destinatario, sin incluir transferencias de fondos realizadas por concepto de salario/nómina y compras. Otros términos que se usan comúnmente para referirse al mismo concepto son transferencias de dinero o pagos.

Los casos de uso más comunes incluyen el desembolso de fondos para remunerar a contratistas, desembolsos de seguros y préstamos, así como fondos pagados a pequeñas empresas por ventas realizadas en un *marketplace* en línea. Más adelante se pueden encontrar casos de uso detallados. En este informe, también se incluyen en esta categoría las transferencias electrónicas P2P, que se definen como transferencias de fondos entre particulares.

- **Métodos de pago electrónicos:** los métodos de pago electrónicos son herramientas que permiten el intercambio de fondos en línea o a través de otro medio electrónico. Estos incluyen tanto los pagos con tarjeta presente (que requieren dispositivos físicos de punto de ventas o POS), como los pagos en línea (pagos sin tarjeta presente y transacciones con billetera digital). Estos se contraponen a los métodos de pago tradicionales, como dinero en efectivo o cheques.
- Transferencia (o pago) inmediato a tarjeta: un desembolso instantáneo en el que una institución de pago inicia una transferencia a un destinatario a través de vías como tarjetas de débito o prepago, utilizando un servicio brindado por una franquicia internacional de tarjetas, como Visa Direct de Visa.
- **Pagos más rápidos:** también conocidos como pagos inmediatos o instantáneos, los pagos más rápidos son transferencias de dinero que llegan a la cuenta bancaria u otra credencial de pago del destinatario y están disponibles para su uso en un lapso de 30 minutos después de iniciada la transacción por parte del remitente.³

Especificaciones de los consumidores

Rangos de ingresos de los consumidores, ingresos familiares anuales, en moneda local

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Guatemala
Bajos	ARS 0 a 141 000	BRL 0 a 30 000	CLP 0 a 4 millones	COP 0 a 22 millones	MXN 0 a 128 000	PEN 0 a 20 000	GTQ 0 a 46 000
Medios	ARS 141 000 a 1,7 millones	BRL 30 000 a 129 000	CLP 4 millones a 19 millones	COP 22 millones a 92 millones	MXN 128 000 a 537 000	PEN 20 000 a 87 000	GTQ 46 000 a 193 000
Medios altos	ARS 1,7 millones a 2,8 millones	BRL 129 000 a 206 000	CLP 19 millones a 31 millones	COP 92 millones a 147 millones	MXN 537 000 a 859 000	PEN 87 000 a 139 000	GTQ 193 000 a 308 000
Altos	ARS 2,8 millones o más	BRL 206 000 o más	CLP 31 millones o más	COP 147 millones o más	MXN 859 000 o más	PEN 139 000 o más	GTQ 308 000 o más

Definiciones de categorías de pagos a consumidores

- **Economía por encargo y trabajo por contrato**
 - Remuneración por trabajo como profesional independiente (*freelancer*) o contratista independiente (suministro de bienes o servicios a otra persona o empresa conforme a un contrato o acuerdo verbal)
 - Ensayo clínico

3. Las transferencias transfronterizas pueden tardar más de 30 minutos en llegar.

- Remuneración por servicios prestados a través de una aplicación de economía por encargo (pagos desde una aplicación por actividades tales como servicios de transporte en vehículos con conductor (p. ej., Uber) o servicios de entrega (p. ej., Rappi)
- Pago por clics en contenido digital, como videos o artículos, suministrados o creados por el destinatario del pago (p. ej., YouTube, Twitch, TikTok, artículos)
- Remuneración por la participación en un programa de mercadotecnia afiliada (acuerdo de mercadotecnia mediante el cual una empresa en línea le paga una comisión a un sitio web externo por el tráfico o las ventas generadas a partir de sus referencias)
- **Desembolsos del gobierno**
 - Devolución de impuestos federales o estatales
 - Prestación recibida del gobierno como parte de un programa de asistencia social
- **Seguros**
 - Fondos recibidos por una reclamación de seguro de gastos médicos
 - Fondos recibidos por una reclamación de seguro de vida
 - Fondos recibidos por una reclamación de seguro patrimonial (seguro de hogar, automóvil, etc.)
- **Inversiones**
 - Dividendos por inversiones
 - Pago por alquilar un inmueble vacacional
- **Desembolso de un préstamo**
 - Desembolso de un préstamo personal
- **Pago P2P**
 - Pago personal de amigos o familiares realizado por medio de una plataforma electrónica, p. ej., transferencia bancaria en línea o billetera digital
- **Desembolsos por venta de productos**
 - Venta de bienes o servicios en un *marketplace* (como Mercado Libre, Linio, Juntoz, Magazine Luiza)
 - Remuneración por ventas realizadas dentro de un programa de mercadotecnia multinivel (empresa de ventas directas que les paga a los distribuidores existentes un porcentaje de las ventas de sus nuevos empleados, p. ej., Herba Life)
- **Desembolsos de establecimientos minoristas**
 - Incentivos de una marca o tienda (pagos recibidos conforme a programas de lealtad que están diseñados para recompensar a los clientes por interactuar más con un producto o una marca)
 - Reembolso de una tienda u otra empresa por devoluciones de compras u otros motivos

Especificaciones de las pymes

Categorías de pymes

- **Pymes:** las pequeñas y medianas empresas se definen como empresas que tienen de 2 a 50 empleados
- **Microempresa:** una empresa que tiene de 2 a 10 empleados
- **Pequeña empresa:** una empresa que tiene de 11 a 25 empleados
- **Mediana empresa:** una empresa de que tiene 26 a 50 empleados

Definiciones de categorías de pagos a pymes

- **Ventas a través de un *marketplace*:** dinero ganado por ventas realizadas a través de un *marketplace* en línea, incluidas las plataformas de entrega
- **Desembolso de adquirentes/PSP para la liquidación de pagos a comercios:** dinero ganado por compras pagadas con una tarjeta de débito o crédito
- **Desembolso de un préstamo:** recepción de fondos obtenidos conforme a un préstamo

Métodos de pagos más rápidos en América Latina

Clasificación de las franquicias de pagos más rápidos

A lo largo de este informe hacemos referencia a “pagos más rápidos”, es decir, aquellos pagos que se entregan al destinatario y están disponibles para su uso en un lapso de 30 minutos después de su envío. En la Tabla 3 se incluye una clasificación de diversos tipos de participantes de la industria que están ofreciendo este tipo de pagos. Es importante señalar que algunos esquemas pueden utilizar una variedad de vías para realizar pagos más rápidos, como billeteras digitales que ejecutan las transferencias dentro de sus propios ecosistemas de circuito cerrado, así como pagos a través de la ACH local o transferencias inmediatas a tarjeta (“*push-to-card*”) para realizar transferencias interbancarias.

Tabla 3. Clases de franquicias de pagos más rápidos

Esquemas de pagos más rápidos	Franquicia internacional de tarjetas	Empresas de tecnología globales	Fintech local/regional	Interbancario privado	Interbancario público
Vías de pago	Transferencias inmediatas a tarjeta (<i>push-to-card</i>)	Transferencias de circuito cerrado entre usuarios del ecosistema / ACH / transferencias inmediatas a tarjeta	Transferencias de circuito cerrado entre usuarios del ecosistema / ACH / transferencias inmediatas a tarjeta	Transferencias de circuito abierto de cuenta a cuenta a través de una red privada de ACH	Transferencias de circuito abierto de cuenta a cuenta a través de la ACH local
Institución(es) operativa(s)	Franquicia de tarjetas	Billetera digital, neobanco u otra fintech global	Billetera digital, neobanco u otra fintech local o regional	Consortio de instituciones financieras privadas	Banco central u otra autoridad financiera reguladora
Habilitado para movimientos transfronterizos	Sí	A veces	A veces	Normalmente no	Normalmente no*
Ejemplos	Visa Direct	Payoneer	MercadoPago	BIM (Perú)	PIX (Brasil)

*La mayoría de las redes de transferencias domésticas carecen de funcionalidades transfronterizas, pero algunas –como la brasileña PIX– están desarrollando esta capacidad.

Figura 1. Esquemas de pagos más rápidos disponibles en América Latina

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú
Redes globales							
Fintechs globales		 					
Fintechs locales y regionales	 	 	 	 	 		
Interbancarios públicos ¹							
Interbancarios privados ²							

1. Se refiere a una red operada por un banco central u otra autoridad financiera reguladora
 2. Se refiere a un consorcio de instituciones financieras privadas

Nota: Esta lista no es exhaustiva.

Aunque las opciones para ofrecer desembolsos más rápidos pueden parecer numerosas, como indican los resultados que se exponen a continuación, hoy en día, más del 50% de los consumidores y de las pymes no reciben desembolsos electrónicos en tiempo real. En vez, dependen de las transferencias bancarias locales, las cuales tardan un promedio de 24 a 48 horas en liquidarse; de cheques, que tardan más o menos una semana en llegar al destinatario, además de 24 horas o más en autorizarse; y del efectivo.

Objetivos del informe

Una vez establecidas estas especificaciones, en el resto de este informe se pretenderá conseguir lo siguiente:

1. Brindar un análisis del estado de los desembolsos en América Latina, lo que incluye las preferencias, los puntos problemáticos y los deseos de los consumidores, las pymes y los pagadores con respecto a los desembolsos
2. Aportar evidencia de que, en lo relativo a los pagos, la región de América Latina tiende hacia un entorno mejor, más rápido, más flexible y más competitivo
3. Destacar las oportunidades que tienen las instituciones de pago y los habilitadores de pagos para mejorar los desembolsos en América Latina, así como ofrecer recomendaciones sobre cómo atender mejor a los usuarios finales en lo relativo a los desembolsos de fondos



Datos reveladores sobre los consumidores

Los desembolsos forman parte de la vida cotidiana de los consumidores

Después de más de un año de condiciones de confinamiento debido a las cuarentenas impuestas por la pandemia de COVID-19, los presupuestos familiares de los latinoamericanos se han reducido. Las tasas de pobreza aumentaron en más de un 20% en 2020⁴ y se proyecta que en las principales economías latinoamericanas el ingreso per cápita se mantendrá por debajo de los niveles anteriores a la pandemia, al menos hasta 2023.⁵ En esta época de penurias financieras, contar con un flujo de ingresos constante y predecible es esencial para el bienestar de las familias latinoamericanas y, al mismo tiempo, es un lujo del que sólo disfrutaban quienes tienen un empleo formal.

Con un aumento a niveles casi históricos en las tasas de desempleo y dado que la economía informal representa aproximadamente el 35% del PIB,⁶ otras fuentes de ingresos han adquirido una importancia renovada. En efecto, según la encuesta que realizamos a más de 2000 consumidores de toda América Latina, el 95% de los adultos latinoamericanos recibieron al menos un desembolso en 2020 y la mitad de ellos recibieron 10 desembolsos o más. Hoy en día, en medio de la recuperación económica, es más importante que nunca que los consumidores puedan confiar en desembolsos oportunos, seguros y prácticos para ayudar a complementar el flujo de efectivo familiar.

4. *Panorama social de América Latina* de la CEPAL, marzo de 2021.

5. *Perspectivas de la economía mundial* del FMI, abril de 2021.

6. Banco Mundial, Organización Internacional del Trabajo, base de datos ILOSTAT, 2021.

Los resultados de la encuesta de consumidores reflejan esta realidad. Entre nuestros encuestados, los desembolsos relativos a la economía por encargo/trabajo por contrato son el tipo más frecuente de desembolsos en todos los mercados y grupos de edad, dado que el 44% de consumidores recibieron una remuneración por trabajo por contrato en el último año. Las aplicaciones de economía por encargo —como Uber y Rappi— son un medio popular para acceder al trabajo por contrato y desembolsaron fondos al 20% de todos los trabajadores por contrato. De hecho, estas y otras plataformas de comercio electrónico tuvieron un auge en 2020,⁷ mientras que el resto de la economía se contrajo, con lo que se crearon millones de oportunidades para trabajadores con problemas de liquidez. El 20% de todos los consumidores indicaron haber recibido desembolsos por ventas realizadas a través de un *marketplace* en línea, como Mercado Libre y Magazine Luiza.

Figura 2. Tipos de desembolsos recibidos por consumidores latinoamericanos

¿Qué tipos de desembolsos reciben los consumidores latinoamericanos?



La creación de contenido digital fue un área en la que se observó un crecimiento notable durante la pandemia, lo que se refleja en el hecho de que un 8% de los consumidores recibieron un pago por interacción con contenido digital que ellos mismos crearon (p. ej., en Youtube, Twitch, TikTok). En Brasil, más del 10% de los consumidores brasileños recibieron un pago por la creación de contenido digital, impulsando así esta tendencia regional de crecimiento. Otras formas de trabajo por contrato incluyen ventas a través de una empresa de mercadotecnia multinivel, servicios prestados a través de una plataforma de trabajo profesional por contrato como Upwork y Workana, y otros trabajos por contrato y estacionales locales, como trabajos en los sectores de construcción, agricultura, manufactura, logística, etc.

Los pagos P2P fueron la segunda categoría de pago más importante, con una prevalencia del 27% de la muestra de la encuesta. Además de la liquidación estándar de deudas entre particulares, las herramientas P2P pueden tener un impacto significativo en los ingresos familiares cuando se utilizan para remesas familiares internas o como herramienta para el comercio informal. Durante la pandemia debutaron nuevas y potentes herramientas P2P que dieron lugar a una ola de rápida digitalización de pagos en la región. Un ejemplo destacado es Pix, la plataforma de pagos en tiempo real del Banco Central de Brasil. Desde su lanzamiento en octubre de 2020, Pix ha superado los 90 millones de usuarios, lo que representa casi la mitad de la población del país. Además, luego de resolver los obstáculos regulatorios, WhatsApp Pay se lanzó en mayo de 2021 en Brasil. En otros mercados también se observó una rápida adopción de aplicaciones para pagos P2P, liderada especialmente por aplicaciones de billetera como Mercado Pago y plataformas dedicadas a pagos P2P como Yape en Perú.

Dado que un 20% de los encuestados recibieron desembolsos del gobierno, los desembolsos por prestaciones sociales también fueron una fuente vital de fondos en 2020. Estos desembolsos fueron especialmente frecuentes en Brasil, Chile y Guatemala, donde la asistencia social relacionada con la pandemia apoyó los ingresos de muchos consumidores. Brasil destinó incluso hasta un 6% de su PIB de 2020 a medidas de apoyo directo a familias⁸ que llegaron a más de una cuarta parte de todos los consumidores.

7. Según datos de propiedad exclusiva de AMI sobre el comercio electrónico, el volumen total de comercio electrónico (incluidas ventas al por menor, viajes, bienes digitales y otros servicios) en toda América Latina creció en un 18% en 2020

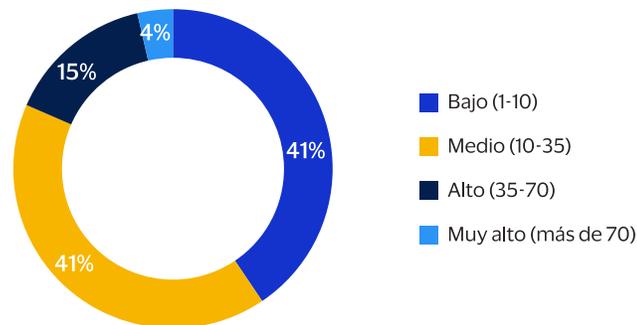
8. *Panorama social de América Latina* de la CEPAL, marzo de 2021

Desglosados por nivel de ingresos, los desembolsos revelan las fuentes dispares de ingresos a las que recurren las personas de distintos niveles socioeconómicos. Una quinta parte de los consumidores de clase alta y media-alta recibieron desembolsos de planes de seguros, en comparación con el 8% de los consumidores de clase media y el 4% de los consumidores de clase baja. Los consumidores de clase alta también fueron los principales receptores de ingresos por inversiones y de prestaciones laborales no salariales, como reembolsos y bonos. Los pagos P2P fueron el tipo de desembolso más uniformemente distribuido, con una penetración del 25% al 35% para todos los niveles de ingresos.

