



Los jóvenes peruanos y su dinero

PAGOS EN AMÉRICA LATINA

ABRIL DE 2019

En asociación con

KANTAR TNS.



Contenido

3	Prefacio
4	Terminología
5	Resumen ejecutivo
6	Actitudes hacia la tecnología
8	Pagar y recibir pagos
13	Aplicaciones móviles bancarias
16	Obstáculos para lo móvil
21	Soluciones de seguridad y autenticación
22	Los jóvenes peruanos quieren...
25	El panorama futuro de los pagos en Perú
26	Conclusión

Prefacio



Durante casi 50 años, Vocalink ha proporcionado y respaldado tecnologías de vanguardia para habilitar el flujo de pagos sin fricción, al comienzo en el Reino Unido y más recientemente en países de todo el mundo. Ahora, como parte de Mastercard, nuestras ideas e innovaciones se despliegan en un escenario aún más grande. Pero nuestro propósito central sigue siendo el mismo: respaldar el flujo de pagos que le permite a las personas hacer lo que desean y a los negocios y a las economías florecer, para de ese modo fortalecer las economías y a la gente.

Notamos que el liderazgo de pensamiento, la investigación propia, el análisis de mercado y el muestreo de opinión son fundamentales. Como proveedores de la infraestructura a través de la cual se lleva a cabo la mayor parte del comercio empresarial y personal, tenemos un posicionamiento único para explorar y ofrecer perspectiva sobre tendencias emergentes sobre la manera en la cual las personas y las organizaciones desean acceder a su dinero y moverlo. Al mismo tiempo, la perspectiva del cliente es una parte vital de nuestro propio desarrollo y estrategia de producto, por lo que investigaciones como esta cumplen un propósito doble: informan el pensamiento en nuestra industria e iluminan e impulsan nuestra propia innovación.

Previamente, hemos analizado en profundidad las actitudes y conductas de los jóvenes en los Estados Unidos y en mercados clave de Europa y el sudeste asiático. Ahora, dirigimos nuestra atención a América del Sur. Este es el primero de una serie de informes que revelarán el estado de los pagos en Perú, Brasil, Argentina, Chile y Colombia.

Este informe se concentra en Perú donde, al momento de esta publicación, nos estamos preparando para implementar nuestra Solución de Pagos Inmediatos (IPS) como parte de un acuerdo con la Cámara de Compensación Electrónica (CCE), para modernizar por completo la infraestructura de pagos electrónicos peruana.

Nuestra infraestructura permitirá el procesamiento de transferencias de crédito en tiempo real, además de habilitar a los usuarios a enviar y recibir pagos desde sus teléfonos móviles usando solo un número de teléfono. Esta modernización de la plataforma de pagos de Perú contribuirá significativamente a la reducción de la dependencia del país en el dinero en efectivo e impulsará una economía más digital.

Espero que disfruten la lectura de este informe de investigación y los que lo seguirán. Los invito a participar en el debate sobre de qué manera evolucionará el panorama de los pagos en América del Sur.

Andrew Buckley
EVP, Producto

Únase a la conversación
vocalink.com/latinamericanpayments
[#LatinAmericanPayments](https://twitter.com/LatinAmericanPayments)

Terminología

Hablar sobre pagos móviles es, por definición, un tema técnico, por lo que debemos tener claras ciertas definiciones y referencias.

Pago móvil

Un pago móvil es cualquier pago hecho desde o través de un teléfono móvil, incluida una aplicación de pago sin contacto basada en un teléfono como Samsung Pay o Apple Pay, aunque en general estas funcionan como proxies para tarjetas de crédito o débito.

Las aplicaciones móviles también incluyen la compra de una aplicación, música o contenido digital, compras dentro de la aplicación como complementos de juegos, reservas de un auto de Uber o estacionamiento, o compras a través de un navegador en un teléfono móvil.

Para los fines de este documento, los pagos hechos en una tablet no se consideran pagos móviles.

Banca móvil

Esto significa acceder a y administrar sus cuentas bancarias a través de un teléfono móvil. Para los fines de este documento, si una persona accede a su cuenta en una tablet o computadora portátil mientras está fuera, esto contaría como banca en línea en lugar de banca móvil.

P2P

Persona a persona o entre pares

P2B/P2M

Persona a empresa/Persona a comerciante

B2B

Empresa a Empresa

Resumen ejecutivo

Como desarrolladores de tecnologías e infraestructuras que están tan entramadas en las vidas de las personas buscamos asegurar que, no solo comprendemos lo que la gente hace con su dinero, sino también lo que desean poder hacer.

¿Qué hace que las tecnologías obsoletas sean más atractivas y por qué? ¿En quién confía la gente para que les brinde soluciones nuevas, en los bancos o en las empresas de tecnología? ¿De qué manera las personas desean autenticar su identidad cuando hacen pagos? Las respuestas a estas preguntas ayudarán a impulsar las asociaciones que harán avanzar a las soluciones nuevas y permitirán opciones más amplias en cuanto a las maneras en las que pagamos y recibimos pagos.

En este informe, hemos investigado las actitudes y conductas de jóvenes de 18 a 35 años de Perú, quienes tienen acceso tanto a un smartphone como a una cuenta bancaria. Los jóvenes peruanos, como los jóvenes de todo el mundo, son los agentes del cambio en la sociedad.

A medida que entran a la fuerza de trabajo, obtienen independencia financiera y acceden a productos financieros como préstamos, ahorros e inversiones, le dan forma al panorama futuro de pagos para las generaciones venideras.

Nuestra investigación ha revelado que los jóvenes peruanos, como sus contrapartes en otros mercados, consideran a la tecnología como un facilitador bienvenido. Una proporción muy significativa administra sus finanzas en sus smartphones, ya sea con una aplicación bancaria o un sitio web bancario en internet u otra aplicación de servicios financieros.

En el punto de venta, en particular para compras pequeñas, el dinero en efectivo sigue siendo dominante. Dos razones probables para esto son la falta de terminales adecuados para hacer pagos con tarjeta o con tarjeta sin contacto/móvil en el punto de venta y las tarifas de la tarjeta. El dinero en efectivo deja el paso a las tarjetas a medida que los valores se tornan más sustanciales.

Los pagos móviles representan solo el 4 % de las compras diarias pero, ¿es este el comienzo de algo más grande? La comodidad creciente que sienten los jóvenes peruanos sobre administrar su dinero y hacer pagos a través de aplicaciones y plataformas bancarias móviles tiene el potencial para cambiar drásticamente el sector de pagos. Estos varían de pagos entre pares y el pago de facturas, hasta la capacidad de ir más allá del efectivo al comprar artículos cotidianos.

