

11. TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

FERNANDO DE JESÚS FRANCO CUARTAS | fdjfranco@sena.edu.co

Centro de Servicios y Gestión Empresarial, Regional Antioquia, SENA

Palabras clave: Criptomonedas, dinero en efectivo, medios de pago, tarjeta de crédito, sistemas transaccionales.

Resumen: El presente estudio consiste en analizar la tendencia de los medios de pago inherente al mercado de capitales, en el contexto de la evolución de los sistemas transaccionales como producto de la revolución de las TIC. Desde la innovación en los años cincuenta con las tarjetas de crédito, los consumidores asumen nuevos roles frente al uso del dinero en efectivo como medio masivo de pago. El advenimiento de los cajeros electrónicos en el año 1967 en Londres, marcó un punto de inflexión

entre la oferta y la demanda de masa monetaria. La investigación es mixta en cuanto a los datos, de acuerdo al grado de abstracción es aplicada y de carácter exploratorio y deductivo; con base en manipulación de variables, la investigación es descriptiva y, según la naturaleza de los objetivos planteados es investigación explicativa, e investigación metodológica, según las fuentes, con indagación de aspectos teóricos primarios y secundarios aplicados al análisis de la tendencia

de medios de pago. Los hallazgos, a pesar de la cuarta revolución industrial, la cual ha gestado un amplio portafolio de medios de pagos digitales Criptomonedas, evidencian vigencia y resistencia al paso del tiempo a desaparecer del antiguo invento del siglo VII, del dinero en efectivo.

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

1. Introducción

Al hablar de tendencias, podemos parafrasear a García Márquez desde su obra “crónica de una muerte anunciada” con los Smartphone como imposición de medio de pago en los años venideros. Los medios de pagos y el dinero en efectivo, van de la mano con la experiencia del consumidor y la estrategia de fidelización del cliente por parte de los operadores; “Solo en 2016 los consumidores recibieron casi mil millones de dólares en premios, ya sea en retornos de dinero, millas y/o puntos; y la gamificación, se constituye como una de las tendencias más interesantes para maximizar los resultados de tus programas de fidelización”¹. El año 2018, es considerado por un amplio número de analistas, como el periodo de la disrupción en los medios de pago y, es así como la firma Indra² concluye que esta oleada disruptiva vendrá en buena parte gracias al cambio en el marco regulatorio, que propiciará la aparición de nuevos competidores y modelos de negocio. El análisis, que ha contado con la participación de agentes internacionales, directivos

y expertos del sector bancario de varios países, pone como ejemplo en Europa, el cambio regulatorio previsto para 2018 a través de la Segunda Directiva de Servicios de Pago, PSD2. El uso de los medios de pagos digitalizados en América Latina tiene la restricción de la incipiente bancarización lo cual trae como consecuencia el bajo desarrollo del comercio electrónico como vehículo dinamizador de los medios de pago online. A partir de la generación de excedentes, o quizás, desde la misma economía del trueque, el intercambio de productos plantea la relación de equivalencia entre los mismos; en tal virtud, desde el inicio del comercio y, como lo conocemos hoy en día, ha llevado implícito un medio de pago que intente la correlación perfecta, o, al menos que refleje la equidad, entre lo ofertado y lo demandado por parte de los vendedores y los compradores. Desde los mismos productos, por ejemplo, granos de maíz por granos de arroz, como unidad de medida para el intercambio hasta el nuevo paradigma en construcción de las mal llamadas

Criptomonedas, que en palabras del codirector del banco de la república de Colombia³ se deben llamar Criptoactivos; son los catalizadores del crecimiento y desarrollo de un país.