Para todos los tipos de desembolsos, el consumidor latinoamericano recibió un promedio de 11 desembolsos en el último año. Sólo una quinta parte de los consumidores recibieron pagos con alta o muy alta intensidad, es decir, recibieron más de 35 desembolsos al año (véase la Figura 3). Estos consumidores que recibieron pagos con mayor intensidad tienden a ser más jóvenes y de un mayor nivel de ingresos. Los consumidores menores de 40 años de edad también son los principales receptores de desembolsos procedentes de plataformas digitales que incluyen la economía por encargo, los pagos P2P y las ventas en *marketplaces*. Estos consumidores jóvenes recibieron un promedio de 17 desembolsos en el último año, o 1,4 desembolsos al mes, lo que refleja la importancia de los desembolsos como ingresos para adultos de edad laboral. Por contraste, los consumidores de mayor edad son los principales receptores de pagos de seguros y ganancias por inversiones, así como de desembolsos del gobierno.

Figura 3. Cantidades de desembolsos recibidos por consumidores latinoamericanos

Número de desembolsos recibidos en los últimos 12 meses



N=2765

Dado el impulso que el comercio electrónico le dio al crecimiento de las plataformas de economía por encargo, los *marketplaces* y las aplicaciones de pagos P2P en toda América Latina, estas verticales de pagos digitalizados también son las que presentan un crecimiento más acelerado, lo que significa que los consumidores menores de 40 años continuarán recibiendo un flujo constante de desembolsos en el corto plazo, en épocas económicas tanto buenas como malas. Es lógico entonces pensar que, a medida que se digitalicen más y se vuelvan más ágiles las fuentes alternativas de ingresos de donde obtienen fondos los consumidores, también se digitalizará y se volverá más ágil el método a través del cual reciban el dinero que se les debe.

Mientras la región sigue batallando con los impactos de la pandemia de COVID-19, ha ido en aumento el trabajo de la economía por encargo, el trabajo remoto, el trabajo por contrato, la economía de los líderes de opinión y el emprendimiento. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los trabajos informales representan el 70% del total de empleos desde mediados de 2020.⁹ Estas tendencias están dando lugar a volúmenes crecientes de desembolsos no salariales a los consumidores de toda la región que deben entregarse con éxito, eficiencia y rapidez para que los consumidores y las familias latinoamericanas prosperen.

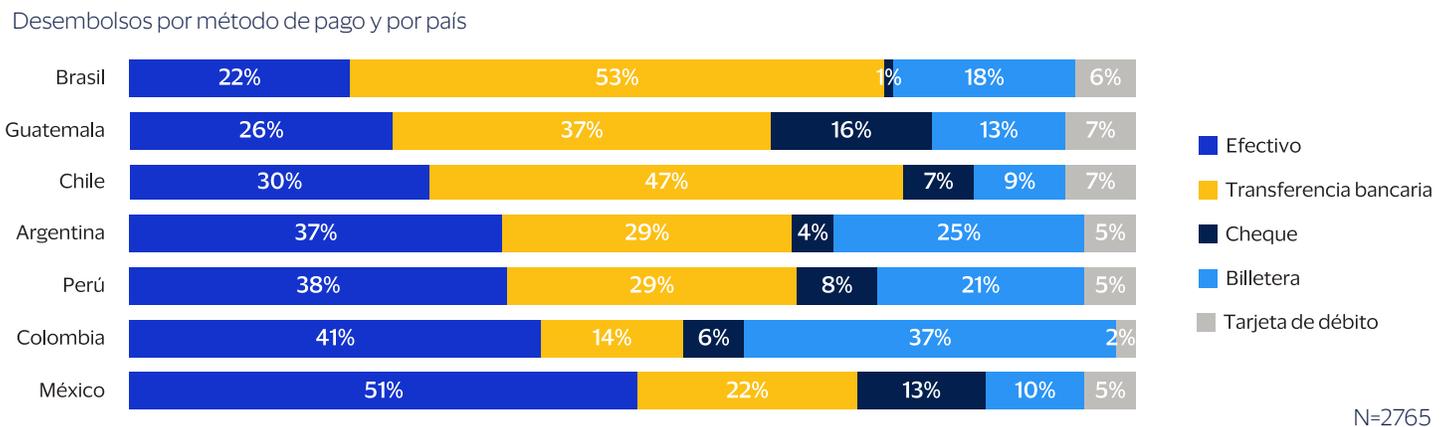
9. Organización Internacional del Trabajo, *Empleo e informalidad en América Latina y el Caribe*, septiembre de 2021

El efectivo va a la cabeza, pero los métodos electrónicos están ganando terreno

Como es de esperarse en América Latina, a pesar del crecimiento de las plataformas digitales que se utilizan en toda la región, el efectivo es el principal método de pago y sigue representando el 34% del total de desembolsos. El efectivo es el método de pago más utilizado en Argentina, Perú, Colombia y México, lo que refleja las características financieras más amplias de estos mercados, todos los cuales tienen tasas de titularidad bancaria del 60% o menos, importantes economías informales y una alta penetración del efectivo en los pagos en establecimientos minoristas. El efectivo prevalece en los pagos P2P (intercambio informal de dinero entre particulares), en la economía por encargo (p. ej., conductores de Uber u otros conductores que cobran las tarifas en efectivo), en los reembolsos por compras en establecimientos minoristas, en los desembolsos de prestaciones sociales y en otras verticales (véase la Figura 4).

Por contraste, Chile y Brasil registran la mayor penetración de transferencias bancarias, lo que refleja la rapidez y confiabilidad de los sistemas ACH locales de estos mercados y la mayor penetración bancaria en general. En Colombia y Argentina, las billeteras van casi a la par de las transferencias bancarias, lo que resalta el éxito que han tenido las *fintechs* en la competencia contra los bancos. Mercado Pago y PayPal son las billeteras líderes en cuatro mercados, mientras que las billeteras locales PicPay, Nequi y Yape lideran en Brasil, Colombia y Perú, respectivamente. Guatemala reportó la mayor participación de pagos con cheques, lo que refleja la dependencia de los métodos de pago en papel por parte de las instituciones de pago tradicionales. En todos los mercados, los pagos a tarjeta de débito —aquellos en los que los consumidores dan el número de su tarjeta de débito en lugar del número de su cuenta bancaria para recibir el pago— tienen una penetración limitada hasta ahora.

Figura 4. Desembolsos desglosados según el método de pago

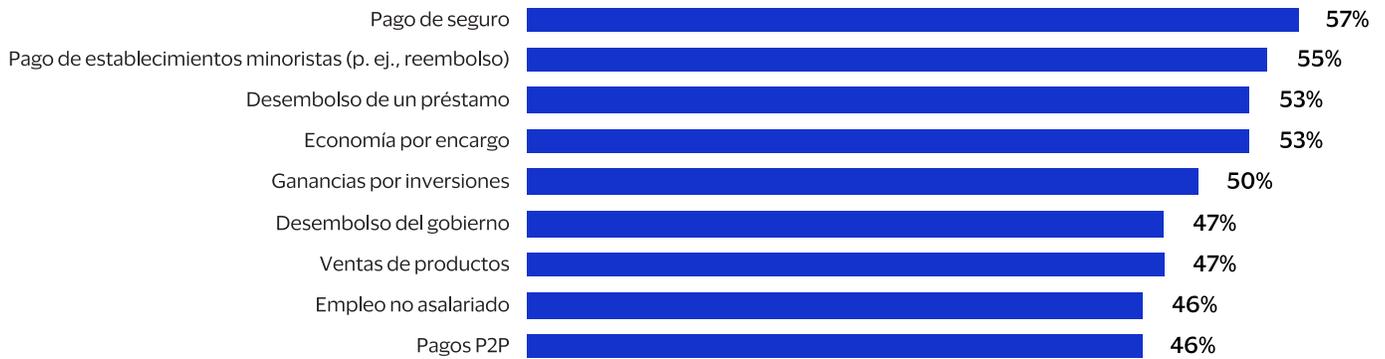


Las opciones de pago no están alineadas con las preferencias de los consumidores

La prevalencia del efectivo como método de pago y el uso de cheques no están alineados con el rápido crecimiento digital que América Latina experimentó el año pasado. Como se muestra en la Figura 5, más del 50% de los consumidores reportaron problemas con sus desembolsos en el último año y se quejaron principalmente de la falta de control sobre el método de pago. Esto demuestra que los desembolsos rápidos y sin fricción son una poderosa herramienta para fomentar la satisfacción de los consumidores y mitigar otros retos operativos. A medida que los pagos electrónicos y sin fricción se han ido extendiendo por América Latina, los consumidores han ido quedando cada vez más insatisfechos con los desembolsos lentos y opacos. Quieren tener un mayor control sobre la forma en que se realizarán sus desembolsos y cuándo llegarán. Esto queda demostrado por el hecho de que los desembolsos de seguros (una industria notoriamente lenta, opaca y poco digitalizada) fueron de los que más se quejaron los consumidores, mientras que los pagos P2P —posiblemente la vertical más digitalizada de todas— son de los que menos se quejaron.

Figura 5. Porcentajes de consumidores que experimentaron algún problema en la recepción del pago

Puntos problemáticos en la recepción de pagos, organizados según el tipo de pago

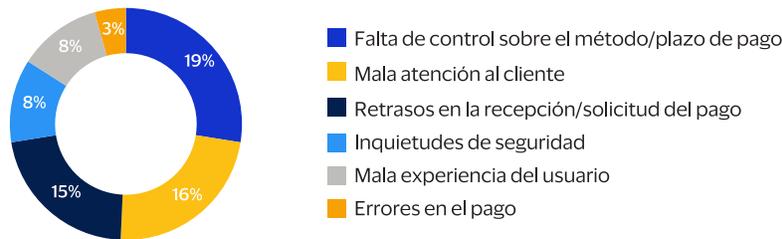


N=2765

Los puntos problemáticos en el proceso de pago se concentran en la selección del método de pago y en el plazo y la rapidez con que se realiza el pago. Una quinta parte de los consumidores se quejaron de la falta de control sobre el método y el plazo de pago, y otro 15% de los consumidores reportaron retrasos en recibir o solicitar pagos. En todos los grupos de edad y niveles de ingresos, a los consumidores se les niega sistemáticamente la posibilidad de elegir su método de pago preferido y el plazo que tardan los desembolsos a menudo no está sincronizado con su presupuesto familiar. En pocas palabras, los consumidores quieren una experiencia de pago más rápida sobre la que tengan más control.

Figura 6. Puntos problemáticos experimentados en el proceso de desembolso

Puntos problemáticos experimentados en el proceso de pago

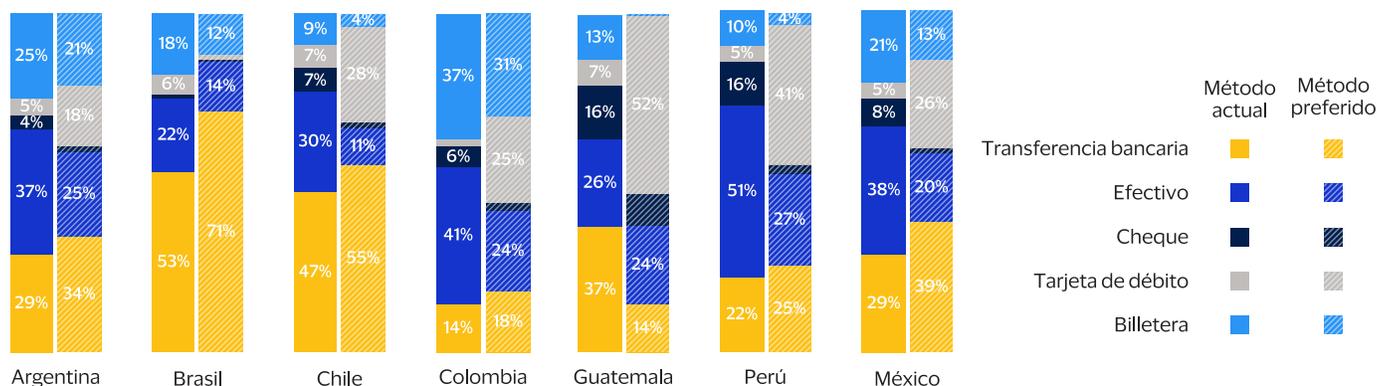


N=2765

La frustración que causa no poder elegir el método de pago queda ejemplificada por la brecha que existe entre los métodos que prefieren los consumidores y aquellos que actualmente ofrecen los pagadores. En todos los mercados y para todos los tipos de desembolsos, los consumidores están ansiosos por contar con pagos digitales y, si se les ofrecieran, harían menos desembolsos en efectivo y con cheques. Este hallazgo tiene implicaciones poderosas para los pagadores: mientras que el 35% de los desembolsos se realizan actualmente en efectivo, sólo el 20% de los consumidores prefieren el efectivo para recibir sus fondos, lo que demuestra que la demanda de métodos de pago digitales está desatendida (véase la Figura 7).

Figura 7. Divergencia entre métodos de pago actuales y preferidos

Divergencia entre métodos de pago actuales y preferidos



N=2765

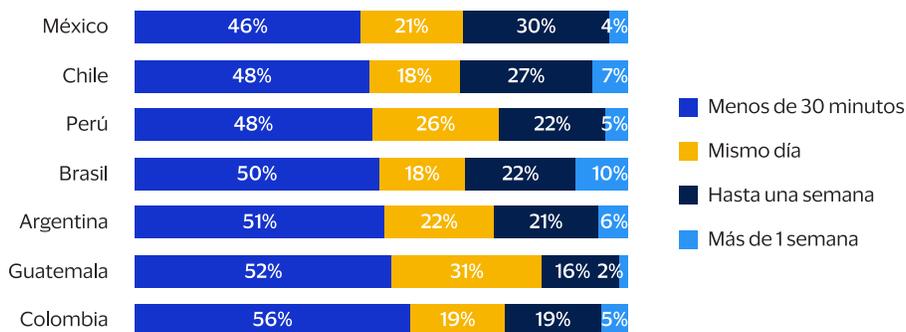
En todos los mercados, excepto Brasil, los desembolsos con tarjeta de débito¹⁰ fueron el método donde se observó la mayor discrepancia entre la disponibilidad y la preferencia. En Guatemala y México, los desembolsos a tarjetas de débito representarían la principal categoría de pagos si se habilitara de forma generalizada. Entre los consumidores que prefieren usar su tarjeta de débito para los desembolsos, el 44% dijeron que la experiencia del usuario era el principal factor para elegir el método de pago, seguido por un 32% de ellos que indicaron la seguridad como el principal factor. En otras palabras, estos consumidores preferirían ingresar los datos de su tarjeta de débito para recibir desembolsos, ya que consideran que esta opción es más ágil y segura.