Pero los obstáculos para los pagos móviles incluyen preocupaciones relacionadas con la seguridad, la disponibilidad, la angustia de desempeño y la falta de educación sobre las nuevas tecnologías. Los jóvenes peruanos confían más en los bancos para superar estos obstáculos que en los rivales de la tecnología financiera; en particular, existe una alta demanda de soluciones de pagos móviles que formen parte de la oferta de los bancos.

Aunque hay mucho por analizar en este informe, la historia que prevalece es la de oportunidad. Aunque siguen valorando el dinero en efectivo, los jóvenes peruanos muestran entusiasmo por el control mejorado y la conveniencia de las nuevas tecnologías de pago y están emocionados ante la posibilidad de cambio. Este entusiasmo debería funcionar como inspiración y catalizador para nuestra industria.



Actitudes hacia la tecnología

Los jóvenes peruanos ven a la tecnología como un facilitador bienvenido: El 60 % dice que acepta todos los tipos de tecnología y el 69 % dice que la tecnología simplifica sus vidas.

Casi la mitad (el 49 %) de nuestra muestra dice que les agrada que los vean usando la tecnología más reciente, en tanto que los hombres (55 %) sienten esto con mayor vehemencia que sus contrapartes femeninas (46 %). Esta preferencia por la última tecnología es relativamente consistente en todos los grupos demográficos dentro de nuestra encuesta, aunque, quizá para nuestra sorpresa, los jóvenes peruanos (de 18 a 25 años) muestran una preferencia apenas más fuerte por la última tecnología en un 54 % que sus pares un poco mayores (26 a 35 años) en el 46 %.

Un requisito previo de nuestra encuesta era que los encuestados tuvieran acceso a un smartphone, pero es sorprendente saber las clases de dispositivos que están usando los peruanos. Solo el 16 % de nuestra muestra usa un iPhone de Apple, con predominancia de los modelos

más nuevos y el 31 % usa smartphones Samsung. La gran mayoría (61 %) usa otros teléfonos Android OS, lo que es excepcional comparado con otros mercados. Esto tiene implicaciones para la banca móvil y otros desarrolladores de aplicaciones de servicios financieros, cuya estrategia sería priorizar aplicaciones para OS, si desean un lanzamiento exitoso.

Sin embargo, las respuestas a la tecnología no son universalmente positivas entre los jóvenes de Perú. Un significativo 26 % dice que no confían en los nuevos tipos de tecnología y el 16 % siente que la tecnología complica la vida. E, incluso, aunque los jóvenes peruanos están adoptando nueva tecnología, también expresan cierto grado de preocupación sobre su influencia en sus vidas. Aunque casi un cuarto (23 %) afirma que no podría

vivir sin sus smartphones, el 47 % dice que los preocupa volverse demasiado dependientes de la tecnología y el 30 % siente esto con particular intensidad.

Esta actitud un tanto contradictoria hacia la tecnología no es infrecuente. En Perú, como en otros mercados del América del Sur, esto podría reflejar disponibilidad insuficiente y poca confiabilidad en la infraestructura digital, o una falta general de concientización y educación sobre las capacidades de las tecnologías digitales, en particular fuera de los centros urbanos principales. Se requiere mayor inversión en infraestructura y educación, tanto del gobierno como de entidades comerciales, si Perú va a alcanzar su potencial completo.

El 69 %

dice que la tecnología simplifica sus vidas

El 60 %

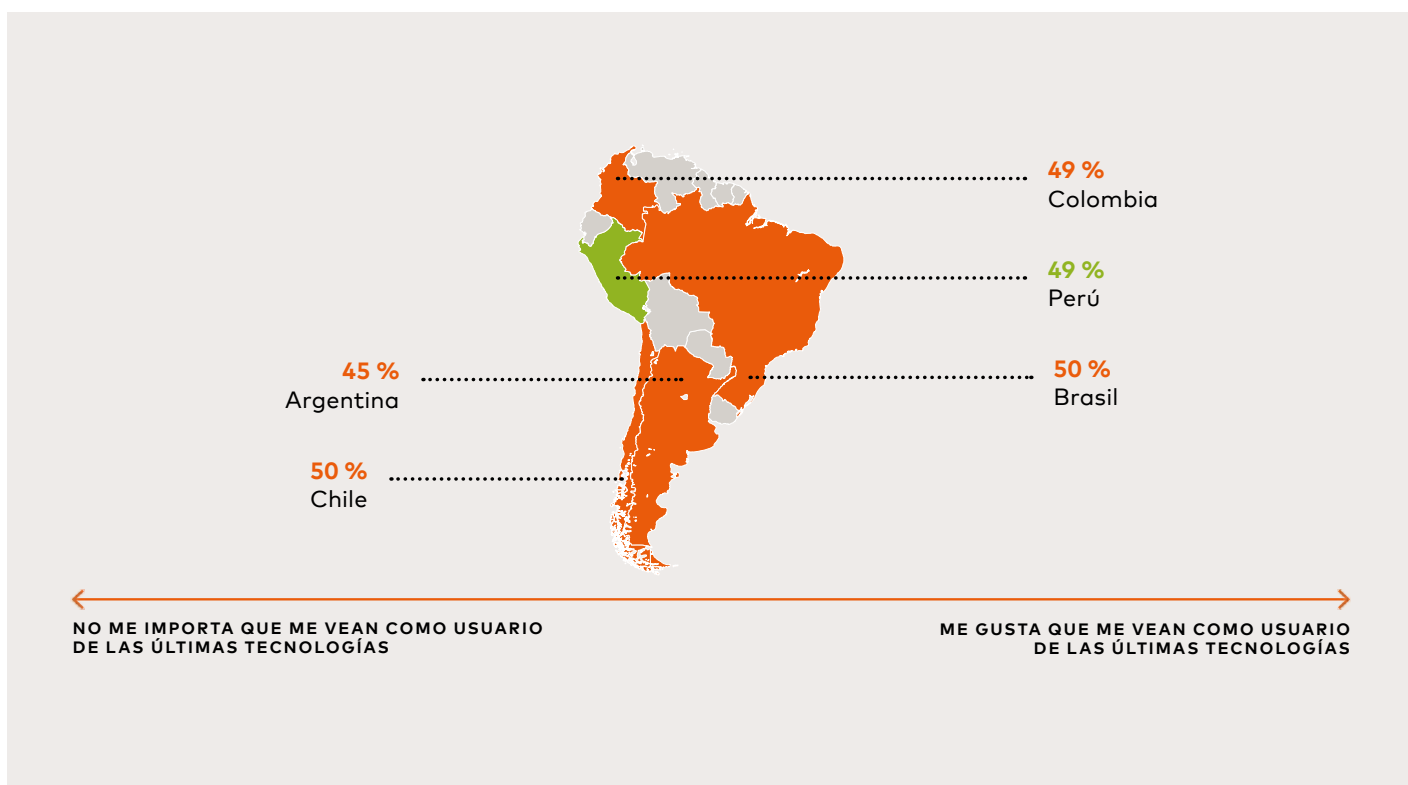
acepta todos los tipos de tecnología

Al 47 %

le preocupa ser demasiado dependiente de la tecnología

Al 49 %

le gusta que lo vean como usuario de las últimas tecnologías (55 % hombres, 46 % mujeres)