2. Marco teórico y estado del arte

El dinero en efectivo ha sido el medio de pago más usado desde sus inicios históricos, las primeras monedas metálicas (mezcla de oro y plata) hechas en el siglo VII antes de Cristo se utilizaban para el intercambio de productos y servicios, ofreciendo eficiencia, transparencia y seguridad⁴; y continua el análisis de la cita anterior: “La historia del dinero en efectivo revela una gran resistencia al paso del tiempo con su uso masivo hasta la actualidad, de hecho según estimaciones realizadas por el gigante financiero MasterCard, el 85% de las transacciones comerciales a nivel mundial y el 60% del valor de las mismas se realizan con dinero en efectivo”. De acuerdo con estimaciones de McKinsey Global

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

Payments⁵ “Si se analizan los medios de pago de forma regional, los países en vías de desarrollo los índices son aún mayores sobre el uso del dinero en efectivo, en Latinoamérica alcanza un 95% de las operaciones, y hasta ahora podemos preguntarnos ¿Cuál es el motivo? La realidad indica que, debido a la poca bancarización de la población, de hecho, afirma McKinsey, el 61% de los latinoamericanos no tienen acceso a los circuitos de las entidades financieras, aunque los indicadores han reflejado una disminución en los últimos años, la variación sigue siendo casi invisible”.

Las reiteras crisis financieras y el avance en las TIC retan al sistema financiero, de tal suerte que los bancos, se reinventan o como dice el estudio de Club de Innovación⁶:

En un intento por no perder relevancia, los bancos se convertirán en plataformas de pago que facilitarán la colaboración. Debido a la competencia que enfrentan por compañías de Fintech por un lado y de las criptomonedas por otro, la regulación y la amenaza real de perder participación de mercado, las instituciones

financieras tradicionales se verán obligadas a ajustar sus modelos operativos. Pasar a un modelo basado en plataforma permitirá a los bancos retener su relevancia en un panorama financiero cada vez más innovador y cambiante.

El 85% de las transacciones en todo el mundo aún se hacen con dinero en efectivo. Las tarjetas suponen un 9,1% de los pagos, las domiciliaciones un 4,6% y los cheques un 1,2%, según estimaciones del estudio de Price Waterhouse Coopers PWC⁷. Los medios de pago, un paisaje en movimiento. En este panorama están entrando en juego otros medios de pagos que pueden revolucionar esta imagen.

Para hablar de la tendencia de los medios de pago, según el BBVA éstos deben reunir ciertas características generales⁸, a saber:

Universal: Debe ser ampliamente aceptado en multitud de países y comercios y, además, permitir el pago tanto en establecimientos físicos como en los online. Regulado: Para garantizar esta universalidad es necesario que cumpla con la regulación y los

estándares internacionales más comunes. Seguro: Hay que securizar la transacción, así como el medio y los dispositivos que pueden intervenir en el proceso de pago. Práctico y sencillo: Debe ser un medio de pago fácil de entender y de ejecutar, por lo que hay que eliminar trámites que no sean estrictamente necesarios. Barato: Una comisión elevada o una infraestructura operativa (terminales, sistemas informáticos, etc.) compleja pueden convertirse en barreras para la implantación de cualquier medio de pago. Experiencia de usuario rica: Las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de mejorar esta experiencia de pago: compras en tiempo real, posibilidades de financiación de las compras, envío de notificaciones u ofertas.

De acuerdo con Batiz-Lazo, Bernardo⁹ mientras en los países escandinavos se hunde el uso del dinero en efectivo, en la Unión Europea la circulación de monedas y billetes de bajo valor está aumentando y en Colombia por políticas fiscales como el impuesto del 4 por mil, el uso del efectivo aumenta entre los diferentes agentes

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

económicos para evadir y eludir dicho tributo; ante esta situación el gremio de los bancos colombianos Asobancaria lanzó la propuesta¹⁰ de eliminar el gravamen al movimiento financiero y aplicarlo sólo a las transacciones en efectivo; en la actualidad, en el país se realizan 22 millones de transacciones diarias, respaldadas con 63,12 billones de pesos en efectivo, quedando exentas las transferencias interbancaria, el giro de cheque de gerencia, las compras en comercios con tarjetas, el desembolso de crédito que se hagan a terceros a cuenta o cheque, los débitos a cuentas contables para pago a un tercero mediante abono a cuenta y los traslados entre cuentas colectivas de distinto titular.