En Brasil, los consumidores expresaron una fuerte preferencia por las transferencias bancarias, lo que refleja la eficiencia de la infraestructura de transferencias bancarias de Brasil y el creciente entusiasmo por Pix. Sin embargo, las entrevistas con los pagadores revelan que, a la fecha, relativamente pocas instituciones de pago han adoptado Pix para los desembolsos y, en vez, han adoptado un enfoque de esperar a ver qué pasa mientras se prueba la capacidad de la plataforma de transferencias. Hasta que los pagadores estén listos para hacer desembolsos a través de Pix, las alternativas de pago que ofrecen una experiencia similar, pero que les brindan más seguridad y tranquilidad a los pagadores, podrían ser la mejor “segunda” opción.

La rapidez de los desembolsos también es una prioridad para los destinatarios de pagos. Ahora que aproximadamente la mitad de los desembolsos se realizan en menos de 30 minutos, muchos consumidores están empezando a esperar que los desembolsos sean rápidos y cada vez se muestran menos tolerantes con los retrasos en los pagos (véase la Figura 8).

Figura 8. Rapidez de los desembolsos a consumidores latinoamericanos

Rapidez de los desembolsos a consumidores, desglosado por mercado



N=2765

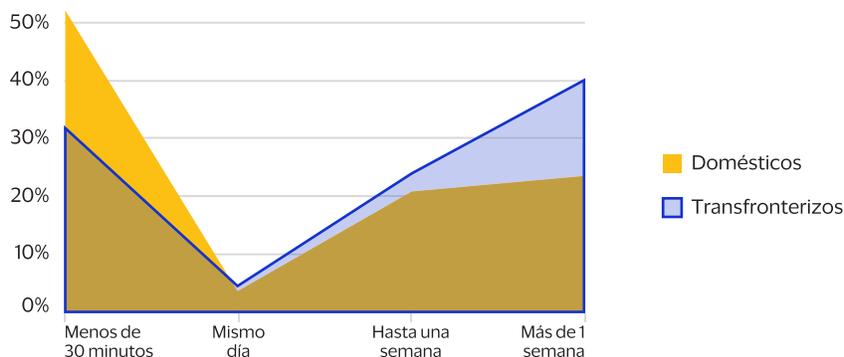
10. Esto se refiere a los pagos que se realizan utilizando un número de tarjeta de débito como credencial de pago, en lugar de usar el número de cuenta bancaria del destinatario.

En efecto, los retrasos son un factor clave por el que se sigue prefiriendo el efectivo. Ya hartas de los procesos burocráticos de los bancos y de la mala atención al cliente que ofrecen, muchas familias latinoamericanas recurren al efectivo como el método original más rápido, probado y comprobado: una vez recibido, el efectivo se puede gastar al instante. Para competir con el efectivo y hacer avanzar la inclusión financiera en los desembolsos, las instituciones de pago deben competir con la practicidad y confiabilidad del efectivo.

Un reto notable en el intento por agilizar el flujo de los pagos es que, cuando ocurren retrasos, es posible que los consumidores tengan dificultades para identificar su origen. Por ejemplo, una reclamación de una póliza de seguro puede tardar semanas en pagarse, debido a aprobaciones internas y trámites burocráticos. Incluso si el pago luego se realiza por medio de un método más rápido, no quedará resuelta del todo la insatisfacción del consumidor causada por el retraso. Por ende, es fundamental que se agilicen los trámites burocráticos para mejorar la satisfacción y la lealtad de los consumidores.

Por último, como se muestra en la Figura 9, los desembolsos transfronterizos son una fuente persistente de retrasos y problemas para los consumidores, ya que el 40% de los mismos tardan más de una semana en llegar. Los desembolsos internacionales por concepto de trabajo por contrato y ventas en *marketplaces* son los desembolsos transfronterizos más rápidos, pero incluso estos han quedado rezagados en comparación con los desembolsos domésticos en cuanto a la rapidez con la que se realizan. La fricción transfronteriza en los desembolsos se puede atribuir en parte a la excesivamente compleja y costosa estructura de corresponsalía bancaria de las transferencias electrónicas internacionales, lo cual abre oportunidades para que los pagadores habiliten una experiencia ágil e instantánea en los pagos internacionales.

Figura 9. Desembolsos transfronterizos vs. desembolsos domésticos a consumidores



Amplio entusiasmo por métodos de pago más rápidos, pero persisten las inquietudes de los consumidores

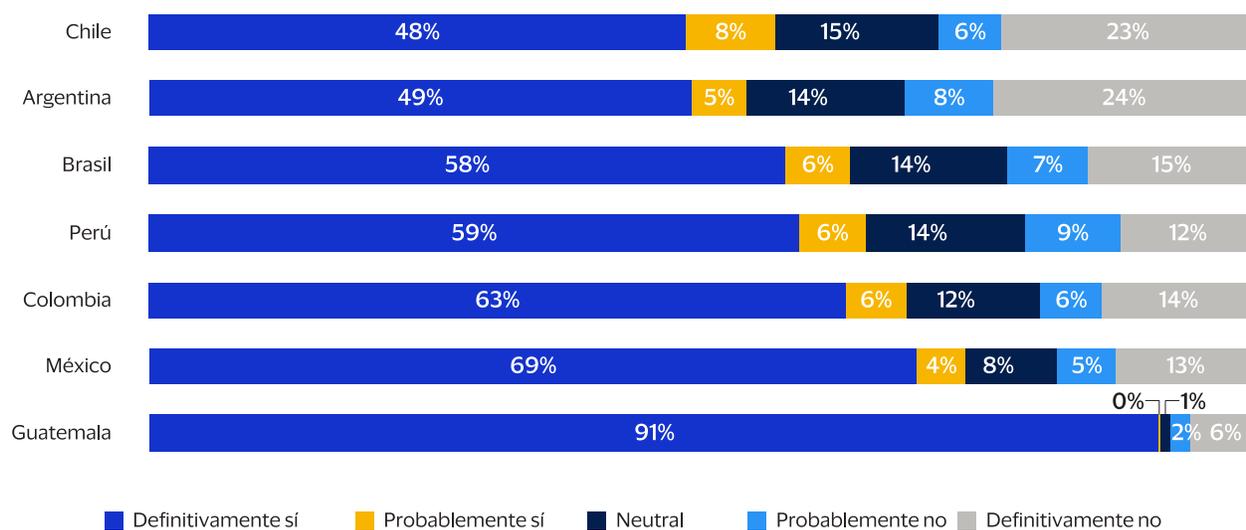
La demanda de mejoras en los desembolsos es tan fuerte en América Latina que el 60% de los consumidores de todos los grupos de edad, niveles de ingresos y zonas geográficas describen los desembolsos más rápidos como “muy atractivos” y cambiarían su método de pago actual por una opción más rápida, si llegara a estar disponible.

Los guatemaltecos reportaron el mayor interés por los desembolsos más rápidos, dado que más del 90% indicaron que definitivamente utilizarían métodos más rápidos. Esto refleja el mercado de pagos relativamente menos desarrollado de Guatemala, en el que las instituciones de pago dependen en gran medida del efectivo y los cheques, incluso a pesar de que los consumidores prefieren otras alternativas. En toda la región, los consumidores jóvenes y de ingresos medios/bajos son los más apasionados por los desembolsos más rápidos, lo que refleja la fuerte demanda entre adultos en edad de trabajar.

Aun así, a pesar del amplio entusiasmo por los desembolsos más rápidos, muchos consumidores latinoamericanos adoptarán un enfoque de “esperar a ver qué pasa” antes de aceptar hacer un cambio en la forma en que reciben fondos, como se desprende de la Figura 10. El hábito arraigado es el enemigo de los nuevos métodos de pago; alrededor del 10% de los consumidores indicaron que seguirían con los métodos que en gran medida funcionan, en lugar de arriesgarse a tener complicaciones con los nuevos métodos de

pago. Alrededor del 13% de los consumidores brasileños y chilenos se mostraron satisfechos con su método de pago actual, lo que hace que estos consumidores sean más difíciles de atraer a las plataformas recién lanzadas. En Perú, Argentina y Colombia, todos ellos mercados en los que hay un mayor uso del efectivo y los bancos están menos afianzados, los consumidores están mucho menos comprometidos con sus métodos de pago actuales.

Figura 10. Probabilidad de cambiarse a un método de desembolso más rápido

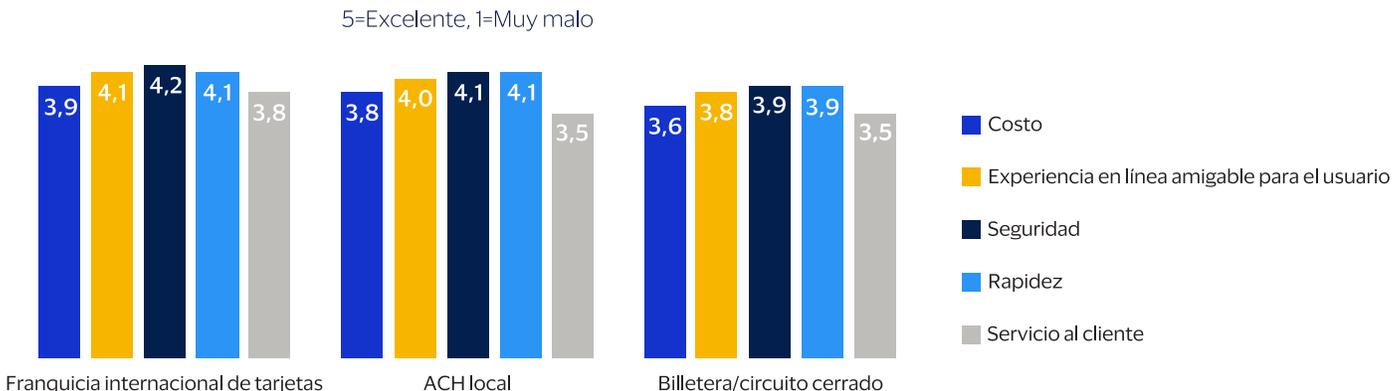


¿Cómo se fomentaría el cambio?

La confianza en los métodos de pago más rápidos depende en gran medida de la confianza en las franquicias y proveedores de pago subyacentes. La Figura 11 revela que las soluciones de pago de las franquicias de tarjetas internacionales (p. ej., Visa Direct y Mastercard Send) recibieron las calificaciones más altas en cuanto a la percepción general de los consumidores en todos los mercados, empatando con la ACH local en cuanto a rapidez. La ACH local obtuvo una puntuación relativamente alta en cuanto a seguridad, pero tuvo dificultades para competir con las franquicias de tarjetas en cuanto a experiencia del usuario y servicio al cliente. Las opciones más rápidas basadas en billeteras obtuvieron las puntuaciones más bajas en todos los mercados, debido a sus menores tasas de adopción y niveles de familiaridad en general.

Aun de mayor impacto, el 77% de los consumidores dijeron que estarían más dispuestos a cambiarse a un método de pago instantáneo si este estuviera respaldado por una franquicia de pagos global en vez de su banco local o billetera digital. Por lo tanto, las asociaciones con marcas internacionales para realizar desembolsos podrían acallar las inquietudes de los consumidores, especialmente aquellas relativas a la seguridad y la experiencia del usuario, y así conducir a una mayor adopción y a una gran satisfacción del consumidor, en términos generales.

Figura 11. Percepción de los consumidores de los sistemas de pagos más rápidos



N=2765

Datos reveladores sobre los consumidores: conclusiones finales

En una época de dificultades financieras, los consumidores latinoamericanos dependen más que nunca de los desembolsos de la economía por encargo y del trabajo por contrato y, en consecuencia, son más sensibles a retrasos y fricciones en el proceso de transferencia de dinero. Los desembolsos en verticales que incluyen reembolsos por devolución de compras en establecimientos minoristas, reclamaciones de seguros, inversiones, etc., también se volverán cada vez más prevalentes a medida que la inclusión financiera llegue a una mayor parte de la población. Aunque hasta ahora han pasado prácticamente desapercibidos, los desembolsos a los consumidores son un nicho de la industria de pagos que está posicionado para crecer de forma acelerada en los próximos años.

Esto significa que las marcas de pago deben fomentar la confianza del cliente y mantener una ventaja competitiva en la economía pospandémica, y que las instituciones de pago deben adaptar y transformar la experiencia de pago para alinearla con las preferencias de los consumidores. Los principales hallazgos que apoyan dicho esfuerzo son los siguientes:

- **Los desembolsos de la economía por encargo/trabajo por contrato y los desembolsos P2P son los tipos de pago más comunes y más digitalizados.** Esto se debe a que ya han llegado a casi la mitad de los consumidores latinoamericanos. Estos desembolsos también son los que tienen la mayor probabilidad de pagarse a través de métodos electrónicos y la menor probabilidad de generar frustración en el consumidor. A medida que los desembolsos digitalizados lleguen a más y más consumidores, los destinatarios de los pagos esperarán la misma experiencia con otros tipos de pagos más tradicionales.
- **Los consumidores quieren un proceso de pago más rápido sobre el que tengan más control.** El 50% de los consumidores latinoamericanos han reportado problemas con sus desembolsos en el último año, principalmente en torno a la capacidad de elegir el método de pago y al plazo y la rapidez con que se realizan los pagos. Los problemas persistentes en los pagos llevarán a los consumidores a mostrarles su lealtad a las plataformas y los métodos de pago competidores a medida que vaya mejorando el panorama de pagos.
- **Los consumidores están listos para los desembolsos electrónicos y harían un menor uso de métodos de pago tradicionales, si fuera posible.** El 35% de los desembolsos actualmente se pagan en efectivo, pero sólo el 20% de los consumidores elegirían el efectivo si los métodos electrónicos estuvieran ampliamente disponibles y fueran accesibles. Los desembolsos a tarjeta de débito fueron el método donde se observó la mayor discrepancia entre disponibilidad y preferencia.
- **Los pagos más rápidos les son atractivos a consumidores de todas las edades y niveles de ingresos, pero las inquietudes persisten.** El 60% de los consumidores describieron los desembolsos más rápidos como “muy atractivos”. Sin embargo, alrededor del 10% de los consumidores latinoamericanos podrían adoptar una actitud de “esperar a ver qué pasa” antes de aceptar cambiar la forma en que reciben fondos.
- **Los consumidores indicaron que, en términos de seguridad, rapidez y experiencia del usuario, prefieren franquicias internacionales de pago por encima de la ACH local.** Por lo tanto, dichas franquicias son las que están en la mejor posición para abordar los puntos problemáticos que enfrentan los consumidores al recibir desembolsos. El 77% de los consumidores dijeron que estarían más dispuestos a cambiarse a un método de desembolso más rápido si este estuviera respaldado por una franquicia de pagos global en vez de por su banco local.



Datos reveladores sobre las pymes

Además de los consumidores, las pymes son una parte crucial de la ecuación en el tema de desembolsos. Son un motor fundamental de la actividad económica de América Latina, puesto que emplean a más del 60% de la población en edad laboral. Un hecho preocupante es que la posición financiera de las pymes nunca ha sido más precaria. En el marco de los confinamientos por la pandemia de COVID-19, millones de pymes latinoamericanas se tuvieron que enfrentar a pronunciadas caídas en sus ingresos, lo que provocó que muchas de ellas cerraran sus puertas. En México, al mes de septiembre de 2020, más de un millón de pymes habían cerrado definitivamente.¹¹ En América Central, las pymes tenían más del doble de probabilidades de cerrar de forma permanente en comparación con las grandes empresas.¹² Al mes de septiembre de 2021, el 17% de las pymes latinoamericanas siguen cerradas.¹³ En resumen, las pymes latinoamericanas y los millones de empleos que generan siguen enfrentándose a un panorama sombrío.