Administradores de dinero seguros de sí mismos

El 54 % de los jóvenes peruanos que encuestamos indican que son buenos para administrar el dinero y el 16 % verifica sus cuentas a diario. Sin embargo, no todo es probidad fiscal y seguridad con los jóvenes peruanos. Más de un cuarto (28 %) dice que tiende a gastar dinero sin pensarlo. Es importante destacar que estas son, fundamentalmente, personas de altos ingresos que trabajan tiempo completo y/o tienen un ingreso secundario, por lo cual tienen menos incentivos para presupuestar.

Cuando se trata de administrar sus finanzas, la mayor parte de los jóvenes peruanos prioriza la seguridad (52 %) antes que la conveniencia (28 %). A pesar de esto, muchos usan una solución que combina las dos cosas: una proporción muy significativa administra sus finanzas en sus smartphones, ya sea con una aplicación bancaria o un sitio web bancario en internet u otra aplicación de servicios financieros.

Dentro de los últimos tres meses, tres quintos han usado estas aplicaciones para revisar su saldo (58 %), acceder a los detalles de su cuenta (57 %) o revisar transacciones recientes (59 %); casi la mitad ha usado este método para transferir dinero entre cuentas propias (49 %).

Estas cifras son sustancialmente más altas que la proporción correspondiente de aquellos que administran sus finanzas a través de navegadores web en sus smartphones, tablets o computadoras, y exponencialmente superiores que las de quienes lo hacen en la sucursal o en un cajero automático, lo que indica que el banco y las aplicaciones de servicios financieros son las herramientas de administración financiera preferidas de los jóvenes peruanos.

El 72 %

valora poder ver su saldo en vivo en su cuenta cuando hace un pago móvil

El 72 %

consideraría útil la habilidad de pagar las facturas en un momento conveniente para ellos

El 16 %

verifica sus cuentas a diario

Pagar y recibir pagos

Para entender cómo varían las conductas de pago de los jóvenes, preguntamos cómo pagan diferentes clases de bienes y servicios y diferentes valores de transacción.

Cuando se trata de pagar artículos pequeños de todos los días, como almuerzos y cafés, el efectivo sigue siendo el rey indiscutible. Más de tres cuartos (77 %) de los jóvenes peruanos prefieren el efectivo para estas compras pequeñas y solo el 32 % usa tarjeta de crédito o débito con regularidad. Solo el 4 % usa pagos móviles para hacer compras pequeñas cotidianas.

Esta preferencia persistente del efectivo coloca a los peruanos de lleno en el centro cuando se los compara con otros países sudamericanos, con el 84 % de los argentinos y el 67 % de los chilenos que prefieren el efectivo para compras pequeñas cotidianas.

Una razón para esto puede ser la disponibilidad limitada de las terminales adecuadas en los comercios pequeños. Otra explicación pueden ser las tarifas de las tarjetas: El 56 % (61 % hombres y 54 % mujeres) de los jóvenes peruanos están de acuerdo en que las tarifas de las tarjetas los hacen pensar dos veces antes de usar tarjetas en los puntos de venta.

Pero lo que quizá es sorprendente es el hecho de que los peruanos de 18 a 25 años, nativos de la tarjeta y el pago móvil muestran una preferencia más fuerte por el efectivo (82 %) cuando se trata de las pequeñas compras cotidianas que la de sus pares de 26 a 35 años (74 %). Este subconjunto menor incluye a los estudiantes que tienden a tener ingresos

más bajos y menos ingresos disponibles, y sugiere que prefieren usar efectivo como herramienta de presupuestación diaria.

Si subimos a compras de valor medio, el efectivo sigue teniendo una función muy importante, con el 61 % que paga los alimentos semanales en efectivo y el 63 % que paga las facturas de restaurante o bar de esta manera. No es sorprendente, que en este nivel de costos también veamos que las tarjetas aparecen como un canal favorito. En realidad, la misma proporción de jóvenes peruanos usa tarjetas de crédito o débito para pagar alimentos como usa efectivo (61 %) y un poco más usa tarjetas para pagar facturas de restaurante (65 %). Estas cifras comprenden, en su mayoría, pagos con tarjeta que usan chip y PIN o firma (51 %).

El uso de tarjetas de débito o crédito sin contacto está en el 10 % para las compras pequeñas cotidianas y en el 17 % para compras más grandes; una inversión del perfil de pago visto en la mayor parte de los mercados maduros y una proporción comparativamente más baja en general. Los pagos móviles o pagos sin contacto a través de una billetera digital están por detrás; solo el 5 % ha usado BIM, la primera billetera de dinero móvil de Perú.

Esto es probable porque el estilo 'tap-and-go' de la terminal de pago que conocemos en la mayoría de los mercados es una experiencia diferente en América del Sur. En cambio, los

consumidores reciben una cantidad de opciones cuando eligen sin contacto, como 'pagar ahora' o 'pagar en cuotas'. Esto, inevitablemente, reduce la velocidad del proceso y al hacerlo, mitiga la velocidad y la conveniencia que es la ventaja principal de usar sin contacto en primer lugar.

Cuando se trata de compras más grandes, como electrodomésticos para el hogar, muebles y artículos de lujo, el efectivo empieza a debilitarse. El 34 % de los encuestados usa efectivo en este nivel, comparado con el 77 % que usa tarjetas. Los cheques no aparecen en ningún nivel (solo el 1 % tanto para compras pequeñas cotidianas como para compras más grandes). Tampoco aparecen los pagos móviles que solo representan el 4 % de las compras pequeñas cotidianas y el 2 % de las compras más grandes.