3. Metodología

En cuanto al diseño metodológico el presente estudio es una investigación mixta, en cuanto a la naturaleza de los datos, de acuerdo al grado de abstracción es aplicada y de carácter exploratorio y proceso formal deductivo; con base en la manipulación

de la variables, la investigación es descriptiva y, según la naturaleza de los objetivos planteados es investigación explicativa, e investigación metodológica, según las fuentes, con indagación de aspectos teóricos primarios y secundarios aplicados al análisis de la tendencia de medios de pago.

4. Hallazgos

Los medios tradicionales de pago en el mundo; son encabezados por el dinero en efectivo que representa el 85%, las tarjetas del crédito el 9.1% y los cheques el 1.2%, medio de pago este último en vía de extinción. Por zonas geográficas, el efectivo, como medio de pago representa el 91% en América Latina y el cheque el 0.8%, mientras que las cifras en EEUU son 48% y 7.8% para el efectivo y el cheque de manera respectiva. En Europa y Asia pacífico desarrollado, la situación del efectivo se ubica en el 66% y 65% de forma respectiva; y casi en el inframundo, la desaparición del cheque como medio de pago en Asia emergente con apenas una huella del 0.1% en favor

de pago por excelencia y, dadas sus condiciones sociodemográficas, en el continente africano, es el dinero en efectivo, 99%.

El Porcentaje estimado de transacciones hechas por consumidores mediante medios de pago distintos del efectivo es liderada por los agentes económicos de Singapur 61%, países bajos 60%, Estados Unidos de América 45%, en América Latina la lista está encabezada por Brasil 15%, México 4% y Colombia, con una marginalidad del 2% a pesar de la pedagogía encabeza del ministerio de las TIC en su proyecto “Gracias al proyecto de Ley de Inclusión financiera: Pague Digital ahora todos los colombianos podrán hacer transacciones digitales sin necesidad de tener una cuenta de ahorros o de crédito”¹¹, y del naciente gremio de Fintech Colombia. La composición de los medios de pago en USA, indican que las tarjetas de crédito ocupan el 36% superada por un margen de nueve puntos porcentuales por el uso del efectivo, 45%; en EEUU es importante el uso de las transferencias bancarias como medio de pago 10%¹².

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

del uso del efectivo con el 98%. Finalmente, el medio Los escenarios de transición de los medios de pago, destacan al papel moneda, billetes, cheques dominando los escenarios de la banca comercial; las transferencias electrónicas tradicionales marcan el inicio de la era digital y el comportamiento exponencial de los medios de pago online¹³. El mapa actual de los nuevos medios de pago, en función de las TIC y el ecosistema Fintech, viene siendo colonizado por los pagos móviles en redes alternativas tipo Mobile Merchant POS, pagos sin contacto y wallets¹⁴.

Los modelos de negocios más importantes sobre los cuales gravitan los nuevos medios de pago corresponden a las empresas Unicornios y el uso de los criptoactivos con presencia en Wall Street en particular el Bitcoin¹⁵; los bancos y las marcas de tarjeta y procesadoras de pago, las redes de pago y aplicaciones móviles.

La taxonomía de Criptoactivos, o las de uso corriente denominadas Criptomonedas, como el bitcoin, Ethereum, Litecoin, Ripple, entre otros, están cargadas de

volatilidad y su elevada capitalización de mercado 112.37B soportan altos volúmenes transaccionales. La Evolución de los usuarios de dispositivos móviles desde 2014 hasta 2018 en miles de millones, han aumentado en 20.21% en dicho periodo y los usuarios con Smartphone presentan un incremento del 55.11% en los últimos cuatro años. La tendencia de los usuarios de las redes sociales en el mundo es encabezada por Facebook con 1.414 millones seguidas por LinkedIn, Google+, Instagram y Twitter con 288 millones de usuarios¹⁶.