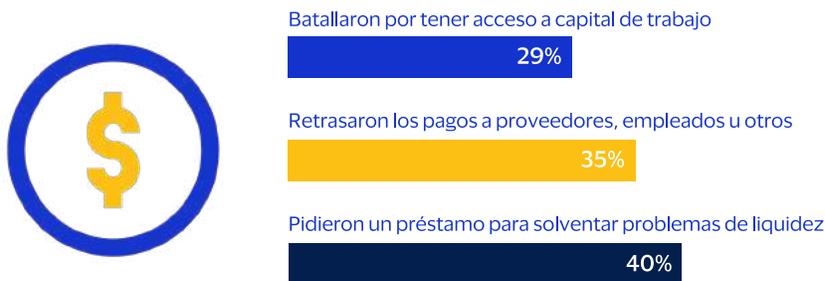
La liquidez siempre es la principal preocupación de los propietarios de pymes. Dado que actualmente siguen en pie cierres parciales en muchos mercados y los consumidores ahora se han confinado en casa más que antes de la pandemia, las pymes están batallando por mantener un flujo de ingresos estable. Los desembolsos eficaces —recibir dinero que se les debe a las pymes por ventas y préstamos aprobados— tienen un gran impacto en el flujo de efectivo de estas empresas. Esta sección del informe presenta los datos de la encuesta realizada a 1060 propietarios de pymes en siete mercados, destaca los puntos problemáticos que experimentan en los desembolsos y ofrece un mapa para guiar el camino hacia una mejora. Los desembolsos que se evalúan en esta sección incluyen los ingresos por ventas realizadas a través de un *marketplace* en línea, las transferencias por parte de adquirentes o PSP de ingresos provenientes de compras con tarjeta y los desembolsos relativos al pago de préstamos.

De manera habitual, los retrasos en los desembolsos les causan problemas de liquidez a las pymes

En el último año, el 40% de las pymes pidieron préstamos para resolver problemas de liquidez. Entre las pymes afectadas, el 50% tuvieron problemas de liquidez al menos una vez al mes. Una tercera parte de las empresas afectadas tuvieron problemas una vez cada dos semanas.

Figura 12. Retos de liquidez para las pymes

En el último año... % de pymes



11. INEGI, Estudio sobre la demografía de los negocios, marzo de 2021.

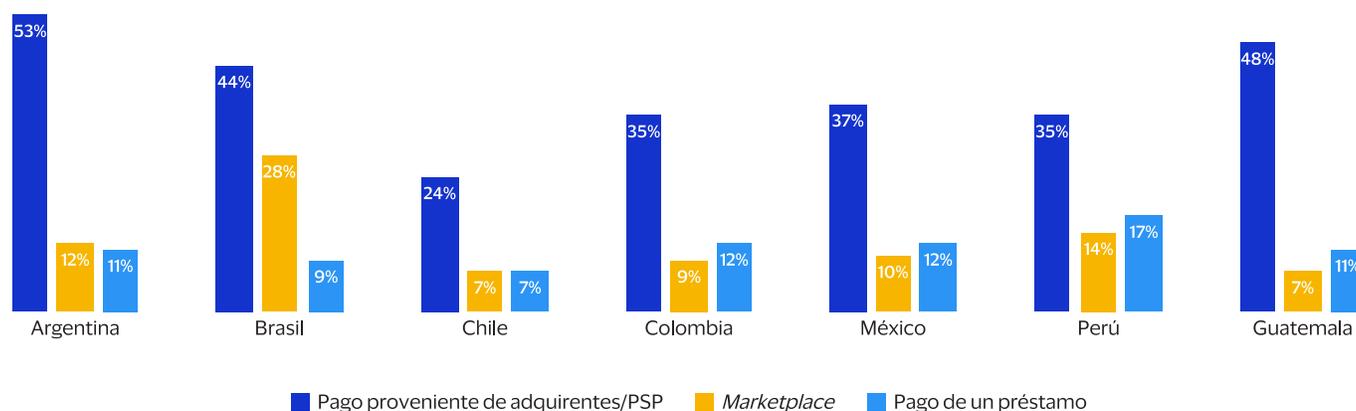
12. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). "Small business, big impacts." Abril de 2021.

13. Facebook, *Global State of Small Business Report*, septiembre de 2021.

Los desembolsos son un factor clave que contribuye a los problemas de liquidez de las pymes, ya que el 52% afirman haber sufrido problemas de liquidez en el último año debido a retrasos en los pagos. Las pymes más afectadas fueron las brasileñas, el 60% de las cuales reportaron problemas de liquidez inducidos por los pagos. La liquidación de pagos a comercios fue la principal fuente de retrasos, ya que más de una tercera parte de las pymes reportaron retrasos en estos desembolsos (véase la Figura 13).

Figura 13. Porcentajes de pymes que están teniendo problemas de liquidez como consecuencia de retrasos en los desembolsos

% de pymes que dijeron que los retrasos en los pagos causaron problemas de liquidez, por país y por tipo de pago



N=1069, entre las pymes que reciben cada tipo de pago

Casi la mitad de los desembolsos tardan más de un día en llegarle al destinatario. Los desembolsos realizados mediante cheques fueron los que presentaron la menor probabilidad de llegar en un lapso de 24 horas, lo que refleja la desventaja en términos de rapidez que tienen los métodos tradicionales en comparación con los digitales. Las transferencias bancarias y los desembolsos con billetera digital fueron los que tuvieron la mayor probabilidad de llegar el mismo día. Casi la mitad de los desembolsos con billetera digital llegaron en 30 minutos, lo que convierte a las billeteras en el líder indiscutible en cuanto a la rapidez de los desembolsos a las pymes y envía una señal a los adquirentes que están compitiendo contra *fintechs* y empresas de billeteras para atender a las pymes.

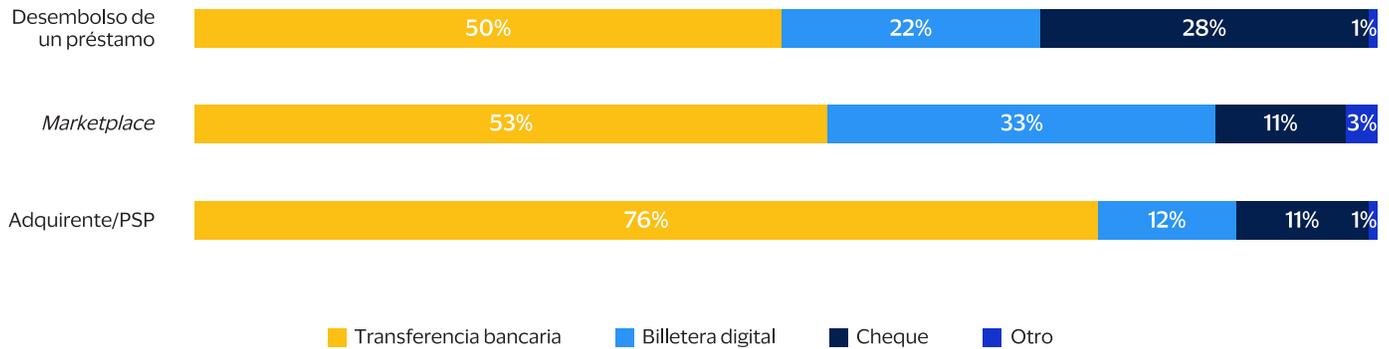
Figura 14. Método de pago de desembolsos, según el tipo de desembolso

	Tiempo real	Mismo día	Hasta una semana	Más de una semana
Transferencia bancaria	36%	33%	27%	4%
Cheque	28%	27%	38%	8%
Billetera virtual	43%	24%	26%	7%

N=1069

La adopción de los pagos digitales varía sustancialmente según el tipo de desembolso. Las transferencias bancarias representan la mayor parte de los desembolsos de adquirentes y PSP a pymes (liquidación de pagos a comercios). Las transferencias bancarias también representan la mayor parte de los desembolsos relativos a ingresos provenientes de *marketplaces*, aunque las billeteras digitales captan una tercera parte de estos desembolsos, lo que refleja la popularidad de los productos de billetera propios de dichos *marketplaces*, como Mercado Pago y RappiPay. Los cheques también representan una parte sustancial de los desembolsos por concepto de préstamos, dada la tasa relativamente menor de digitalización de este segmento y la dependencia de los métodos de pago tradicionales (Figura 15).

Figura 15. Método de pago de desembolsos, según el tipo de desembolso



N=1069

El costo es clave para las decisiones de pago de las pymes

La Figura 16 revela que el costo —citado por más de dos terceras partes de las empresas— es el factor decisivo más importante para las pymes al momento de elegir un método de pago. La mayoría de las pymes pagan comisiones por recibir fondos, aunque la mayor competencia existente entre los proveedores de pagos ha llevado los precios a la baja. En promedio, los desembolsos para la liquidación de pagos a comercios son los que llevan las comisiones más bajas, con una media de menos de USD\$1 por transacción. Los desembolsos de préstamos conllevan las comisiones más elevadas, con una media de hasta USD\$2 por transacción y una tasa porcentual de hasta un 4%.

Figura 16. Factores implicados en la selección de un método de pago para realizar desembolsos

¿Qué factores importan al elegir un método de pago?

Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Factores
71%	81%	74%	69%	64%	75%	76%	Costo de recibir fondos
52%	71%	44%	63%	57%	57%	59%	Rapidez del desembolso
46%	65%	38%	45%	39%	47%	51%	Capacidad de administrar los desembolsos a través de una plataforma digital
29%	33%	29%	30%	26%	38%	30%	Atención al cliente de calidad en caso de problemas
27%	40%	29%	33%	20%	43%	37%	Seguridad de los fondos
24%	39%	25%	27%	23%	25%	26%	Capacidad de recibir pagos por adelantado
10%	19%	15%	14%	15%	12%	16%	Capacidad de elegir el método de pago
9%	19%	10%	15%	10%	15%	12%	Oferta de otros servicios de valor agregado, como préstamos

N=1069

La rapidez es el siguiente factor determinante para las decisiones de pago, citado por la mitad de las empresas. En este sentido, cabe destacar que el 18% de las pymes indicaron haber pagado una comisión adicional para recibir fondos con mayor rapidez en el último año, lo que refleja la importancia primordial de la rapidez en los desembolsos a estas empresas. Las pymes mexicanas fueron las que presentaron la mayor probabilidad de incurrir en una comisión adicional por el adelanto de fondos, ya que el 22% de las empresas pagaron por recibir

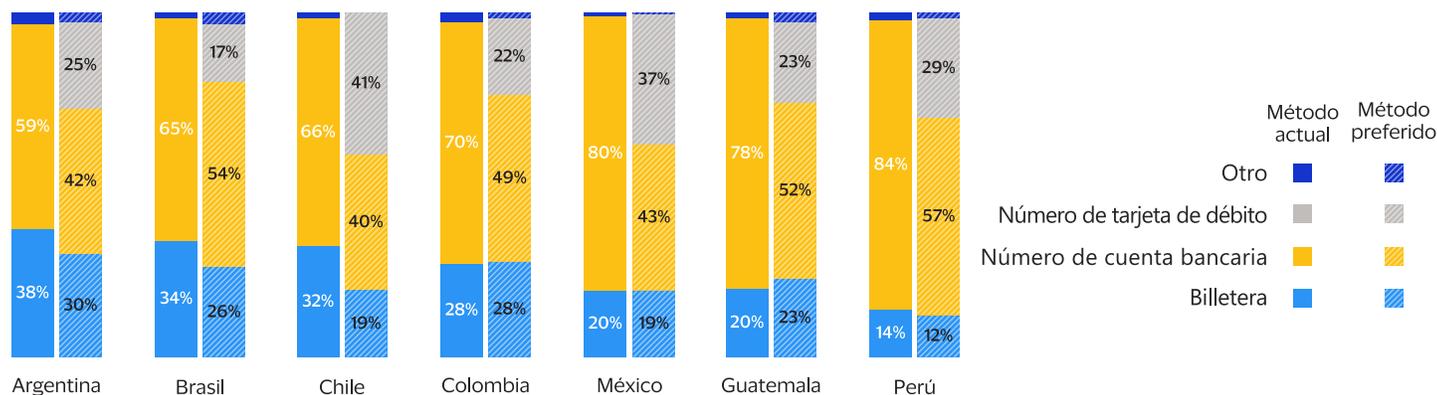
fondos más pronto. Las pymes chilenas y brasileñas les siguieron de cerca. En conjunto, estos hallazgos sobre el enfoque de las pymes en el costo y la rapidez sugieren que la mayoría le rehúyen a las comisiones más altas por desembolsos, pero una parte considerable de las mismas están dispuestas a pagar más por desembolsos más rápidos cuando los retrasos podrían perjudicar la utilidad neta.

La tercera prioridad para las pymes es la capacidad de administrar los desembolsos en una plataforma en línea amigable para el usuario, incluso por encima de las inquietudes relativas a la seguridad. Esto hace eco con los comentarios de los adquirentes, quienes mencionaron que las pymes están interesadas en herramientas sencillas para administrar su negocio. Las empresas buscan un mejor control de sus operaciones financieras y consideran que las herramientas digitales son útiles para lograr ese objetivo. Esto sugiere además que los pagos más rápidos podrían ganar terreno entre las pymes, incluso a un costo más elevado, si son capaces de brindar un beneficio sustancial por el dinero adicional que tendrían que pagar a través de una experiencia de pago transparente e interactiva.

Las pymes prefieren métodos de pago más sencillos y fluidos

Las pymes están bastante satisfechas con la actual gama de métodos de pago y en gran medida favorecen las transferencias bancarias y los desembolsos a billeteras digitales. Las pymes de Argentina y Colombia expresaron el mayor entusiasmo por las billeteras, lo que indica la madurez de las ofertas de billeteras que están disponibles en estos mercados. Cabe resaltar que un porcentaje considerable de pymes de todos los mercados expresaron interés por los desembolsos que utilizan como credencial de pago un número de tarjeta de débito en lugar de un número de cuenta bancaria. Las pymes que reciben desembolsos internacionales fueron las más entusiastas con respecto a los desembolsos a tarjeta de débito, lo que se evidencia por el hecho de que seleccionaron la tarjeta de débito casi 1,5 veces más que los destinatarios que sólo reciben desembolsos domésticos (véase la Figura 17).

Figura 17. Credencial de pago utilizada para recibir desembolsos vs. credencial preferida



N=1069

Esto sugiere que las pymes conectadas internacionalmente consideran que las franquicias de tarjetas son mejores socios para el comercio transfronterizo que las redes locales de transferencias bancarias. Esta fuerte preferencia por la tarjeta de débito debería inspirar a las instituciones de pago a considerar la posibilidad de habilitar los desembolsos a tarjeta a medida que vayan estando disponibles.

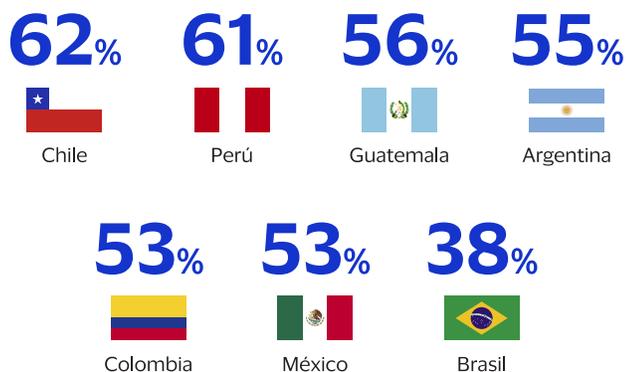
Una conclusión general que se desprende de estos hallazgos es que las pymes están relativamente menos preocupadas por el método de pago utilizado que por la experiencia de pago. Las pymes quieren una solución que sea rápida, confiable y asequible. Por lo tanto, les corresponde a las instituciones financieras educar a las pymes y convencerlas de que sus soluciones son las mejor equipadas para cumplir con esas condiciones.