Cuando se trata de pagar servicios y otras facturas, el 47 % de nuestros encuestados dice que lo ha hecho con una aplicación móvil en los últimos tres meses, y el 36 % han configurado el pago automático de facturas usando este método. El 31 % usa efectivo, el 41 % usa tarjetas (incluido el 28 % que usa tarjetas en línea o una aplicación), el 26 % usa transferencia bancaria y un significativo 21 % usa un agente o un intermediario de terceros. La razón probable para esto es la conveniencia mejorada que brindan las soluciones innovadoras que han desarrollado los jugadores no tradicionales.



El 77 %

usa dinero en efectivo para pequeñas compras diarias



El 61 %

usa dinero en efectivo para pagar las compras de comestibles semanales



El 77 %

usa tarjetas para compras más grandes o artículos de lujo

USO DE DINERO EN EFECTIVO

USO DE LA TARJETA

SALDA SUS FACTURAS PERIÓDICAS



El 41 % usa efectivo



El 31 % usa tarjetas

El 56 %

de quienes tienen un ingreso secundario han usado pagos móviles

El 40 %

recibe pagos por transferencia bancaria

Pagos entre pares

La otra categoría principal de pagos es préstamos o dar dinero a amigos o familiares, con frecuencia denominado pagos entre pares (P2P). El efectivo, con un 48 %, domina las transacciones salientes de esta clase, con transferencia bancaria, en un 44 %, la siguiente más usada.

Uno de cada diez jóvenes peruanos usa regularmente una aplicación de pagos móvil para pagos P2P y el 49 % ha usado una aplicación móvil para enviar o recibir transferencias desde la cuenta de otra persona dentro de los últimos tres meses. La transferencia bancaria es el canal más usado para enviar pagos o remesas a familiares o amigos internacionalmente, con un cuarto de los jóvenes peruanos que envían dinero al exterior de esta manera, aunque vale la pena señalar que el 43 % de nuestros encuestados dijo que no hace esta clase de pagos en absoluto.

recibe dinero de amigos y familiares con transferencia bancaria y el 41 % recibe efectivo. Menos de la mitad de nuestros encuestados reciben dinero de fuentes internacionales, pero de quienes lo hacen, la mayor proporción lo hace con transferencia bancaria (41 %) o por transferencia de dinero (32 %). Más de un quinto (22 %) reciben pagos internacionales en efectivo. Los pagos móviles, con una aplicación en sus teléfonos, están comenzando a ganar impulso con los jóvenes peruanos: El 12 % recibe fondos de amigos y familiares de esta manera.

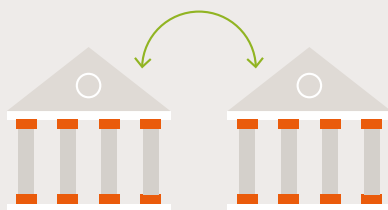
El 48 %

prefiere usar efectivo cuando presta o da dinero a amigos o familiares

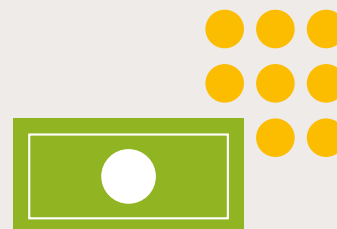
El 12 %

recibe fondos de amigos y familiares con pagos móviles

RECIBE DINERO DE AMIGOS Y FAMILIARES



El **42 %** mediante transferencia bancaria



El **41 %** mediante dinero en efectivo





81 %

ha hecho pagos móviles
en su teléfono mediante una
aplicación o un navegador

BENEFICIOS DE PAGOS MÓVILES

El **52 %** valora la
confirmación
instantánea

El **60 %** valora la
facilidad

El **72 %** valora
poder ver su saldo
en vivo en su
cuenta

Aplicaciones móviles bancarias

Debido a la relativamente poca evidencia de pagos móviles en la manera en la que los jóvenes peruanos compran bienes y servicios, podría parecer sorprendente que el 81 % de los jóvenes peruanos dicen que han hecho un pago de alguna clase a través de una aplicación de teléfono móvil, y el 44 % dice que lo hace con regularidad.

Las aplicaciones bancarias representan la parte más grande, con el 64 % de quienes han usado aplicaciones de pago móviles a través de la aplicación de su banco. Una vez más, los jóvenes peruanos están abriendo camino en América del Sur en lo que respecta al uso de aplicaciones móviles para pagos. Los colombianos son los siguientes usuarios más importantes de aplicaciones bancarias para pagos con el 58 % de usuarios mientras que los sigue Brasil con un 38 % y Argentina con solo el 29 %.

¿Por qué son tan populares? Los jóvenes peruanos valoran tener en control para administrar sus asuntos financieros. Casi tres cuartos (72 %) afirmaron que valoran ver un saldo en vivo en su cuenta, cuando hacen un pago móvil y al 53 % le agrada el hecho de que reciben confirmación instantánea.

En cuanto a realizar pagos, los atributos más valorados están relacionados con la conveniencia: el 60 % afirma que

la posibilidad de pagar "mientras se traslada" fue un beneficio clave. al 40 % le gusta que los pagos móviles brinden un respaldo en caso de no contar con una cartera o billetera, a aproximadamente un tercio le gusta la idea de no tener que llevar una cartera o billetera (35 %) o tarjetas (33 %). el 24 % comentó que le agrada la idea de "no tener que ingresar los datos de su tarjeta".

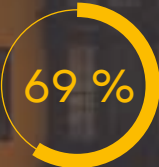
Las aplicaciones no bancarias también son populares. Casi un cuarto (23 %) de los jóvenes peruanos ha usado Mercado Pago, una plataforma similar a PayPal, propiedad de Mercado Libre, una plataforma sudamericana de comercio electrónico. Otro 18 % ha utilizado Yape, una plataforma de pares (P2P) para Android, y el 34 % de jóvenes peruanos afirma que hace pagos periódicos a través de un navegador de Internet en sus smartphones, lo que consolida firmemente a los dispositivos móviles como la herramienta de gestión de dinero preferida.

"No me acostumbro a estar sin [mi teléfono]. Es como las llaves de mi casa, necesito tenerlo".

