

Digitalización de los pagos en América Latina

Playbook

Octubre de 2021

Artículo principal

Página 9

Banco de Bogotá:
sobre cómo 2020 configuró
el ecosistema de pagos
digitales de Colombia

Noticias y tendencias

Página 12

El Banco de Bogotá
avanza con el piloto
de criptomonedas
para Colombia

Análisis a fondo

Página 16

Cómo Colombia
funciona como modelo
para el crecimiento de
los pagos digitales en
América Latina



Índice

03

Contenido

Una mirada a los últimos desarrollos de los pagos digitales en América Latina, incluyendo cómo países como Colombia están viviendo la rápida adopción de los pagos digitales

09

Artículo principal

Una entrevista con Carlos Lindo, director de métodos de pago para la entidad financiera (EF) comercial Banco de Bogotá sobre cómo cambian las preferencias de pago de los consumidores colombianos y qué métodos de pago digitales han impulsado su apoyo para satisfacer sus expectativas

12

Noticias y tendencias

Los principales titulares de pagos en América Latina, que incluyen cómo la solución de pago PSE está procesando 35 millones de transacciones mensuales en Colombia y por qué el 82 % de los colombianos ahora esperan poder pagar por bienes y servicios con el método que consideran que es más conveniente

16

Análisis a fondo

Un análisis de la expansión de los pagos digitales en Colombia y cómo el mercado podría servir de modelo para los proveedores de pagos mientras buscan obtener un soporte más fuerte dentro del ecosistema financiero en línea de América Latina.

19

Acerca de

Información sobre PYMNTS.com y Kushki

Reconocimiento

El Playbook de Digitalización de Pagos en América Latina fue elaborado en colaboración con Kushki; [PYMNTS.com](https://pymnts.com) agradece el apoyo y asesoría de la compañía. posee el pleno control editorial sobre las siguientes conclusiones, metodología y análisis de datos.

PYMNTS.com



Digitizing Payments
In Latin America Playbook



Contenido



Las entidades financieras (EF), los comercios y los proveedores de pagos de todo el mundo buscan entrar en el mercado latinoamericano, a medida que sus consumidores y empresas hacen un mayor uso de los diferentes canales y métodos de pago. Un [informe](#) reveló que los esfuerzos para configurar y ampliar la disponibilidad de pagos digitales instantáneos están en curso en varios países de América Latina, como Chile, México y Perú, mientras que otros [artículos](#) señalaron los esfuerzos de nuevas empresas financieras para obtener acceso a la financiación necesaria para entrar en el mercado. Este creciente interés en el espacio de pagos de América Latina se produce a medida que el acceso financiero se expande aún más en la región, especialmente en países como Colombia.

Tanto el gobierno de Colombia como sus entidades financieras han dado pasos importantes en los últimos años para aumentar su enfoque en la digitalización de la economía del país, incluyendo un [Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones](#) (MinTIC). El país también se ha convertido en un semillero para la innovación de los pagos, con las pasarelas de pago, todas decididas a crear puentes

digitales sin interrupciones para las transacciones virtuales más rápidas, [han acudido](#) al mercado en los últimos 14 años.

Este énfasis en la transformación digital ha llevado a que los consumidores colombianos, muchos de los cuales parecen estar dejando atrás los pagos en efectivo, le estén dando un creciente apoyo a las soluciones de pagos emergentes. El uso de la solución de pagos de la Cámara de Compensación automatizada Pagos Seguros en Línea (PSE) se ha [disparado](#), por ejemplo, mientras que otros informes apuntan a la continua disminución del efectivo. El predominio del efectivo en el mercado colombiano se ha reducido rápidamente, [disminuyendo](#) de una participación del mercado del 60 % en 2018 a una participación del 35 % a finales de 2020. El creciente enfoque del país en la digitalización también está poniendo más a disposición de sus ciudadanos la banca en línea, eliminando la necesidad de que los consumidores que antes no estaban bancarizados dependan únicamente del efectivo para satisfacer sus necesidades financieras. Un [informe](#) también reveló que el 86 % de los consumidores —alrededor de 1,6 millones de personas— que nunca habían tenido una cuenta bancaria abrieron una entre abril y noviembre