Los desembolsos transfronterizos son un punto problemático crucial que crea un espacio para métodos alternativos

Casi la mitad de las pymes de la región recibieron un pago del extranjero en el último año, lo que resalta la creciente conectividad de las pymes y la necesidad de contar con herramientas de pago flexibles y versátiles. Los datos de la encuesta revelan que los desembolsos transfronterizos son una fuente clave de fricción, ya que más de una tercera parte de las pymes reportaron que los retrasos son mayores que en el caso de los desembolsos domésticos (véase la Figura 18).

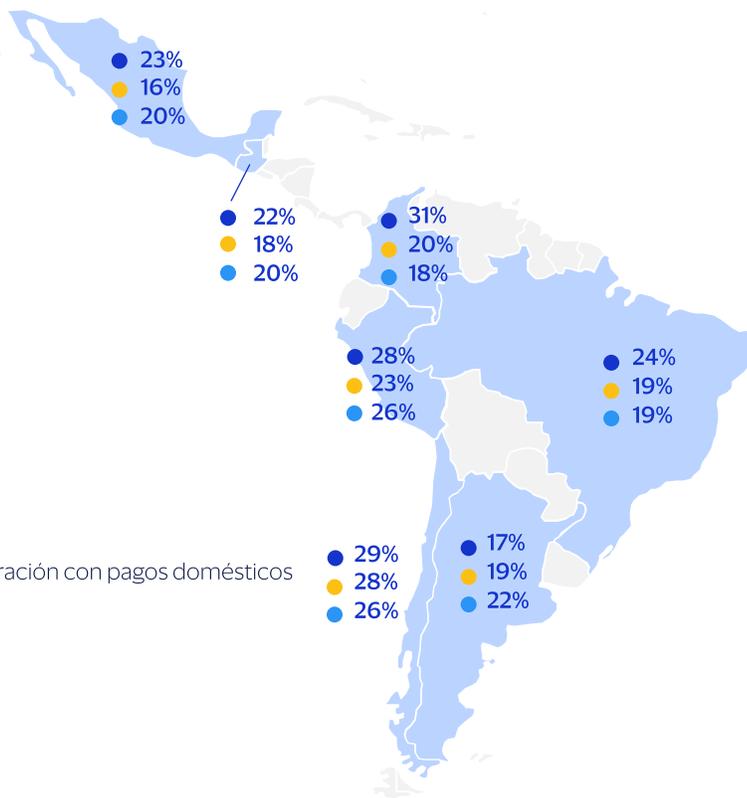
Figura 18. Las pymes y los desembolsos transfronterizos

% de pymes que reportan haber recibido un pago transfronterizo
Los pagos por ventas en marketplaces son el caso de uso más frecuente



Puntos problemáticos al recibir pagos internacionales: en comparación con pagos domésticos entre las pymes que reciben pagos transfronterizos

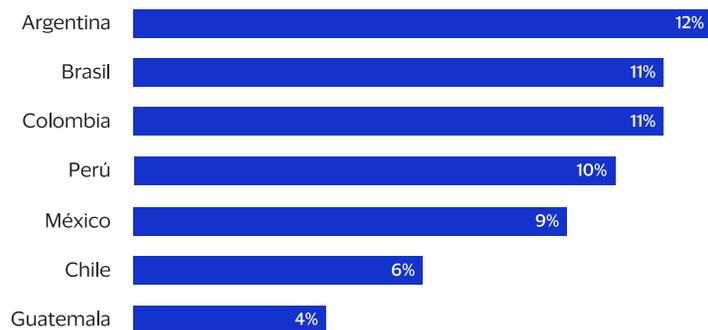
- Retrasos en la recepción de los fondos
- Menos transparencia de cuándo y cuánto recibiré
- Limitaciones en los métodos de pago para recibir pagos



Un 20% adicional de las pymes reportaron una menor transparencia y limitaciones en los métodos de pago disponibles para los desembolsos transfronterizos. En resumen, las herramientas de pago no se han mantenido a la par de la acelerada globalización del comercio latinoamericano, por lo que existen amplias oportunidades para que las instituciones de pago se salten a sus competidores al ofrecer una experiencia transfronteriza más fluida.

Un hallazgo interesante es que los datos de esta encuesta sugieren que la adopción de criptomonedas se ha visto acelerada por estos problemas en los pagos transfronterizos. Las pymes que reciben desembolsos internacionales presentan una probabilidad dos veces mayor de recibir activos digitales que las que sólo reciben pagos domésticos. Como se ilustra en la Figura 19, las pymes argentinas son las que más usan criptomonedas, lo que refleja la persistente inflación del peso argentino y los estrictos controles de capital del país. Las pymes brasileñas les siguen de cerca, como reflejo del sólido mercado de criptomonedas del país, que es el mayor de ALC. Las criptobilleteras internacionales —como Binance y Coinbase— fueron las herramientas más citadas para mantener y recibir activos digitales.

Figura 19. Uso de billeteras de criptomonedas por país



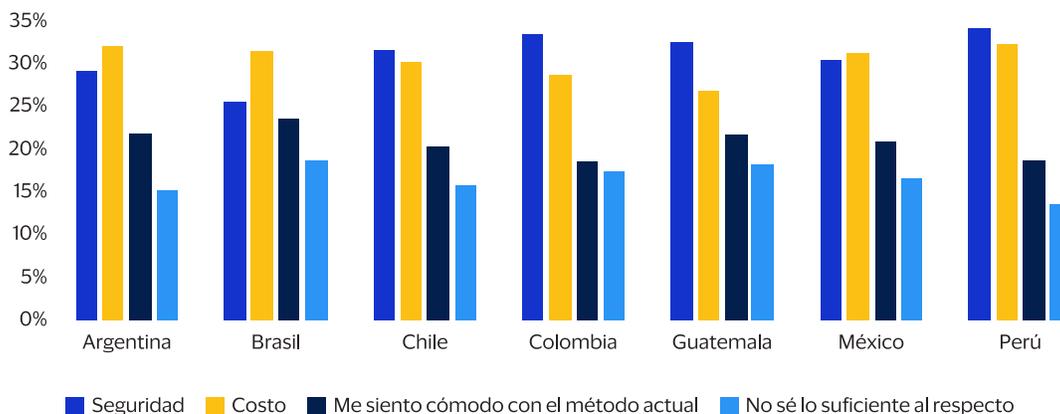
Este creciente interés por las criptomonedas debería enviar una poderosa señal a las instituciones de pago y a los actores de la industria que manejan desembolsos: cuando las ofertas de pago tradicionales no satisfacen las necesidades de las pymes, estas se muestran cada vez más dispuestas a buscar servicios financieros no tradicionales.

Los pagos más rápidos aumentarían la resiliencia de las pymes

Al considerar las dificultades a las que se enfrentan las pymes para recibir el dinero que se les debe, es fácil ver por qué están deseosas de adoptar desembolsos más rápidos. Así pues, el 52% afirman que se cambiarían a un método de pago más rápido si se les diera la opción. La principal ventaja que citaron las pymes fue la mayor liquidez, seguida de una mejor capacidad para pagarles a empleados y proveedores con mayor regularidad. Ante la volatilidad sin precedentes que se vive actualmente en los ingresos, las pymes ven los desembolsos más rápidos como un antídoto potencial.

Dicho lo anterior, algunas pymes tienen sus reservas con respecto a los desembolsos más rápidos, ya que el 25% afirman que se quedarían con su esquema actual de pagos (véase la Figura 20). Las inquietudes relativas a la seguridad son la principal barrera para la adopción, dado que muchas pymes temen que las nuevas tecnologías las dejen expuestas al fraude. Esto subraya la importancia de la confianza en la marca de pagos más rápidos para que se pueda convencer a los usuarios indecisos.

Figura 20. Principales razones para no cambiarse a un método de pago más rápido

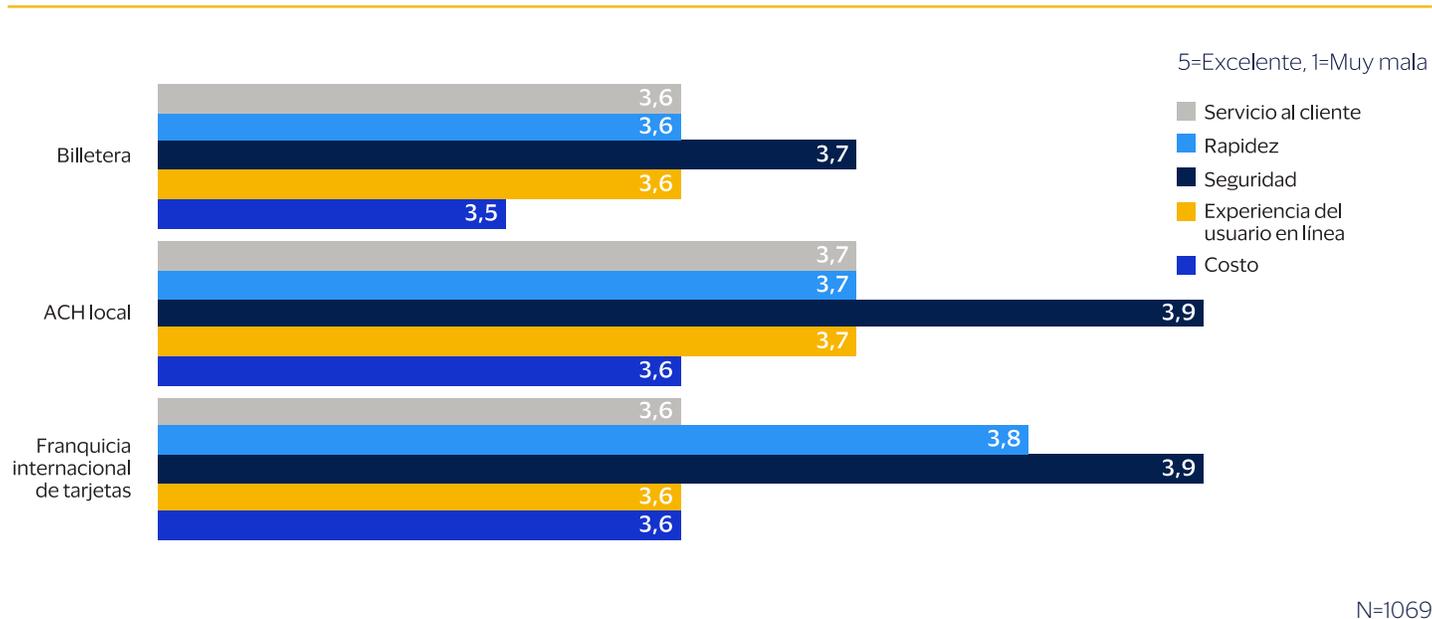


N=567 (usuarios indecisos o con poca probabilidad de usar pagos en tiempo real)

En todos los mercados, las pymes expresaron sentimientos encontrados con respecto a las opciones de pagos más rápidos que están disponibles, aunque una mayoría avasalladora consideraron a las franquicias internacionales de tarjetas como los proveedores más seguros de pagos más rápidos, seguidas de las redes locales de ACH (véase la Figura 21). Con respecto a las billeteras, las pymes tienen una postura más escéptica, quizás debido a la novedad de muchas marcas de billeteras. Las franquicias internacionales de tarjetas también lideraron en términos de rapidez, aunque la diferencia fue mucho menor. Las redes locales de ACH superaron a las franquicias de tarjetas en cuanto a servicio al cliente, experiencia del usuario en línea y costo.

Estos hallazgos sugieren que las redes locales de ACH pueden inspirar confianza entre los usuarios más entusiastas de los pagos rápidos, pero las franquicias internacionales de tarjetas son las que tienen la mayor probabilidad de convencer a las pymes que siguen cautelosas e indecisas.

Figura 21. Percepción de las pymes sobre los sistemas de pago más rápidos

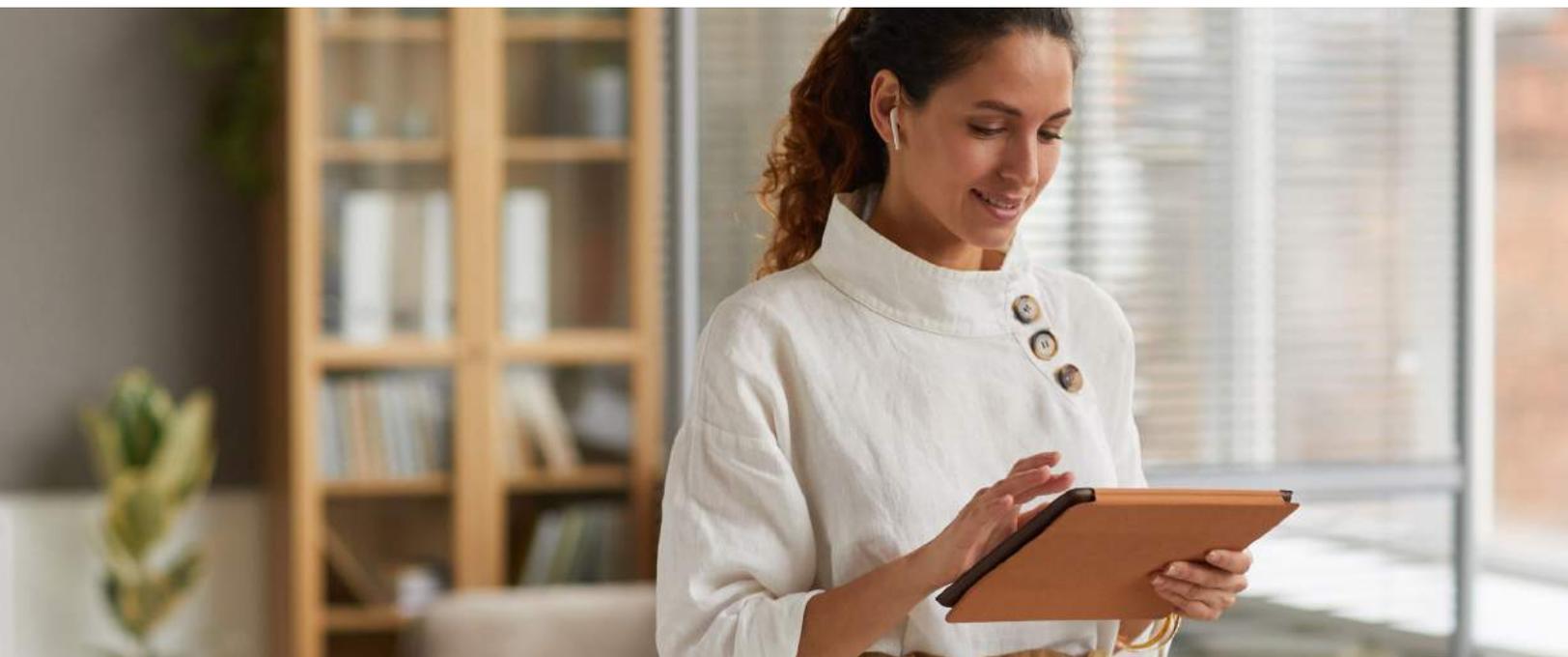


Datos reveladores sobre las pymes: conclusiones finales

En medio de una lenta recuperación de la recesión causada por la pandemia, los problemas de liquidez son cuestión de vida o muerte para millones de pymes latinoamericanas. Para fomentar la resiliencia e inclusión financiera de dichas pymes, las instituciones de pago deben actuar con rapidez para evitar retrasos en los pagos y permitir una planeación financiera más proactiva para las pequeñas empresas de toda la región. Los principales hallazgos que apoyan dicho esfuerzo son los siguientes:

- **Los problemas de liquidez de las pymes se traducen en un mayor endeudamiento.** El 40% de las pymes de América Latina pidieron dinero prestado en el último año para resolver problemas de liquidez. Entre las pymes afectadas, el 50% tuvieron problemas de liquidez al menos una vez al mes y una tercera parte los tuvieron una vez cada dos semanas.
- **Los retrasos en los pagos son un factor clave que contribuye a los problemas de liquidez.** El 52% de las pymes sufrieron problemas de liquidez en el último año debido a retrasos en los pagos. Las más afectadas fueron las pymes brasileñas, el 60% de las cuales reportaron problemas de liquidez causados por los pagos. La principal fuente de retrasos fueron los desembolsos provenientes de adquirentes y proveedores de servicios de pago (PSP) por concepto de ingresos por uso de tarjetas (liquidación de pagos a comercios).