Hombres de 18 a 25 años

Los jóvenes peruanos y su dinero

En el futuro, el **24 %** cree que ya no habrá sucursales bancarias físicas, solo bancos virtuales.



afirma que la tecnología simplifica sus vidas



utiliza tarjetas para saldar facturas periódicas



prefiere dinero en efectivo para compras pequeñas

piensa que le resultaría útil pagar las facturas cuando le resulte adecuado mediante la aplicación de su banco



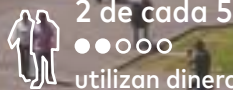
espera poder pagar con tan solo una huella digital, es decir sin tarjeta o smartphone.



a 2 de cada 3 les gusta la idea de una tienda sin una caja para hacer pagos



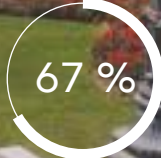
9 de cada 100 prefieren el escaneo de retina a modo de verificación



2 de cada 5 utilizan dinero en efectivo para saldar sus facturas periódicas

4 de cada 5

utilizo pagos móviles en s



quisiera poder hacer pagos inmediatos independientemente del proveedor de servicios financieros del destinatario



controla sus cuentas bancarias a diario

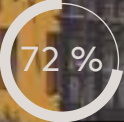


está preocupado por depender demasiado de la tecnología

En el futuro, el **28 %** de la muestra cree que las tiendas ya no aceptarán pagos en efectivo.



En el futuro, el **38 %** de la muestra cree que todos los pagos serán en tiempo real.



valoraría poder ver el saldo de su cuenta en vivo al hacer un pago móvil



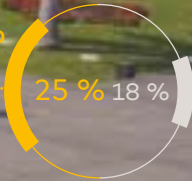
prefiere la verificación de huellas dactilares para los pagos con tarjetas y teléfonos

En cuanto a los beneficios de los pagos móviles, el **60%** valora la facilidad, mientras que el **52%** valora la confirmación inmediata

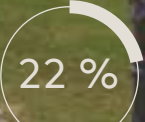


1 de cada 5
a través de una aplicación o un navegador

rechazó el reconocimiento de voz



rechazó el reconocimiento facial



dejaría de utilizar pagos móviles por temor a problemas de seguridad en las transacciones móviles



prefiere usar efectivo cuando presta o da dinero a sus amigos o familiares

Obstáculos del sistema móvil

Solo el 5 % de los jóvenes peruanos afirma que no ha hecho y que no sabía que podía hacer un pago a través de una aplicación móvil; por lo tanto, ¿qué les impide adoptarlas más ampliamente y utilizarlas con más frecuencia para hacer compras?

El 35 %

está preocupado por los pagos que no funcionan debido a que su teléfono se queda sin carga.

Ansiedad en cuanto al rendimiento

La falta de confianza y el miedo a sentirse avergonzado por no lograr que el servicio funcione es otro obstáculo potencial para la aceptación de pagos móviles. El 35 % de los jóvenes peruanos expresó preocupación por los pagos que no funcionan debido a que los teléfonos se han quedado sin carga. Pero solo uno de cada diez (11 %) de nuestros encuestados expresó que este miedo desalentaría el uso de los pagos móviles. Esto se puede comparar con un 36 % de británicos, que dijo que evitaría el uso de una nueva tecnología de pagos, ya que "se sentirían avergonzados si se equivocaran en el punto de venta".

El 22 %

evitaría utilizar pagos móviles por temor a la seguridad de las transacciones móviles.

Seguridad

El 40 % de nuestra muestra afirmó que los problemas de seguridad serían la razón principal de no intentar un nuevo método de pago móvil.

Más de la mitad (51 %) comentó que estaría preocupada por lo que le pasaría si perdiera el teléfono. Sin embargo, no queda muy claro el motivo de la preocupación, que podría ser tanto la pérdida del teléfono como una profunda preocupación por los datos relacionados con pagos. De hecho, solo el 22 % afirma que evitaría utilizar pagos móviles por temor a la seguridad de las transacciones móviles y por guardar los datos de su tarjeta en sus teléfonos. Esto resulta una constante con lo que sucede en otros países de América del Sur: 20 % en Brasil, 21 % en Argentina y hasta el 25 % en Chile.

El 46 %

se desanimaría porque no hay demasiadas tiendas que acepten pagos móviles.

Falta de aceptación

Casi la mitad (46 %) de los jóvenes peruanos manifiesta que evitaría utilizar pagos móviles porque "no hay suficientes tiendas que acepten pagos móviles". Otra vez, se trata de un problema importante para los jóvenes en toda América del Sur, entre un 39 % (Chile) y un 48 % (Argentina y Colombia) que mencionan este problema como un obstáculo probable para utilizar pagos móviles.

Como ya hemos visto que muy pocos jóvenes peruanos (4 %) hacen pagos móviles en las tiendas para pequeñas compras cotidianas, parece razonable concluir que la aceptación más generalizada en las tiendas podría alentar una mayor captación de consumidores. Esto representa una oportunidad para que los proveedores de terminales de pago sin contacto se expandan en Perú.

El 59 %

confiaría en un banco o una compañía financiera como proveedor de un nuevo método de pago.

El 54 %

es más propenso a confiar en un proveedor de pagos móviles si este tiene una tienda física.

Los bancos son los proveedores de confianza de las nuevas soluciones de pago

Hay una gran necesidad de nuevas soluciones de pago que combinen conveniencia, seguridad y control, pero los jóvenes peruanos confían más en algunos proveedores que en otros para que ofrezcan estas soluciones.

Los jóvenes peruanos confían en los bancos (59 %) y las compañías financieras (56 %) más que en las empresas tecnológicas (19 %) cuando se trata de potenciales proveedores de nuevos servicios de pago móvil. A los peruanos en realidad no les interesa si la empresa financiera que ofrece el servicio de pagos móviles es nacional (32 %) o internacional (38 %), pero es mucho más probable que confíen en una empresa privada como Mercado Pago (47 %) que en un patrocinador del gobierno (27 %).

Más de dos tercios (68 %) de los jóvenes peruanos manifiestan que confiarían en un servicio de pagos móviles de su banco, porque tiene "muy altos estándares de seguridad". Nuevamente, el mismo porcentaje estaría satisfecho de que su banco brindara este servicio, porque "ya tiene los datos de mi cuenta y de mi tarjeta, de manera que no necesitaría volver a ingresarlos", y afirman que es conveniente tener más cosas dentro de la misma aplicación. Esta idea se ve agravada por el hecho de que el 56 % de quienes conforman nuestra muestra están preocupados porque hay empresas no bancarias que esperan que los clientes "les confíen [sus] pagos", confianza que no existe en la actualidad.

Además, preguntamos a quienes conforman nuestra muestra a quiénes se dirigirían en busca de ayuda si tuvieran un problema con un pago móvil: Más de dos tercios (69 %) manifestó que lo consultaría con su banco. Además, es más probable (54 %) que confíen en un proveedor que ofrece una tienda física donde "puedo hacer preguntas en persona" que en un proveedor que atiende solo en línea y que responde preguntas mediante *webchats* o correos electrónicos.