Para contribuir con el aprendizaje, consideramos importante precisar el concepto de Big data, cuyo perfil de crecimiento del 2011-2017 (en miles de millones de dólares) viene detallado en la figura 1; “Big Data es un término que describe el gran volumen de datos, tanto estructurados como no estructurados, que inundan los negocios cada día. Pero no es la cantidad de datos lo que es importante. Lo que importa con el Big Data es lo que las organizaciones hacen con los datos. Big Data se

puede analizar para obtener ideas que conduzcan a mejores decisiones y movimientos de negocios estratégicos.¹⁷

El análisis de la historia y evolución de los medios de pago, pasa por el universo que delimita la era actual de la economía y la sociedad en general y, nos referimos a la nueva civilización digital¹⁸ que, de una u otra manera ha cambiado los formatos y creado otros tanto, para la interacción con los demás, es así, como el la figura 2, se indica el nuevo paisaje en las TIC, donde cada sesenta segundos ingresas 217 nuevos usuarios de red móvil, clientes potenciales del capitalismo digital; como versión para el SXXI de la gravedad hacia el uso alternativo de medios de pago diferente al dinero en efectivo.

Los dispositivos móviles y la aplicación de la tecnología de los sensores al internet de las cosas¹⁹, viene con una función exponencial, 50,1 MK miles de millones de dispositivos estimados para el 2020, lo cual se convierte en un acelerador de los medios alternativos de pago²⁰.

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

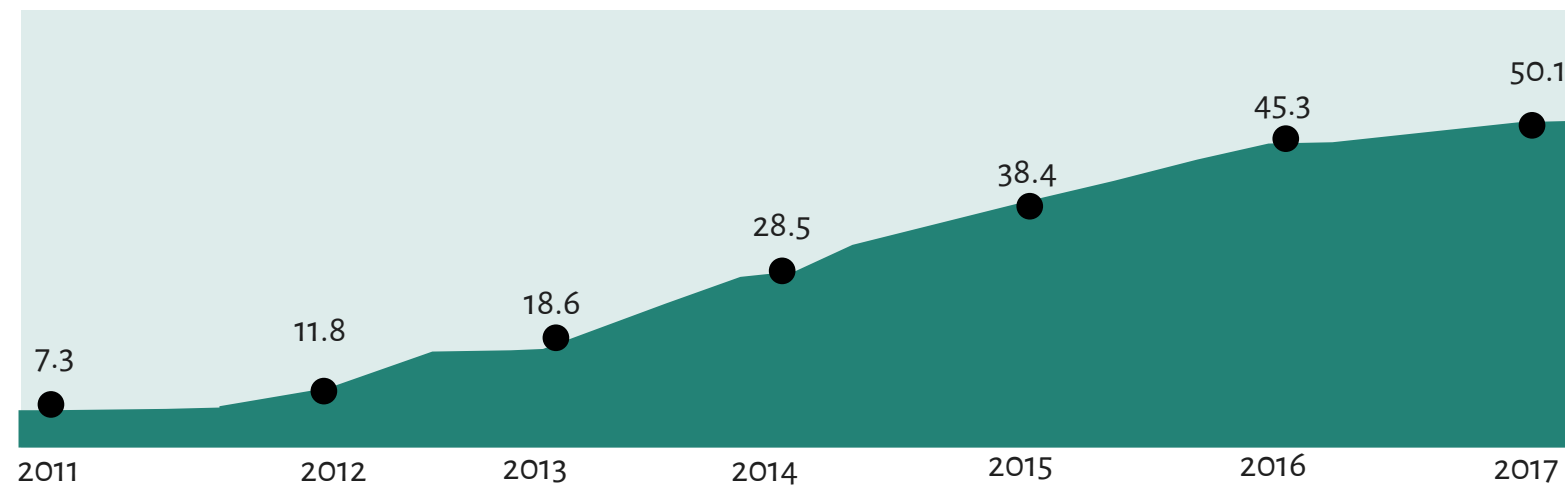


Figura 1. Previsión del mercado del Big Data, 2011-2017 (en miles de millones de dólares) Fuente: pwc.es/es/publicaciones