- **Casi la mitad de los desembolsos tardan más de un día en llegarles a las pymes, especialmente cuando se realizan a través de métodos tradicionales.** Este plazo se prolonga en el caso de ventas realizadas durante fines de semana y días festivos, lo que significa que los tiempos de espera rápidamente pueden extenderse hasta tres, cuatro, cinco días o más. Esto simplemente no es una opción viable para las pequeñas empresas familiares que viven al día y puede ser un factor que obstaculice la expansión de la aceptación de pagos electrónicos por parte de este segmento.
- **El costo es un factor clave en las decisiones de pago de las pymes, pero muchas empresas pagarán más por la rapidez.** Más de dos terceras partes de las pymes citaron el costo como una prioridad a la hora de elegir un proveedor de pagos. No obstante, el 18% de las mismas indicaron haber pagado una comisión adicional en el último año para recibir los fondos con mayor rapidez. Esto sugiere que la mayoría de las pymes le rehúyen a las comisiones más elevadas, pero una parte significativa de ellas estarían dispuestas a pagar más si los retrasos en sí perjudicaran su utilidad neta.
- **Los desembolsos internacionales son un punto problemático crucial para las pymes.** Más de una tercera parte de las pymes señalaron que los retrasos en los desembolsos transfronterizos eran mayores que los de los desembolsos domésticos y un 20% adicional reportaron una menor transparencia en el proceso de pago. En consecuencia, las pymes que reciben desembolsos internacionales expresaron el mayor entusiasmo por los desembolsos a tarjetas de débito y prefirieron las franquicias internacionales de tarjetas por encima de las redes locales de transferencias.
- **El 52% de las pymes se cambiarían a un método de pago más rápido si se les diera la opción, ya que consideran que estos métodos son una solución a los problemas de liquidez.** Sin embargo, las pymes desconfían de los nuevos métodos y mencionan la seguridad como el principal motivo de inquietud. La gran mayoría considera a las franquicias internacionales de tarjetas como los proveedores más seguros de pagos más rápidos, lo que sugiere que estos métodos podrían ser una de las claves para ganarse la confianza de las empresas que siguen indecisas.





Datos reveladores sobre los pagadores

Este estudio revela que tanto los consumidores como las pequeñas empresas tienen ganas de recibir pagos en tiempo real, pero la realidad de la industria es que las instituciones de pago son las que, en última instancia, deciden cómo desembolsar los fondos a los usuarios finales. Por esta razón, es esencial que comprendamos lo que piensan los pagadores sobre los desembolsos, el papel que desempeñan los desembolsos en la relación entre los pagadores y sus beneficiarios, además de otras prioridades que los pagadores necesitan equilibrar junto con los desembolsos al formular su estrategia global.

Para tal propósito, AMI entrevistó a 30 empresas privadas de América Latina que realizan al menos 10 000 desembolsos al mes a consumidores y pequeñas empresas y que forman parte de las siguientes verticales:

- Liquidación de pagos entre adquirentes/PSP y pymes
- Plataformas de economía por encargo (aplicaciones de servicios de entrega o transporte) que desembolsan fondos a los proveedores de servicios (repartidores, conductores)
- Bancos y *fintechs* que desembolsan fondos a los consumidores de parte de los gobiernos conforme a programas de prestaciones sociales
- Compañías de seguros que desembolsan fondos por reclamaciones de seguros a asegurados y a terceros reclamantes
- Plataformas de pagos P2P que facilitan el envío de fondos entre consumidores
- Establecimientos minoristas que desembolsan fondos a clientes por devoluciones
- Plataformas de trabajo por contrato que desembolsan fondos a proveedores que venden servicios en sus plataformas

En todos estos casos de uso, la ACH local es el método de pago predominante, dado que representa más del 50% del volumen total de pagos entre los entrevistados. Otros métodos de pago, como tarjetas de prepago y dinero en efectivo, se utilizan en aquellos casos en los que el destinatario no tiene una cuenta bancaria. Los desembolsos con cheques son comunes entre las compañías de seguros. En el caso de los desembolsos transfronterizos, la única opción que suele estar disponible es la transferencia bancaria internacional, aunque esto ha ido cambiando con la creciente popularidad de las billeteras digitales internacionales, como Wise, Remitly y Payoneer.

Figura 22. Métodos de pago que utilizan las instituciones de pago

Verticales de pagadores							
Métodos de pago utilizados	Adquirentes /PSP	Economía por encargo	Prestaciones sociales	Seguros	Plataformas de pagos P2P	Reembolsos	Plataformas de trabajo por contrato
	ACH local	ACH local Tarjeta de prepago	Efectivo ACH local Billetera digital Transferencia inmediata a tarjeta de prepago	ACH local Transferencia electrónica internacional Cheque	ACH local Transferencia inmediata a tarjeta de débito Vías de billeteras digitales	Transferencia inmediata a tarjeta de débito o crédito Efectivo Tarjeta de regalo	Transferencia electrónica internacional ACH local Billetera digital

Impulsores de pagos más rápidos entre pagadores

El consenso es que estos métodos de pago son adecuados sobre todo para las necesidades de los pagadores y los beneficiarios, especialmente en aquellos mercados como Brasil, México y Chile donde están disponibles y son confiables las transferencias bancarias locales inmediatas o de un día. Los pagadores señalan que, en la mayoría de los casos, los beneficiarios reciben los fondos en 48 horas o menos y que no se percibe una necesidad urgente de implementar pagos más rápidos en la actualidad. Además, los desembolsos tienden a colocarse al final de una larga lista de prioridades de proyectos relacionados con los pagos.

Sin embargo, sí existe una clara comprensión entre los entrevistados de que los desembolsos en tiempo real se convertirán en una prioridad importante en el futuro, impulsada por tres factores clave:

- 1. La creciente penetración de los depósitos en tiempo real** impulsada por esquemas de pago instantáneo —como Pix en Brasil— está creando una expectativa de pago instantáneo entre consumidores y empresas por igual.
- 2. Creciente competencia en la economía de plataformas.** La economía por encargo, los *marketplaces*, las plataformas de trabajo por contrato y las plataformas de pago que atienden a las pymes se están enfrentando a una competencia cada vez mayor en la atracción y retención de trabajadores y empresas. En un entorno cada vez más competitivo e innovador, las plataformas se encuentran sumergidas en una ardua competencia en términos de precios, servicios de valor agregado y rapidez de los pagos.
- 3. Desembolsos más rápidos como impulsores de la inclusión financiera y la adopción digital.** América Latina ha sufrido un cambio masivo desde que inició la pandemia, con un aumento del 69% en la penetración bancaria en toda la región y con la aceptación de pagos digitales a un ritmo histórico por parte de las pymes. Sin embargo, el 31% de la población sigue sin estar bancarizada y más del 70% del volumen de compras en establecimientos minoristas sigue siendo en efectivo en determinados mercados, lo que pone de manifiesto que los pagos digitales todavía tienen oportunidad para expandirse. En un entorno crecientemente competitivo, los facilitadores de pagos (incluidos adquirentes, PSP, neobancos y billeteras digitales) están dirigiendo la mirada a este territorio sin explorar para expandirse.

Los gobiernos también se están dando cuenta de que los canales de pago digitales son la forma más eficiente de hacer pagos de prestaciones sociales y, al mismo tiempo, iniciar a los beneficiarios en el camino hacia la inclusión financiera. Sin embargo, para que los métodos de pago digitales sean atractivos para la población subbancarizada, deben ser capaces de competir con el efectivo. Por esta razón, los adquirentes, las *fintechs* y las instituciones que pagan las prestaciones gubernamentales comprenden que los pagos más rápidos son imprescindibles para captar a este segmento de clientes.

Estas tres fuerzas están impulsando el creciente interés de las instituciones de pago de América Latina por agilizar los desembolsos y están generando curiosidad en los pagadores por las soluciones de pago que tienen a su disposición. Además, más allá de la rapidez de pago, los pagadores lidian con otros puntos problemáticos con sus actuales configuraciones de pago, relacionados con la experiencia del usuario, las comisiones, la transparencia, la seguridad y la falta de flexibilidad. Estos problemas impiden que las empresas de pago puedan optimizar sus relaciones con los beneficiarios y crean cuellos de botella e ineficiencias internas. Algunos de los principales puntos problemáticos que han indicado los pagadores en relación con los desembolsos son los siguientes:



Los profesionales por contrato que trabajan para empresas internacionales quieren tener un control total sobre su dinero: recibirlo más rápido, tener mayor transparencia y guardarlo en diferentes monedas. Los empleadores quieren apoyar el talento de estos profesionales y asegurarse de que se les compense a tiempo y por el importe total”.

—OnTop, empresa de administración de empleo por contrato

1. Errores frecuentes causados por datos de cuentas bancarias incorrectos o incongruentes

En la mayoría de los países no existe un formato estandarizado para números de cuenta bancaria y datos adicionales que son necesarios para realizar una transferencia bancaria (es decir, número de sucursal, número de identificación del titular de la cuenta, etc.). Esto significa que los pagadores que realizan desembolsos mediante transferencias bancarias tienen que manejar miles (o millones) de números de cuentas bancarias, todos con distintos formatos y requisitos por parte de la institución que detenta la cuenta. Esto genera una gran propensión a los errores y una alta incidencia de desembolsos fallidos. Para compensar esto, las empresas se ven obligadas a revisar manualmente los desembolsos fallidos y a corregir la información errónea. Esto agota los recursos de las instituciones de pago y genera fricción entre el pagador y el beneficiario. Los métodos de pago que aumentan la consistencia en las credenciales del beneficiario pueden ayudar a aliviar este costoso punto problemático.

2. Alto costo e ineficiencia de los desembolsos transfronterizos

Los pagadores que realizan desembolsos transfronterizos se quejaron enérgicamente del alto costo y la mala experiencia de las transferencias bancarias internacionales, que cuestan USD\$30 o más por transacción y pueden tardar más de una semana en llegarle al destinatario. Este es un enorme punto problemático para quienes emplean a profesionales por contrato que buscan atraer y retener a los mejores talentos, incluidos ingenieros de *software*, diseñadores, propietarios de productos y otras profesiones especializadas altamente remuneradas. Dichos profesionales representan una base de usuarios de altos ingresos, altamente digitalizados y con grandes expectativas respecto a su remuneración.

Este nicho está empezando a experimentar con opciones de pago avanzadas, como guardar fondos en otras divisas (dólares) y criptomonedas. La capacidad de cobrar instantáneamente los fondos en moneda local según los vayan necesitando es una funcionalidad muy relevante que estas plataformas están buscando habilitar.

3. Dificultad para incorporar a nuevos usuarios

En la era del comercio digital, las plataformas están buscando incorporar a nuevos clientes y proveedores de servicios lo más rápido y con la menor fricción posible. Los desembolsos a través de la ACH requieren que cualquier persona que ofrezca servicios en una plataforma (economía por encargo, *marketplace*, trabajo por contrato, sistema de mercadotecnia multinivel, pymes que aceptan pagos con tarjeta) valide la información de su cuenta bancaria como parte del proceso de incorporación. Para hacerlo, los pagadores hacen microdepósitos a las cuentas bancarias de los participantes, quienes luego confirman la cantidad depositada. Esto sirve para validar la identidad de los participantes y la titularidad de la cuenta en la que recibirán el pago. Sin embargo, debido a que en muchos mercados las transferencias por ACH no se realizan en tiempo real, el proceso de incorporación se prolonga hasta por varios días.

Esto es inaceptable para las principales plataformas digitales de la región, las cuales están buscando mejorar de forma acelerada sus niveles de rapidez, innovación y facilidad de incorporación. Por ejemplo, los pagos más rápidos permitirían que los trabajadores de la economía por encargo empezaran a trabajar a pocos minutos de haber iniciado el proceso de solicitud.

Esta rapidez y fluidez es incluso más importante a medida que el importe promedio de los pagos disminuye y que la naturaleza del trabajo es menos tradicional, p. ej., en la economía de los líderes de opinión (*influencers*). Los TikTokers, YouTubers y otros líderes de opinión que reciben pagos por su contenido están buscando una experiencia de incorporación que sea congruente con la rapidez y agilidad de las propias plataformas en sí.

4. Falta de herramientas para administrar los desembolsos de forma eficiente

Los pagadores de todas las verticales se quejaron de la falta de un tablero u otra herramienta similar que les permita tener una plena visibilidad de sus desembolsos. La mayoría de los pagadores no tienen la capacidad de ver si un pago específico se realizó con éxito o si hubo algún error. Esto debilita la capacidad de los pagadores para responder a las quejas de los beneficiarios, lo cual deteriora la relación entre el pagador y el beneficiario.

5. Falta de un proveedor de pagos regional

Para las plataformas regionales que tienen presencia en toda América Latina, existe la necesidad de contar con redundancia de mercado cuando se está buscando a un proveedor de pagos. Los grandes *marketplaces* y plataformas de economía por encargo con presencia en múltiples mercados son una pesadilla en cuanto a los pagos, ya que requieren integraciones con varios sistemas de ACH y el uso de desembolsos transfronterizos. Los pagadores expresaron el deseo de contar con un actor internacional de confianza con integraciones locales para que maneje sistemáticamente los desembolsos en toda América Latina. También expresaron el deseo de habilitar los desembolsos a través de múltiples métodos de pago, lo que incluye cuentas bancarias, billeteras digitales (es decir, MercadoPago, Daviplata, Nequi, PicPay, etc.) y billeteras de criptomonedas. La redundancia, la simplicidad y la experiencia del usuario para sus beneficiarios son factores impulsores clave para estos pagadores.

6. La ACH local no es lo suficientemente sofisticada como para operar desembolsos instantáneos en toda la región

Si bien los pagos en tiempo real por ACH están disponibles en algunos mercados (México a través de SPEI y Brasil a través de Pix), las capacidades no son lo suficientemente sólidas como para habilitar desembolsos instantáneos en toda la región. Todos los pagadores de Brasil que se entrevistaron mencionaron que no se sentían cómodos haciendo pagos a través de Pix porque este carece de las herramientas más sofisticadas que requieren para administrar los desembolsos de forma segura, por ejemplo, códigos de respuesta que confirman que se ha recibido un pago. Mientras que los pagos por ACH en México se realizan en tiempo real a través de la plataforma SPEI, los entrevistados reportan que el proceso para “subir” las instrucciones de pago a través del servicio *host-to-host* de los bancos (en lugar de a través de las API) es manual y engorroso. En Argentina, Perú y Guatemala, los pagos por ACH se retrasan con frecuencia debido a trámites burocráticos de los bancos.