Esto sugiere, categóricamente, que son los bancos los que deben alentar el crecimiento y la aceptación de nuevas soluciones de pago, y que las soluciones de pagos móviles, en particular, tienen un lugar natural y previsto en la oferta de los bancos.

El 46 %

prefiere enterarse de un nuevo servicio de pagos móviles de parte de su banco, el 35 % de su proveedor de tarjeta y solo el 8 % de sus amigos.

A los jóvenes peruanos no los engañan

Cuando se trata de intentar nuevos métodos de pago, los jóvenes peruanos están igualmente divididos entre usuarios pioneros y quienes los siguen, y un 40 % de cada uno de los grupos expresa que "intentan nuevos métodos de pago tan pronto están públicamente disponibles" o que esperarán a que estén más consolidados antes de pensar en utilizarlos. Esto indica una mayor reticencia en cuanto a tecnologías de pago que su actitud frente a la tecnología en general, lo que puede sugerir una falta de educación con respecto a los servicios financieros.

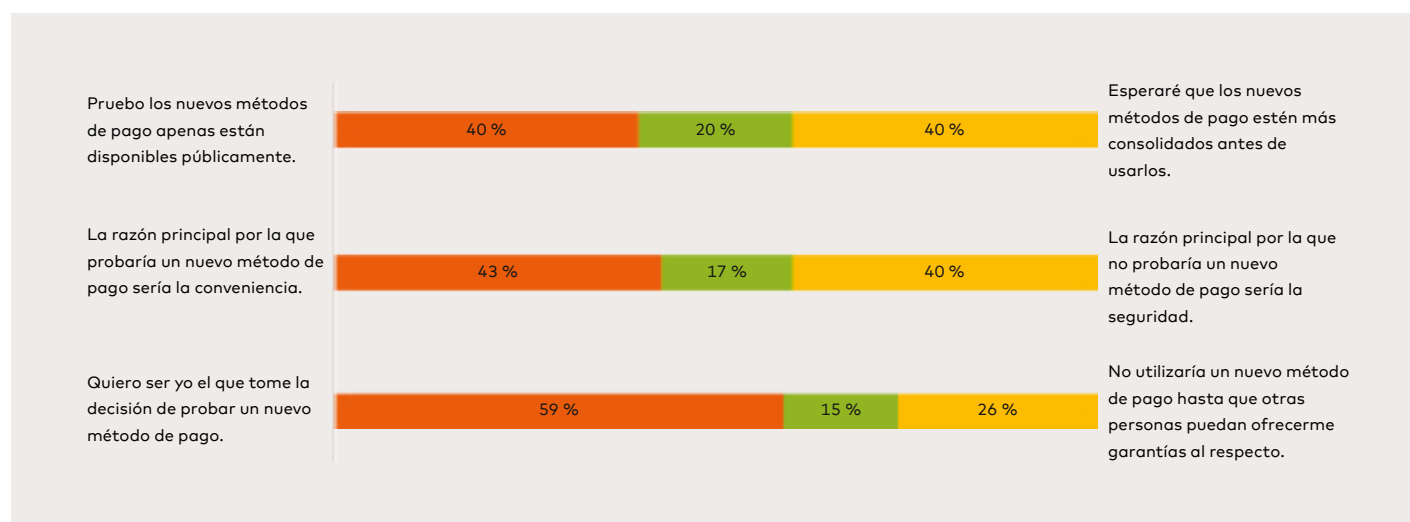
La mayor parte, casi la mitad (46 %), prefiere enterarse de un nuevo servicio de pagos móviles de parte de su banco, en segundo lugar de su proveedor de tarjeta (35 %) y el 8 % de familiares y amigos. Al gobierno no se lo considera una probable fuente de conocimiento, solo el 2 % espera enterarse de un nuevo servicio por esta vía. Por lo tanto, en este mercado competitivo, los proveedores de servicios financieros deben destinar suficientes recursos para comercializar y dar a conocer las nuevas soluciones para ganar participación en el mercado.

El 39 %

confiaría en las recomendaciones de sus amigos, luego en la de los bancos (30 %) y en la de proveedores de tarjetas (13 %).

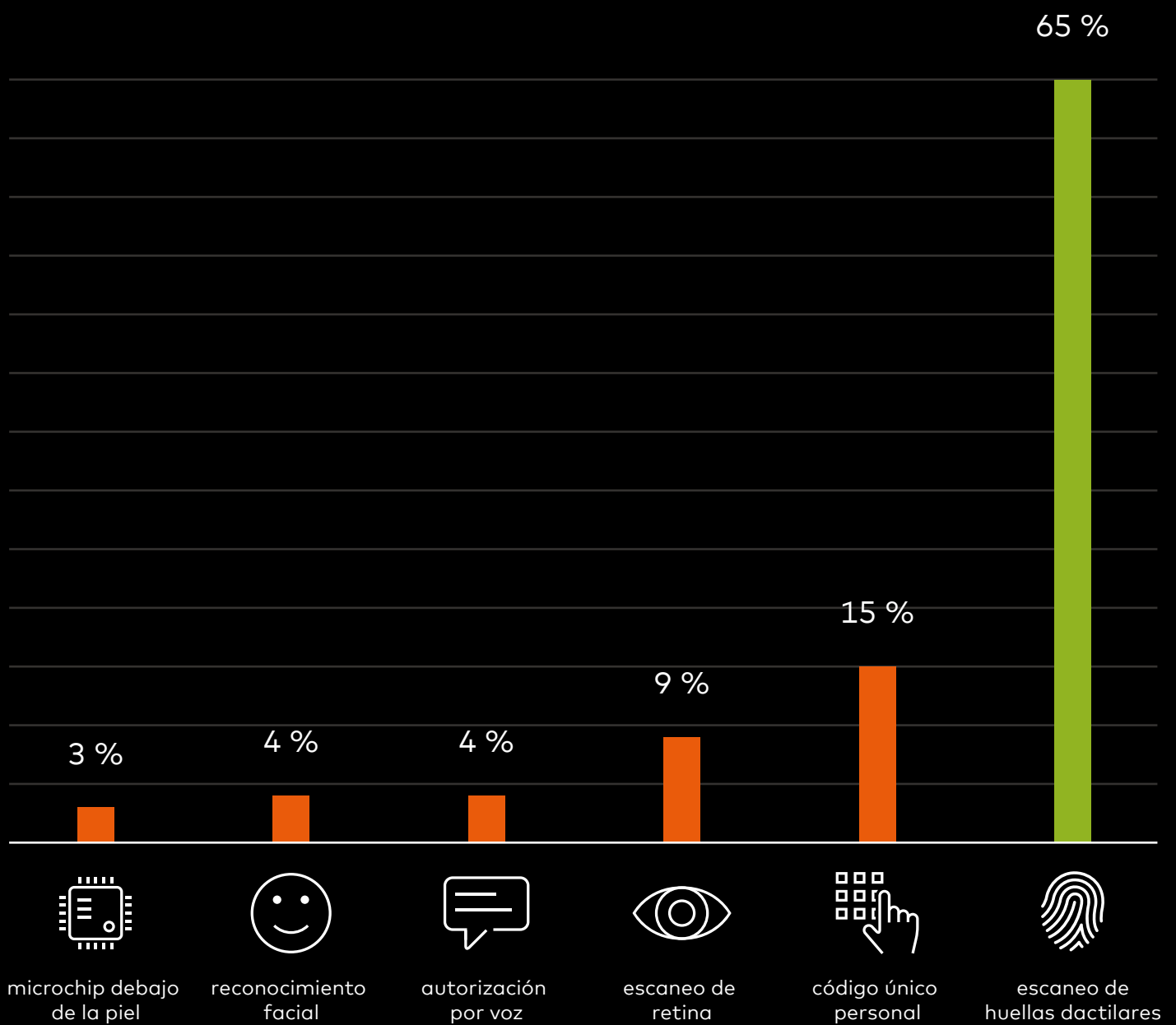
En cuanto a las recomendaciones, los amigos y la familia encabezan la lista. Un 39 % los ve como la fuente de recomendación más confiable, seguidos por los bancos con un 30 % y los proveedores de tarjetas con un 13 %. Solo el 2 % manifiesta que confiaría en una recomendación de una fuente del gobierno. Aún así, cuando se trata de probar nuevos métodos de pago, el 59 % afirma que sacará sus propias conclusiones en lugar de esperar la aprobación de los demás (26 %).