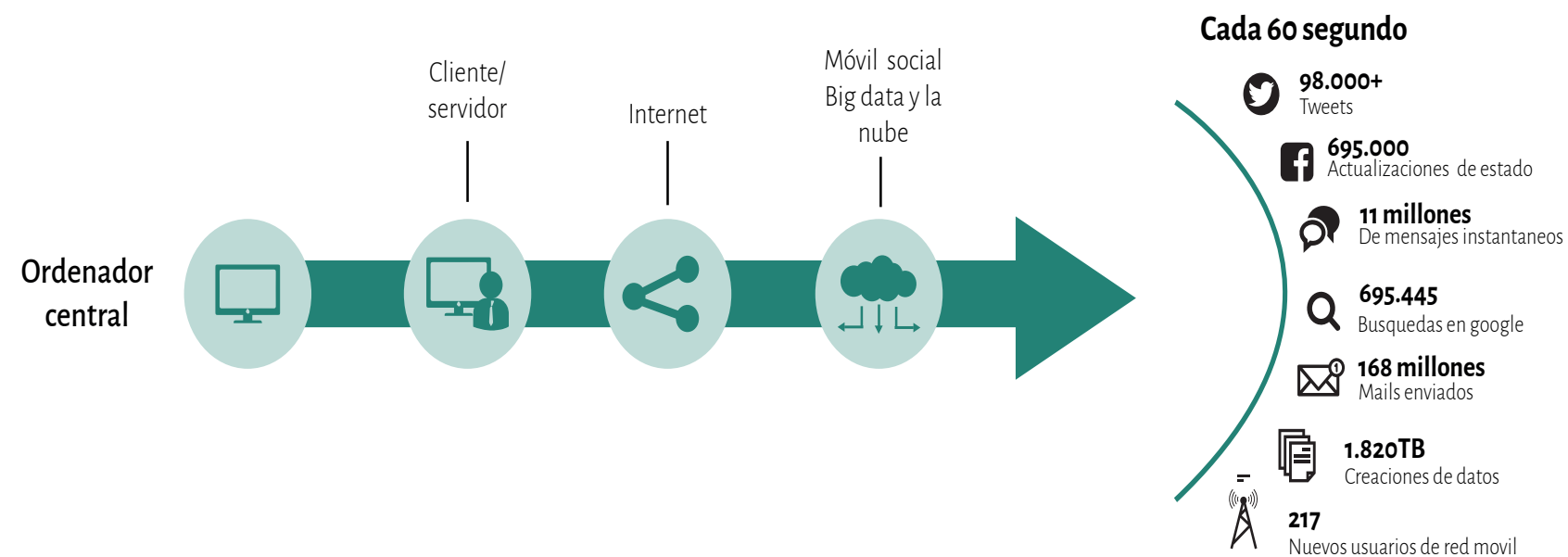


Figura 2. Un nuevo estilo de IT Fuente: pwc.es/es/publicaciones

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

En el contexto de las diez mega tendencias, Accenture Consulting²¹, a partir de la tercera década del SXXI, se destaca la disrupción en los medios de pago, mega tendencia número 8; al tiempo que se marcan las tendencias en los efectos de las redes sociales, la fusión entre Fintech y bancos y la escalada en el código de programación (Blockchain); lo que sin duda alguna son puntos de inflexión en los medios de pago tradicional.

De acuerdo a la mega tendencia número uno, vale decir, el crecimiento de la generación Z, “un tercio de los consumidores de la Generación Z quieren compartir sus pagos en los medios sociales, mientras que sólo el tres por ciento de los Baby Boomers lo haría”. En línea con lo anterior, La Generación Z no sólo tiene matices en sus preferencias bancarias, sino que está subiendo la apuesta. A medida que ingresen a la fuerza laboral y sus necesidades financieras se tornen más complejas, reformularán radicalmente al sector de pagos. Es probable que sean la primera generación en abandonar la

billete de cuero, reemplazándola por monederos digitales soportados en la cadena de bloques, Blockchain.