En toda la región, los entrevistados reportan que las transferencias bancarias locales no son lo suficientemente robustas como para permitir que se habiliten los desembolsos más rápidos a gran escala. Esto es de particular importancia para los grandes actores digitales que están buscando habilitar las capacidades de próxima generación —como desembolsos a demanda— que permitirían a los trabajadores de la economía por encargo recibir instantáneamente el pago tan pronto como terminan un trabajo, en lugar de recibirlo semanal o bimestralmente.



No vemos que se vayan a habilitar los desembolsos diarios a través de transferencias bancarias. Simplemente no tienen el nivel de eficiencia y agilidad que buscamos”.

—Plataforma regional líder de economía por encargo

Inquietudes de los pagadores en torno a los desembolsos en tiempo real

Aunque, en términos generales, los pagadores expresan interés por los desembolsos en tiempo real, también tienen ciertas inquietudes válidas. La adopción de cualquier nuevo esquema de pagos inevitablemente causa fricción y la nueva solución tiene que representar una mejora significativa con respecto al *statu quo* para que se justifique hacer dicho cambio. Entre los entrevistados, las principales áreas de inquietud en torno a los desembolsos más rápidos incluyen:

1. Fraude

Los desembolsos instantáneos son especialmente atractivos para los defraudadores, ya que una vez que se ha realizado el desembolso, es difícil revertirlo. Los pagos más rápidos también aumentan el riesgo de crimen organizado, en el que los secuestradores toman a una víctima como rehén y obligan a transferir dinero utilizando un esquema de pago más rápido. El lanzamiento de Pix en Brasil trajo consigo un aumento en este tipo de delincuencia, por lo que en agosto de 2021, el Banco Central emitió nuevas reglas para disuadir esta actividad, como limitar las transacciones a R\$1000 (alrededor de USD\$200) por la noche. Dentro de la economía por encargo y los *marketplaces*, la habilitación de desembolsos a demanda invitaría actividades delictivas similares y es una de las principales barreras para que las plataformas digitales habiliten esta capacidad.

2. Precio

El precio es una de las principales prioridades para las empresas que realizan un alto volumen de desembolsos al mes, incluidos los adquirentes, la economía por encargo, las plataformas de *marketplaces* y las aplicaciones de pagos P2P. En la actualidad, los desembolsos que se realizan a través de la ACH son gratuitos en varios mercados, o bien, de bajo costo gracias al alto nivel de volúmenes mensuales. Los entrevistados reportan que el precio de migrar a un sistema de pagos más rápidos tendría que ser comparable en costo a lo que están pagando ahora o de otro modo tendría que demostrarse un mejor valor tangible que justifique un mayor costo.

3. Valor

Al igual que en el punto anterior, los entrevistados indican que, a pesar del beneficio percibido de un sistema de pagos más rápidos, la migración a un nuevo sistema conlleva un riesgo operativo que podría ser un desincentivo. Hoy en día, los desembolsos a menudo se encuentran al final de la larga lista de prioridades en cuanto a proyectos de pago, donde la optimización de depósitos es la prioridad. Sin embargo, los entrevistados indican que esta mentalidad está cambiando a medida que los pagos más rápidos se han ido volviendo una realidad cotidiana en toda América Latina.

Los proveedores de pagos que deseen acelerar los desembolsos más rápidos en América Latina deberán desarrollar casos de negocios concretos y basados en datos para demostrarles a los pagadores los beneficios de los desembolsos más rápidos desde una perspectiva de costo y valor. También deberán destacar las implicaciones competitivas a largo plazo de mejorar la experiencia del usuario final, mejorar la retención del usuario final y maximizar la eficiencia operativa interna.



Una llamada a la acción para la industria: principales oportunidades para pagos más rápidos

Estos hallazgos demuestran que los pagadores, los consumidores y las pymes están buscando soluciones de pago más innovadoras para acelerar el plazo de pago, permitir la visibilidad en tiempo real del estado de los pagos, reducir los errores humanos y habilitar la incorporación en tiempo real. Estas mejoras elevan la experiencia de los beneficiarios, lo que a su vez refuerza la posición del pagador entre su base de usuarios. Al igual que los proveedores de servicios financieros de toda América Latina compiten por ofrecerles la mejor experiencia de usuario a los consumidores, los pagadores están empezando a experimentar el mismo fenómeno con respecto a sus beneficiarios.

Por supuesto, estas presiones competitivas se sienten en diferentes grados según la vertical en cuestión. Con el fin de que los actores de la industria le den prioridad a mejorar los desembolsos en América Latina, AMI elaboró un mapa de verticales seleccionadas de pagadores conforme a tres áreas: 1) el nivel de molestia que actualmente se asocia con los desembolsos según lo descrito por los pagadores, los consumidores y las pymes; 2) el nivel percibido de entusiasmo por los desembolsos más rápidos por parte de los beneficiarios; y 3) el nivel de entusiasmo por adoptar métodos de pago más rápidos entre las instituciones de pago. Estas verticales — que se encuentran representadas en la Figura 23— reflejan aquellas que más reciben los consumidores y las pymes, y aquellas que más inician los pagadores. También reflejan la mayor variedad posible de perfiles de beneficiarios (por ejemplo, trabajadores jóvenes de la economía por encargo, en su mayoría digitalizados, reclamantes de seguros de edad madura y de altos ingresos, así como beneficiarios de asistencia gubernamental de bajos ingresos). Esto ayuda a brindar un análisis exhaustivo de la industria.

Con base en los resultados de la investigación, AMI puntuó estas categorías para cada vertical de pago, asignando una puntuación máxima de cinco por categoría, donde cinco representa una importante oportunidad para habilitar desembolsos más rápidos y uno significa poca oportunidad para habilitarlos. Este análisis está destinado a ayudar a mapear y priorizar las oportunidades para mejorar los desembolsos en toda América Latina.

Figura 23. Mapa de oportunidades para habilitar pagos más rápidos en América Latina

(Puntuación máxima de 15 = gran oportunidad para una solución de pagos más rápidos)

	Nivel de molestia experimentado al hacer pagos	Nivel de entusiasmo de pagadores y beneficiarios por adoptar pagos más rápidos	Oportunidad total con base en la demanda	En lo que debemos centrarnos al atender a este segmento
Trabajo por contrato	5	4	5	Retos: Los trabajadores por contrato tienen que esperar mucho tiempo para recibir los fondos y pagan comisiones elevadas, especialmente para transferencias transfronterizas. Solución: Implementar una solución de pagos más rápidos para transacciones transfronterizas que esté integrada a todo lo largo del sistema bancario, para capturar eficiencias en costos y entregar los pagos con rapidez.
Economía por encargo	2	5	4	Retos: No existe una infraestructura de pagos que ofrezca pagos diarios o a demanda de manera segura. Solución: Permitir que los trabajadores de la economía por encargo soliciten pagos a demanda, ofreciendo una máxima flexibilidad.
Liquidación de pagos a comercios	2	4	4	Retos: 1. La falta de estandarización de números de cuentas bancarias hace que se cometan errores costosos y que sea necesario revisar los datos manualmente; 2. Los comercios de larga cola no pueden acceder rápidamente a los fondos provenientes de ventas pagadas con tarjeta. Solución: 1. Habilitar pagos con base en datos estandarizados de cuentas de beneficiarios (número de tarjeta estándar de 16 dígitos); 2. Facilitar los pagos instantáneos o a demanda para comercios de larga cola.
Prestaciones del gobierno	4	3	4	Retos: Los gobiernos carecen de métodos de pago eficientes, asequibles e inclusivos para llegar a los destinatarios de las prestaciones. Solución: Unificar los pagos de prestaciones gubernamentales bajo un programa singular de pago a tarjeta.
Reembolsos	4	3	3	Retos: Los reembolsos a veces tardan varios días en procesarse debido a retrasos por parte de emisores y procesadores. Solución: Brindar una opción de reembolso instantáneo a la tarjeta de débito de los clientes, particularmente para programas de lealtad de compradores preferidos
P2P	2	3	3	Retos: Las aplicaciones de circuito cerrado para pagos P2P crean fragmentación e impiden la expansión de los pagos P2P. Solución: Habilitar la interoperabilidad en pagos P2P mediante el uso de vías de redes de circuito abierto.
Seguros	2	2	2	Retos: El pago es demasiado lento cuando se necesitan hacer desembolsos en casos de emergencia. Solución: La demanda de una solución es baja en la actualidad, pero conforme vaya creciendo, existe una oportunidad para una solución de pagos más rápidos que puedan realizarse de manera ágil por transferencia inmediata a tarjeta, incluidas transferencias transfronterizas.



Conforme a esta metodología, **AMI ve la oportunidad más urgente para una solución de pagos más rápidos en la vertical de trabajo por contrato**, donde la mayoría de los pagos son desembolsos transfronterizos, plagados de altas comisiones (USD\$30 o más por transacción para las transferencias electrónicas internacionales) y tiempos de pago lentos que pueden prolongarse hasta una semana o más. Los destinatarios que reciben transferencias transfronterizas tienen poca visibilidad del estado de su pago e incertidumbre sobre la cantidad total que recibirán, debido a las comisiones de las transacciones, la fluctuación en los tipos de cambio y los opacos regímenes fiscales y de comisiones establecidos por los bancos y los reguladores. Estos son problemas cruciales para los destinatarios, ya que los desembolsos del trabajo por contrato representan el sustento familiar mensual de los beneficiarios.

La necesidad de mejorar los desembolsos en esta vertical se volverá más urgente a medida que la tendencia del trabajo remoto se acelere globalmente y más empleadores en los Estados Unidos, Europa y otros lugares busquen contratar talento en América Latina. Las plataformas de trabajo por contrato que tratan de retener el talento pueden mejorar drásticamente la experiencia de los empleadores y los beneficiarios al habilitar desembolsos más rápidos a través de una red de pago global que ya tenga capacidades transfronterizas.

También se pueden introducir mejoras en los desembolsos domésticos, especialmente en aquellos mercados en los que no están habilitados los pagos en tiempo real a través de la ACH, y en las industrias que contratan a trabajadores temporales estacionales, por ejemplo, los sectores de construcción y agricultura. Estos destinatarios suelen ser personas de bajos ingresos y no suelen estar bancarizadas, lo que hace que el proceso de pagarles se convierta en todo un reto. En tales casos, las transferencias bancarias no son prácticas, ya que muchos bancos no atienden a clientes con este perfil y los beneficiarios detestan tener que abrir una cuenta bancaria para un trabajo temporal. En estos casos, realizar los pagos a una tarjeta de prepago o a una tarjeta de débito vinculada a un billetera digital (que es más accesible que una cuenta bancaria) han sido soluciones exitosas y pueden habilitarse mediante un esquema que paga los fondos a una credencial de tarjeta de débito, en lugar de una cuenta bancaria.



Las plataformas de la economía por encargo, los marketplaces y los adquirentes/PSP se encuentran bajo el yugo de presiones competitivas y todos están tratando de ofrecer una experiencia de usuario óptima a los vendedores que operan en sus plataformas. En sus esfuerzos por ofrecer la experiencia más innovadora y amigable para el usuario, las plataformas de economía por encargo están buscando habilitar los desembolsos a demanda. De forma similar, los adquirentes y PSP que atienden a comercios de larga cola entienden que, para que las ventas con tarjeta resulten atractivas para los pequeños comercios, es de suma importancia que reciban los fondos tan pronto como realicen una venta.

En estas verticales, los pagadores se enfrentan a la falta de liquidez que están experimentando tanto las familias como las empresas tras la pandemia. Estos grupos de usuarios finales tienden a ser de menores ingresos, llevar una vida menos estable desde el punto de vista financiero y tener menos entusiasmo por los servicios bancarios que el consumidor promedio. Ante estas circunstancias, las plataformas de economía por encargo y los adquirentes de comercios de larga cola desempeñan un papel importante en la inclusión financiera. Una vez que los fondos se pagan a una cuenta digital, es más probable que los destinatarios utilicen esa cuenta y/o una credencial de pago adjunta, como una tarjeta de débito, para realizar pagos.



Esta lógica la han adoptado los **gobiernos** que están buscando formas eficientes de llegar a los beneficiarios de prestaciones sociales, la mayoría de los cuales no están bancarizados. Un caso de éxito en Guatemala revela el poder del desembolso de pagos más rápidos para fines de inclusión financiera. Durante la pandemia de COVID-19, cuando estaban cerradas las sucursales bancarias y no estaba disponible el desembolso normal de efectivo, VisaNet habilitó pagos a tarjetas de prepago mediante Visa Direct y, como resultado, emitió más de dos millones de nuevas credenciales de pago para beneficiarios de prestaciones sociales que anteriormente no estaban bancarizados. El pago instantáneo a estas tarjetas de prepago permitió que los titulares de estas tarjetas utilizaran los fondos de inmediato y también introdujo por primera vez a los beneficiarios a los pagos electrónicos.



Se reporta que **los reembolsos a compradores por parte de establecimientos minoristas** son altamente problemáticos. Mientras que los reembolsos efectuados a las tarjetas de débito o crédito de los consumidores no deberían tardar más de 48 horas, los establecimientos minoristas indican que pueden tardar hasta una semana o más, en función de cuál sea el banco emisor. Los establecimientos minoristas lamentan esta situación, ya que no pueden de ninguna manera resolver el problema ellos mismos y además son ellos quienes tienen que lidiar con un cliente molesto. Para evitar esta complicación, algunos establecimientos minoristas han recurrido a usar tarjetas de regalo para pagar estos reembolsos (lo cual no es ideal, ya que el cliente quiere dinero en efectivo y no crédito en la tienda), y un establecimiento minorista mexicano incluso ha considerado integrarse directamente con SPEI (vía de pago en tiempo real a través de la ACH) para poder pagar los reembolsos por transferencia bancaria.



La mayoría de los **pagos P2P** ya se realizan en tiempo real, dado que es su propuesta central de valor: poder pagarle a cualquier persona, en cualquier momento y al instante. Los pagos P2P suelen realizarse a través de una de tres vías de pago diferentes: ACH (p. ej., Pix en Brasil), vías que utilizan tarjetas de débito (WhatsApp Pay en Brasil, Yape en Perú) o a través de una red de circuito cerrado (p. ej., MercadoPago). Por otra parte, aunque la mayoría de estas transacciones ya se realizan en tiempo real, el punto problemático que citaron las plataformas de pagos P2P es la falta de interoperabilidad entre dichas vías de pago.

Por ejemplo, en Colombia hay varias aplicaciones de pagos P2P (Nequi, Movii, Daviplata) que ofrecen pagos P2P instantáneos, pero estos ecosistemas no pueden realizar transacciones entre sí. En Argentina, los bancos y las billeteras pueden transferir dinero entre ellos utilizando el CVU (código virtual universal, un estándar establecido por el Banco Central que permite realizar transferencias entre bancos y *fintechs*), pero estas a menudo se retrasan o se rechazan debido a ineficiencias de los bancos individuales. En México, el SPEI ofrece transferencias en tiempo real entre todos los bancos participantes, pero no ha creado una interfaz amigable para el usuario que sea adecuada para las transacciones sociales de bajo importe. Como resultado, una avalancha de *fintechs* ahora ofrecen pagos P2P, pero ninguna de ellas ha alcanzado la escala suficiente para crear el efecto de red que se necesita para lograr que los pagos P2P sean realmente omnipresentes. Estos ejemplos demuestran que una sola red unificada que conecte las cuentas bancarias, las cuentas de billeteras digitales y las tarjetas de débito podría lograr que los pagos P2P realmente se expandieran por toda la región, lo que, a su vez, abriría la puerta a una digitalización de pagos incluso más amplia.