Por lo tanto, cuando se trata de adoptar nuevas soluciones, la propia experiencia digital de los jóvenes peruanos es lo que les da confianza. Por lo tanto, es imprescindible que los proveedores de soluciones de pago digital brinden a los jóvenes peruanos la información necesaria para tomar una decisión informada al momento de intentar algo nuevo.





¿QUÉ FORMA DE VERIFICACIÓN DE PAGO SE CONSIDERA MÁS SEGURA?



Soluciones de seguridad y autenticación

Hemos observado un delicado equilibrio entre seguridad y conveniencia en la actitud de los jóvenes peruanos con respecto al dinero y a los pagos.

Si bien el 43 % de nuestros encuestados expresó que la "conveniencia" sería una razón fundamental para probar un nuevo método de pago, la confianza en las soluciones de autenticación desempeña un papel importante en la adopción de aplicaciones de pagos móviles.

La verificación de huellas dactilares es, por mucho, la innovación preferida entre los encuestados de esta muestra, casi tres cuartas partes (74 %) prefiere este método para verificar los pagos con tarjetas y teléfonos. En ambos casos, más de la mitad "preferiría" este método (57 % en el caso de las tarjetas y 56 % en el caso de los teléfonos). El escaneo del ojo o de la retina para pagar o retirar dinero fue el método preferido por el 63 %; otra vez, sin duda, el 45 % "lo preferiría en gran medida". El reconocimiento facial es menos popular, con el 52 % de preferencia, y el reconocimiento de voz aún menos, con solo un 42 % de preferencia.

Sin embargo, si bien los jóvenes peruanos aceptan de buen grado la innovación en estas áreas, eso no se traduce estrictamente en confianza.

Un 65 % de los encuestados de la muestra considera que las huellas dactilares son la forma más segura de verificación de pago, y el PIN ocupa un lejano segundo lugar con solo el 15 % de preferencia. Pero otras formas de identificación biométrica no son consideradas tan seguras por los encuestados de nuestra muestra. El escaneo del ojo o de la retina fue considerado el método más seguro solo por el 9 % (a pesar de la preferencia por este método), pero el reconocimiento facial y de voz, y los microchips subdérmicos fueron considerados más seguros por menos del 5 %.

"[Mi teléfono] tiene todos mis datos e información personal. Es como mi caja fuerte."

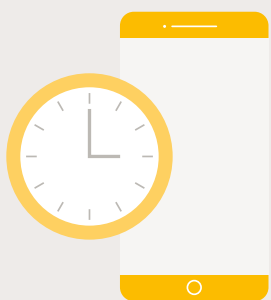
Hombres de 18 a 25 años

Los jóvenes peruanos quieren...

Esta encuesta ha investigado cómo los jóvenes peruanos hacen y reciben pagos, y cómo se sienten con respecto a la prestación y a los proveedores. Pero, ¿qué quiere esta generación de clientes?

La respuesta es un equilibrio entre conveniencia y control. El hecho es que en una sociedad que se mueve por la demanda, cada vez son más los jóvenes que ven la conveniencia como parte importante del control y no como su alternativa.

Estos son algunos de los demás servicios que ocupan un alto lugar entre los jóvenes peruanos:



Inmediatez

Casi tres cuartas partes de los encuestados de nuestra muestra (72 %) manifestó que le resultaría útil pagar las facturas en el momento adecuado mediante una aplicación de su banco, y un 50 % afirmó que sería "sumamente útil".



Transporte público

La posibilidad de pagar todos los tipos de transporte público fue también una innovación popular. Un 62 % de nuestros encuestados manifestó que sería útil, y un 45 % manifestó que sería muy útil pagar de esta manera.



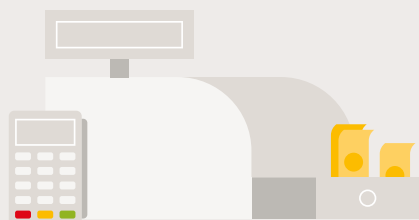
Programas de fidelización

Algo que ha demorado el crecimiento de los pagos móviles en algunos mercados son los programas de fidelización de las tarjetas. La mayoría de los servicios de pagos móviles, a menos que estén vinculados a una tarjeta como es el caso de Apple Pay, aún no ofrecen el beneficio de registro al programa de lealtad o puntos del programa de recompensas de manera automática, pero al 53 % de los jóvenes peruanos le agradaría si lo hicieran, incluso a un tercio (34 %) le resultaría muy útil.