5. Conclusiones

El trabajo realizado y los hallazgos sugieren que como concluye PWC “Si hay algo que sabemos con absoluta certeza sobre la futura evolución de los medios de pago es que no sabemos nada con absoluta certeza. La multitud de variables que intervienen en el proceso hacen muy difícil vislumbrar cómo se dibujará el mapa del sector (quiénes serán los ganadores, qué tecnologías se impondrán, cómo estará regulado) a medio y largo plazo”.

Prestar atención a los millennials. Los miembros de este grupo generacional (que ahora tienen entre 18 y 35 años y que se caracterizan por su escepticismo) son el mejor test de los nuevos medios de pago, por su familiaridad con Internet y los avances tecnológi-

cos. Una pista: en Estados Unidos, las tarjetas prepago arrasan entre los millennials, que las consideran una buena herramienta para controlar el presupuesto personal.

De manera similar la presente investigación se alinea con las inferencias planteadas por el club de innovación [22] en el sentido de que: “Diversos canales no monetarios comenzarán a ganar aceptación generalizada. La demanda de los clientes de pagos rápidos, simples e ininterrumpidos junto con la reciente explosión de dispositivos sin contacto, banca móvil, varias aplicaciones de pago y el crecimiento anticipado de los dispositivos conectados a la Internet de las cosas (IoT) están contribuyendo a esta tendencia”.

La revisión bibliográfica realizada, permite coincidir con el análisis realizado en el cual se indica de forma explícita, que tomando en cuenta la diversidad de medios de pago existentes, que éste antiguo invento del siglo VII, el dinero en efectivo, tiene total vigencia en el avance del siglo XXI [23].

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

De otro lado, es importante resaltar el crecimiento exponencial del comercio electrónico como nuevos paradigmas de la tendencia en medios de pago digitales y retos de la existencia del dinero en efectivo.

El acceso a las redes sociales es motor dinamizador del uso alternativo de los medios de pagos, dado las diferentes plataformas y los criterios de comodidad y ahorro en costos al evitar desplazamientos hacia los establecimientos de comercio y financieros para realizar transacciones comerciales de carácter tradicional.

En el caso colombiano, a pesar de la corta edad de la carrera tecnológica en el mundo de las finanzas, Fintech, “el efectivo en el país es más del 13 por ciento de todo el dinero que hay en la economía (monto que incluye los saldos de las cuentas bancarias), mientras que en los países miembros de la OCDE está entre 4 y 5 por ciento”.

A título de discusión, el presente estudio sobre la tendencia de los medios de pago y la pertinencia

del dinero en efectivo, adhiere al interrogante y posterior reflexión del club de Innovación: ¿Podrá el Blockchain resolver el tema de los pagos transfronterizos? La oportunidad de revolucionar los pagos transfronterizos mediante la eliminación de múltiples, lentos, ineficientes y costosos bancos corresponsales es algo así como el Santo Grial de los pagos. Los bancos y las empresas de Fintech están explorando esta oportunidad, y quizás en algún momento de este año veamos señales.

6. Referencias

- [1] digitaleinnova.com, «digitaleinnova,» 7 Agosto 2018. [En línea]. Available: <http://digitaleinnova.com/tendencias-de-los-medios-de-pago-en-el-futuro/>.
- [2] efeempresas.com/noticia/indra-2018, «efeempresas,» 17 Diciembre 2017. [En línea]. Available: <https://www.efeempresas.com/noticia/> Available: <https://www.bbva.com/es/6-caracteristicas-indra-2018-soluciones-disruptivas-medios-pago/>.

indra-2018-soluciones-disruptivas-medios-pago/. [3] G. Hernández Correa, «Cinco temas de discusión entorno a los criptoactivos,» de CLEC VI. Congreso Latinoamericano de Economía y Banca, Quito, Ecuador, 2016.