Aunque a primera vista la **industria de seguros** no parece valorar a las capacidades de los pagos más rápidos, sí hay nichos donde hay oportunidades para mejorar. Muchos de los desembolsos de las aseguradoras se realizan en momentos de emergencia personal: un accidente automovilístico, la muerte de un ser querido, una emergencia de salud. En esos momentos críticos, lo último que quieren los reclamantes es tener que batallar para recibir lo que les corresponde: el pago de su seguro. Los pagadores de seguros pueden mejorar las relaciones con sus clientes y su reputación en general si aceleran el pago a los reclamantes. Ellos mismos identificaron la oportunidad de hacerlo, especialmente en el caso de los desembolsos internacionales por emergencias durante viajes al extranjero. En tales circunstancias, enviar el pago de inmediato a un hospital u otro proveedor de servicios de salud podría ser literalmente una oportunidad para salvar la vida del titular de la póliza.



La oportunidad para los pagos en tiempo real en México está en los pagos P2P. Estos aún no se han expandido porque el mercado está demasiado fragmentado. Pero aquí hay una enorme oportunidad para conseguir que la gente se vaya a una sola plataforma y así lograr expandir los pagos digitales desde ahí”.

—Alto ejecutivo de la industria de pagos de México

Lista de verificación para transferencias de dinero más rápidas

Estos hallazgos revelan la oportunidad de hacer mejoras tangibles para facilitar las transferencias de dinero más rápidas en América Latina. Los datos que se descubrieron por medio de esta investigación reflejan que los pagadores no deben depender únicamente de la ACH local para el envío de fondos. Las limitaciones de la ACH son muchas e incluyen las siguientes:

- La ACH nacional no está habilitada en tiempo real las 24 horas del día en todos los mercados, incluidos Colombia, Chile, Perú y Guatemala. Los pagos transfronterizos que envían los bancos en América Latina casi nunca se realizan en tiempo real y pueden tardar varios días en liquidarse por completo.
- No es una opción viable para los no bancarizados.
- Los números de cuenta bancaria no estandarizados conducen a errores costosos cuando se realizan desembolsos en masa.
- No se cuenta con funcionalidad transfronteriza.
- Falta de interfaces amigables para el usuario y mala experiencia de usuario. Estos podrían significar una falta de transparencia en torno a cuándo llegará el pago, las comisiones que se cobrarán, la imposibilidad de acceder a los fondos a través del canal móvil, retrasos en los pagos o la necesidad de ingresar una gran cantidad de datos para enviar un pago.
- En términos de seguridad, rapidez y experiencia de usuario, los consumidores y las pymes tienen una mejor percepción general de los canales de pago distintos de la ACH, sobre todo de las franquicias de pago internacionales que cuentan con un sólido reconocimiento de marca.

Las tecnologías alternativas –por ejemplo, los pagos más rápidos por medio de transferencias instantáneas a tarjetas– pueden mejorar las deficiencias anteriores. En vez, una solución optimizada de pagos más rápidos luciría como sigue:

- Todos los pagos se liquidan en tiempo real, tanto los domésticos como los transfronterizos.
- Es accesible para los no bancarizados al permitir pagos instantáneos a tarjetas de prepago y cuentas de billetera digital.
- Las cuentas de los destinatarios se identifican mediante un número de tarjeta de débito estandarizado de 16 dígitos u otro alias estandarizado para que los desembolsos en masa sean menos propensos a errores.
- Experiencia de usuario fácil de usar y lista para dispositivos móviles en la que los usuarios pueden ver el estado de su pago en tiempo real, entienden las comisiones cobradas o los impuestos gravados, resuelven disputas con rapidez y pueden usar los fondos al instante a través de una tarjeta de débito.
- Ofrecida o respaldada por una marca internacional. Los datos de la encuesta muestran que cuando una marca internacional de pagos facilita las transferencias de dinero, es más probable que los usuarios finales migren a una solución de pagos más rápidos.

Es necesario que los pagadores piensen en cómo agregar valor al proceso de transferencia de pagos. No es suficiente que se les pague a tiempo a los usuarios a una cuenta bancaria; cada vez más, los usuarios finales están buscando soluciones que les den prioridad a sus necesidades, que incluyen la capacidad de elegir el método de pago y de programar la fecha de pago, la seguridad y una experiencia de usuario que permita administrar los pagos de forma eficiente. Los usuarios finales profesionales –tales como los profesionales independientes y las empresas– quieren herramientas y tableros de administración empresarial que les ayuden a realizar la conciliación. El desarrollo de valor adicional en torno a los desembolsos generará satisfacción, lealtad, participación e inclusión financiera de los usuarios. Las principales prioridades para las empresas de pagos y los pagadores con respecto a los desembolsos deben incluir:

1. Maximizar la capacidad de elegir de los beneficiarios

Los pagadores deben invertir en sus relaciones con los beneficiarios, lo cual significa maximizar las opciones que se les ofrecen. Lo que ayudará a lograr esta meta es ofrecer una variedad de opciones que incluyan pagos a tarjeta, pagos por ACH y otros, así como darles el mismo lugar a cada una de estas opciones para los usuarios finales. También es crucial que se les dé una orientación clara en cuanto a las comisiones, los tiempos de las transferencias y otros factores para ayudar a los beneficiarios a tomar decisiones informadas y para maximizar la inclusión de todos los participantes.

2. La mejor experiencia de usuario gana

Los pagos deben ser intuitivos, transparentes y fáciles de administrar a través de múltiples canales, especialmente los canales móviles. Hoy en día, la mayoría de los pagadores no ofrecen transparencia en tiempo real en la distribución de fondos y los beneficiarios no pueden visualizar y administrar fácilmente sus pagos. La mayoría de las redes de ACH y los bancos de la región no han creado las interfaces necesarias. Por el contrario, las franquicias de pago internacionales están bien posicionadas para ofrecer esta capacidad, con sus innumerables asociaciones con fintechs y su experiencia en la creación de experiencias de usuario impecables. Comparadas con los bancos, tanto los consumidores como las pymes asocian a las marcas de tarjetas internacionales con una mejor experiencia de usuario.

3. Riesgo y seguridad

La seguridad es lo más importante para los consumidores y las pymes, y el temor a los riesgos de seguridad es uno de los principales factores que contribuyen a la resistencia a adoptar nuevos métodos de pago. En el ámbito de los pagos más rápidos, es complejo garantizar la seguridad, dado que esto requiere autorizaciones en tiempo real, controles de transacciones, administración de alias y protocolos claros de responsabilidad en caso de reversiones o reembolsos. Los proveedores de pagos en tiempo real por ACH aún no ofrecen la mayoría de estas capacidades.

4. Flexibilidad para admitir múltiples casos de uso

En los desembolsos, los casos de uso son muy diversos y abarcan desde pagos entre particulares (P2P) por montos desde \$1 hasta miles de dólares para la liquidación de pagos a comercios y pagos a contratistas. Pueden tener lugar a demanda o como pagos estándares recurrentes programados de forma mensual. Los usuarios van desde trabajadores migrantes e inmigrantes hasta millennials expertos en tecnología, y desde comercios informales hasta plataformas de economía por encargo altamente sofisticadas. Para satisfacer la demanda total del mercado, es necesario habilitar los pagos por transferencia o retiro inmediato ("push and pull"), la programación de pagos, los servicios empresariales y otras características de valor agregado.

5. Interoperabilidad en la región y a nivel global

A medida que el trabajo y el comercio vayan trascendiendo las fronteras, los pagos globales ágiles se irán convirtiendo no sólo en la norma, sino también en la expectativa. Las empresas digitales operan a nivel global por naturaleza, mientras que las empresas tradicionales –incluidos los establecimientos minoristas y las pymes– están aumentando sus vínculos transfronterizos. Estos necesitan socios de pago que puedan mover su dinero a cualquier parte del mundo. Las vías que ofrecen los bancos locales no cuentan con esta capacidad, mientras que las franquicias de pago globales se especializan en este servicio. Visa Direct es una de las únicas plataformas disponibles para envíos de dinero que ofrece pagos transfronterizos rápidos, ágiles y sin complicaciones.

6. Marca mundial de renombre

La confianza es un factor esencial al realizar pagos, especialmente cuando se realizan en grandes volúmenes y a través de fronteras internacionales. Tanto las pymes como los consumidores prefieren rotundamente una marca global de confianza como Visa y Visa Direct por encima de otras opciones locales para el manejo de sus pagos. Por ejemplo, la marca Visa ofrece una experiencia de usuario optimizada, así como la rapidez y la confiabilidad que los pagadores y beneficiarios requieren para administrar mejor su vida financiera.

Los pagos rápidos son el futuro

A raíz de la pandemia de COVID-19, América Latina actualmente está bajo presiones económicas que incluyen un bajo crecimiento del PIB, inflación, tasas de interés al alza y amenazas de nuevas órdenes de confinamiento. En este contexto, los pagos rápidos son esenciales para restaurar la resiliencia y el crecimiento. No obstante, los pagos lentos y manuales contribuyen a restringir el repunte de la región. Los conocimientos anteriores pueden ayudar a superar los obstáculos relacionados con los pagos que se contraponen al crecimiento, lo cual representa una oportunidad que puede ayudar a América Latina a entrar a una era de pagos más rápidos en la que tanto ciudadanos como empresas puedan recibir y mover su dinero al instante, permitiéndoles gastar, ahorrar e invertir cuando sea y como sea que necesiten hacerlo.

En términos más amplios, la combinación correcta de opciones para el cliente, experiencia del usuario, seguridad e interoperabilidad en los pagos ayuda a América Latina a competir a escala global. Los pagos más rápidos y la conectividad global son componentes esenciales para el crecimiento y la prosperidad a largo plazo de la región, en una era en la que los pagos y el comercio se están acelerando a una velocidad sin precedentes. En resumen, el dinero debe estarse moviendo tan rápido como nos estamos moviendo nosotros y los pagadores latinoamericanos deben recurrir a las franquicias de pago globales para que los empoderen con esta capacidad.

Visa está aquí para ayudarte

Contacta a tu ejecutivo de cuenta Visa y descubre cómo podemos ayudarte a comprender los cambios en el comportamiento del consumidor e identificar oportunidades para optimizar tus portafolios con nuestros servicios de consultoría y de marketing (analítica, servicios de gestión de riesgos, ciclo de vida del crédito, roadmap de rutas digitales, etc.) y nuestros servicios de innovación y diseño (para co-cocrear/co-codiseñar nuevas experiencias de pago y comerciales para el consumidor).

Acerca de Visa

Visa Inc. (NYSE: V) es el líder mundial en pagos digitales. Nuestra misión es conectar al mundo a través de la franquicia de pagos más innovadora, confiable y segura, para así permitir que prosperen los individuos, las empresas y las economías. Nuestra avanzada red de procesamiento global, Visa Net, ofrece pagos seguros y confiables en todo el mundo, y es capaz de manejar más de 65 000 mensajes de transacciones por segundo. El incesante enfoque de la empresa en la innovación es un catalizador para el rápido crecimiento del comercio digital en cualquier dispositivo, para todos y en todas partes. A medida que el mundo hace la transición de lo analógico a lo digital, Visa está aplicando su marca, productos, personal, franquicia y capacidad de expansión para remodelar el futuro del comercio.

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Tal cual: Todos los estudios de casos, comparaciones, estadísticas, investigaciones o recomendaciones se brindan "TAL CUAL" y exclusivamente para fines informativos; no se deben usar como base para obtener o brindar asesoramiento operativo, de mercadotecnia, jurídico, técnico, fiscal, financiero ni de ningún otro tipo. Visa no ofrece garantía alguna ni hace declaración alguna con respecto a la integridad o exactitud de la información contenida en este documento, ni asume responsabilidad alguna que pueda derivarse de basarse en dicha información. La información contenida en este documento no está destinada a servir de asesoramiento de inversión o legal, y se alienta a los lectores a buscar la asesoría de un profesional competente cuando se requiera dicho asesoramiento

Aviso legal en materia de mejores prácticas/recomendaciones: Limitación de responsabilidad. La información, las recomendaciones o las "mejores prácticas" contenidas en el presente documento se brindan "TAL CUAL" y están destinadas a servir exclusivamente para fines informativos, y no se deben usar como base para obtener o brindar asesoramiento operativo, de mercadotecnia, jurídico, técnico, fiscal, financiero ni de ningún otro tipo. Al implementar cualquier nueva estrategia o práctica, deberá consultar a su asesor legal para determinar qué leyes y reglamentos podrían ser aplicables a sus circunstancias específicas. Los costos, ahorros y beneficios reales de cualesquiera recomendaciones, programas o "mejores prácticas" pueden variar en función de sus propias necesidades comerciales y requisitos del programa específicos. Por su naturaleza, las recomendaciones no son garantía de desempeño o resultados futuros y están sujetas a riesgos, incertidumbres y suposiciones que son difíciles de predecir o cuantificar. Los supuestos que formulamos se hacen a la luz de nuestra experiencia y nuestra percepción de tendencias históricas, condiciones actuales, acontecimientos futuros esperados y otros factores que consideramos apropiados dadas las circunstancias. Las recomendaciones están sujetas a riesgos e incertidumbres que pueden causar que las tendencias y los resultados actuales y futuros difieran materialmente de los supuestos o las recomendaciones. Visa no se hace responsable del uso que el lector haga de la información contenida en este documento (lo que incluye errores, omisiones, inexactitudes o falta de oportunidad de cualquier tipo) ni de ningún supuesto o conclusión que pueda derivarse de dicho uso. Visa no ofrece ninguna garantía, ya sea expresa o implícita, y se deslinda explícitamente de las garantías de comerciabilidad e idoneidad para un propósito particular, cualquier garantía de no infracción de los derechos de propiedad intelectual de terceros, cualquier garantía de que la información cumplirá con los requisitos de un cliente, o cualquier garantía de que la información esté actualizada y libre de errores. En la medida que lo permita la ley aplicable, Visa no será responsable ante clientes ni terceros por ningún daño conforme a fundamento jurídico alguno, lo que incluye de manera enunciativa mas no limitativa, cualesquiera daños especiales, consecuentes, incidentales o punitivos, ni por ningún daño por pérdida de ganancias comerciales, interrupción comercial, pérdida de información comercial u otras pérdidas monetarias, incluso aunque se le informe de la posibilidad de dichos daños.

Logotipos o propiedad intelectual: Todos los nombres de marcas, logotipos y/o marcas comerciales son propiedad de sus respectivos propietarios, se utilizan sólo para fines de identificación y no implican necesariamente la recomendación de un producto ni una afiliación con Visa.

Acerca de AMI

www.americasmi.com

Americas Market Intelligence (AMI) es la empresa líder de inteligencia de mercado para América Latina, que brinda poderosos insights impulsados por estudios de inteligencia de mercado y de la competencia, con la meta de ayudar a las empresas a alcanzar el éxito en la región. Con una especialización en la industria de pagos, su experiencia incluye comercio electrónico, criptomonedas, neobancos y billeteras digitales, tecnología financiera, de puntos de venta (POS) y de aceptación, inclusión financiera, pagos transfronterizos, pagos B2B, banca abierta y pagos más rápidos. Sus informes de estudios de investigación personalizados ofrecen claridad basada en datos y una dirección estratégica granular basada en fuentes expertas.

La práctica de pagos de AMI se centra en ayudar a instituciones financieras, comercios y otros a navegar el singular panorama de pagos de América Latina y a competir en un entorno de rápida digitalización. Los consultores de AMI son líderes de opinión reconocidos en verticales que incluyen comercio electrónico, innovación en pagos, tecnología sin contacto, pagos más rápidos y tendencias de consumo y de la industria de pagos.

**Transferencias de dinero
más rápidas en América Latina:
Datos reveladores para lograr el éxito en la era digital**

VISA