División de facturas

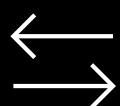
Otro escenario donde los pagos móviles pueden ofrecer una ventaja es en el de las facturas de grupo, donde los usuarios pueden, por ejemplo, compartir el costo de una comida sin tener que devolver luego el dinero a alguien. Si bien esto está disponible en algunos mercados a través de aplicaciones, por lo general, está vinculado a una tarjeta y no directamente a una cuenta bancaria, por lo tanto, no es un método en tiempo real. Más de la mitad (54 %) de los encuestados de la muestra considera que esta es una función útil.



Tienda sin caja registradora

A más de dos tercios (69 %) de los encuestados de la muestra le agrada la idea de una tienda sin caja registradora, como Amazon Go, donde simplemente se seleccionan las mercancías y el costo se carga a su método de pago preaprobado: 47 % afirmó que sería sumamente útil.

2028



Al **67 %**

le gustaría poder hacer pagos inmediatos independientemente del proveedor de servicios financieros de los beneficiarios.



El **28 %**

cree que las tiendas ya no aceptarán pagos de dinero en efectivo.



El **38 %**

cree que todas las transacciones serán en tiempo real.



El **52 %**

cree que podrá pagar con solo una huella dactilar, es decir sin tarjeta ni smartphone.



El **24 %**

cree que ya no habrá sucursales de bancos físicas, solo habrá bancos virtuales.

El panorama futuro de los pagos en Perú

Todos estos debates sobre innovaciones en los pagos y los sistemas biométricos nos conducen inevitablemente a prever cómo será el futuro: lo que usted podrá hacer y lo que ya no hará.

Preguntamos cómo serán los pagos dentro de 10 años (en 2028), y aparentemente serán muy diferentes a los actuales.

Muchos piensan que ya no se necesitará un monedero, una cartera ni un teléfono para ir de compras dentro de 10 años: más de la mitad (52 %) cree que se podrá pagar con solo una huella digital, es decir sin tarjeta o smartphone. Todas las transacciones, según el 38 % de los encuestados de la muestra, serán en tiempo real.

Casi un tercio de las personas (30 %) cree que solo tendrá una tarjeta y que podrá elegir usarla como tarjeta de débito o crédito, mientras que el

15 % cree que ya no llevará tarjetas de pago. El 28 % cree que las tiendas ya no aceptarán pagos en efectivo y el 24 % cree que los bancos ya no tendrán sucursales físicas, solo virtuales.

Pero quizás lo más sorprendente es que más de una quinta parte (21 %) de los jóvenes peruanos cree que tendrá toda su información financiera almacenada en un chip debajo de la piel en tan solo 10 años. Es un gran salto si consideramos el lugar donde estamos ahora, tanto en términos tecnológicos como de confianza.

“[Mi teléfono es] mi mejor amigo, siempre estará para ayudarte y con él puedes compartir todo lo que quieras”.

Mujeres de 18 a 25 años

Conclusión

Lo que esta investigación ha demostrado, sin duda, es que independientemente de la familiaridad que podamos tener o no con el mercado de Perú, los jóvenes peruanos que lo definirán e impulsarán en el futuro inmediato no son diferentes de muchos jóvenes de otros lugares.

Les gusta y valoran la tecnología; manejan cada vez más sus finanzas desde sus smartphones, y están abiertos a las soluciones de pago digital que combinan conveniencia, seguridad y control.

Si bien los peruanos continúan utilizando mucho el dinero en efectivo, especialmente para transacciones más pequeñas, su apertura a las soluciones móviles indica que pueden migrar a los pagos móviles y a las billeteras digitales apenas la infraestructura esté disponible y respaldada. Los encuestados de la muestra sin duda creen que habrá un cambio significativo en los pagos en los próximos 10 años, y parecen entusiasmados más que preocupados por la perspectiva.

Todo esto indica que Perú representa una oportunidad para los avances rápidos e impulsados por la tecnología en el ámbito de los pagos. ¿Y en quién

se depositará la confianza para liderar este avance? La respuesta es los bancos. Esto se debe a la necesidad de seguridad en cuanto al dinero y al respeto profundamente arraigado de los bancos que se ha establecido durante generaciones.

Tal vez el mayor desafío para generar confianza en los pagos móviles sea equilibrar el deseo de los jóvenes peruanos por la conveniencia y el control con la garantía de seguridad. Una mejor disponibilidad de las terminales para pagos con tarjetas y pagos móviles/sin contacto en los puntos de venta también será un prerrequisito fundamental.

El avance en estas áreas se logrará mediante alianzas estratégicas entre bancos, emisores y empresas de tecnología de pagos para satisfacer las necesidades y las demandas de los jóvenes peruanos con experiencia digital.

“Los jóvenes peruanos están abiertos a las soluciones de pago digital que combinan conveniencia, seguridad y control.”

Metodología y nota técnica

Esta investigación se realizó entre mayo y julio de 2018 como parte de un proyecto que abarca cinco países de América del Sur: Perú, Brasil, Argentina, Chile y Colombia.

Después de organizar grupos de debate en persona en cada mercado entre el 2 y el 5 de julio de 2018, se recopiló una muestra nacional representativa de 1000 respuestas en cada territorio a través de una encuesta en línea/telefónica durante agosto. La participación en la investigación se restringió a un perfil de edad de 18 a 35 años, y a individuos con cuenta bancaria y acceso a smartphone.

El estudio se realizó en asociación con Kantar TNS.

Contacto

Para obtener más información, comuníquese con:

Mark Colleran

Director, Investigación y Conocimiento
mark.colleran@mastercard.com

Acerca de Vocalink

Vocalink, una compañía de Mastercard, diseña, construye y opera sistemas de pagos en función de cuentas bancarias líderes de la industria.

Nuestras tecnologías respaldan los pagos en tiempo real, las liquidaciones y los sistemas de débito directo del Reino Unido, así como la red de casi 70 000 cajeros automáticos del Reino Unido.

Además, nuestras soluciones de pagos en tiempo real en función de cuentas bancarias brindan más opciones de pago a los clientes en Perú, Singapur, Tailandia y Estados Unidos.

Acerca de Kantar TNS

Kantar TNS es uno de los organismos de investigación más grandes del mundo, con expertos en más de 90 países.

Con nuestros conocimientos de innovación, marca y comunicación, activación de compras y experiencia del cliente, ayudamos a nuestros clientes a identificar, optimizar y activar los momentos importantes para impulsar el crecimiento de su negocio.

Somos parte de Kantar, una de las empresas de datos, información y asesoramiento líderes en el mundo.

Contacto

info@vocalink.com
vocalink.com

Oficina central

1 Angel Lane
London
EC4R 3AB
United Kingdom

Registro N.º 6119036