[4] Pago46.com, «/pago46.com,» 17 Febrero 2017. [En línea]. Available: <https://pago46.com/historia-del-dinero-la-evolucion-los-medios-pago/>.

[5] worldpaymentsreport, «worldpaymentsreport,» 5 Octubre 2014. [En línea]. Available: <https://www.worldpaymentsreport.com/>.

[6] Club de Innovación, «Club de Innovación,» 19 Julio 2017. [En línea]. Available: <http://www.clubdeinnovacion.com/bloginn/top-10-en-tendencias-de-innovaci%C3%B3n-en-medios-de-pago-para-el-2018>.

[7] PWC, «IE business school,» 3 Junio 2015. [En línea]. Available: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/financiero-seguros/assets/medios-pago-paisaje-movimiento.pdf>.

[8] BBVA, «BBVA,» 15 Septiembre 2018. [En línea].

TENDENCIA EN MEDIOS DE PAGO Y LA PERTINENCIA DEL DINERO EN EFECTIVO

medio-pago-conquistar-mercado/.

[9] B. Batiz-Lazo, G. A. Del Angel y J. C. Maixé-Altés, «Researchgate,» 17 Enero 2017. [En línea].

Available: www.researchgate.net/publication/316513461.

[10] Eltiempo.com, «<https://www.eltiempo.com>,» 3 Agosto 2018. [En línea]. Available: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/asobancaria-propone-impuesto-al-uso-del-efectivo-251448>.

[11] Mintic, «www.mintic.gov.co,» 3 Abril 2017. [En línea]. Available: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-5882.html>.

[13] pwc, «www.pwc.com,» 15 enero 2018. [En línea]. Available: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/publications.html>. [Último acceso: 19 abril 2019].

[14] Payulatam, «www.payulatam.com,» 27 Enero 2018. [En línea]. Available: <https://www.payulatam.com/co/>.

[14] bbva.com/es/medios-pago-evolucion-revolucion, «www.bbva.com/es/medios-pago-evolucion-revolucion,» 21 Octubre 2018. [En línea]. Available: <https://www.bbva.com/es/medios-pago-evolucion-revolucion/>.

[15] Bitcoin.com, «www.bitcoin.com,» 19 Octubre 2018. [En línea]. Available: <https://www.bitcoin.com/>.

[16] pwc, «www.pwc.com,» 15 enero 2018. [En línea]. Available: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/publications.html>. [Último acceso: 5 mayo 2019].

[17] Powerdata.es, «www.powerdata.es/big-data,» 13 Octubre 2018. [En línea]. Available: <https://www.powerdata.es/big-data>.

[18] «Blog.wobi,» 1 Agosto 2018. [En línea]. Available: <http://blog.wobi.com/es/2017/10/24/como-humanizar-una-civilizacion-digital/>.

[19] Domodesk.com, «<https://www.domodesk.com/>,» 15 Octubre 2018. [En línea]. Available: <https://www.domodesk.com/221-a-fondo-que-es-iot-el-internet-de-las-cosas.html>.

[20] pwc, «www.pwc.com,» 15 enero 2018. [En línea]. Available: <https://www.pwc.com/co/es/publicaciones.html>. [Último acceso: 15 julio 2019].

[21] Accenture Consulting, «Impulsando el Futuro de los Pagos,» 2017.

[23] Club de Innovación, «Club de Innovación,» 11 Septiembre 2018. [En línea]. Available: <http://www.clubdeinnovacion.com/bloginn/top-10-tendencias-de-innovaci%C3%B3n-en-medios-de-pago-para-el-2018>.

[24] pago46.com/historia-del-dinero, «Pago46,» 29 Junio 2018. [En línea]. Available: <https://pago46.com/historia-del-dinero-la-evolucion-los-medios-pago/>.