de 2020. Los consumidores latinoamericanos también están experimentando con nuevos métodos de pago a medida que se propaga el acceso a la banca. Las tarjetas de crédito se convirtieron rápidamente en una de las formas más populares de pago; otro [estudio](#) reveló que el 36 % de los colombianos hicieron pagos con tarjeta de crédito en 2020. Los consumidores de la región también han demostrado que están dispuestos a probar las billeteras digitales. RappiPay, un servicio de billetera digital, [cerró](#) 2020 con 730 000 usuarios colombianos, por ejemplo.

Examinar el mercado colombiano y cómo la adopción de los pagos digitales está avanzando en el país podría ser clave para los proveedores de pagos que buscan obtener una firme posición en la región. Sin embargo, los proveedores también deben analizar los desafíos que siguen obstaculizando un mayor acceso y adopción financieros. Las altas tasas de interés en las tarjetas de crédito o los préstamos de consumo podrían potencialmente impedir el uso en el país, por ejemplo:

los bancos o entidades de crédito colombianos pueden [cobrar](#) tasas de interés tan altas como el 26 % en las compras a cuotas o de microcrédito o de crédito de bajo monto. Analizar no solo el creciente interés en los nuevos métodos de pago en este mercado, sino también cualquier fricción que le impida a las personas utilizar estos métodos puede ayudar a que los proveedores de pagos ofrezcan lo que se necesita en el mayor espacio de pagos en América Latina.

POR EL MUNDO DE LOS PAGOS EN AMÉRICA LATINA

El efectivo sigue siendo uno de los métodos de pago dominantes en América Latina, pero los pagos en línea están experimentando un aumento en su adopción. Las pasarelas de pagos en Colombia [reportaron](#) un crecimiento del 64 % en las transacciones año a año de 2019 a 2020, por ejemplo. Las pasarelas de pago, que ayudan a canalizar las transacciones en línea entre comerciantes y consumidores, experimentaron un nuevo crecimiento en el primer trimestre de 2021, con un volumen de pagos digitales que aumentó un 21 % en comparación con el trimestre anterior. Parte de este crecimiento puede deberse a la creciente disponibilidad de métodos de pago alternativos en el país, como las billeteras móviles que permiten las transacciones más rápidas tanto en línea como en la tienda. Por lo tanto, examinar el papel de las billeteras y otras soluciones de pagos sin contacto es clave para los comerciantes y sus socios de pago.

El uso de tarjetas de crédito o débito de acercar y pagar u otros pagos sin contacto en el punto de venta físico (PDV) también se expandió rápidamente en toda la región en los últimos meses. La red de tarjetas Visa [dijo](#) recientemente que sus



tarjetas de pago sin contacto alcanzaron una tasa de adopción del 25 % en varios países de América Latina, revelando que una de cada cuatro transacciones, en promedio, ahora se está haciendo con estos métodos de pago. Las tarjetas sin contacto demostraron ser especialmente populares en Colombia y Perú, donde Visa reveló que más del 40 % de los consumidores las utilizaban. Los consumidores latinoamericanos van por buen camino hacia la aceptación de las tarjetas sin contacto como un método de pago seguro y familiar.

Otro método de pago emergente que puede ver un crecimiento significativo en la región es la criptomoneda, especialmente cuando las entidades financieras y los reguladores trabajan para crear los canales necesarios para enviar estas transacciones de forma segura. Por ejemplo, el Banco de Bogotá, el segundo banco más grande de Colombia, está [avanzando](#) con la segunda fase de su piloto en criptomonedas. La EF lanzó la primera etapa en marzo, permitiendo que consumidores selectos retiren o depositen criptomonedas. El banco tomó medidas

para implementar su segunda fase en septiembre y permitió que los clientes beta realicen pagos con criptomonedas. El banco está trabajando con dos plataformas de *trading* de criptomonedas y un regulador financiero para desarrollar su piloto, que continuará durante un año. El banco y el regulador evaluarán e informarán sus resultados al gobierno colombiano. No está claro cómo los pagos con criptomonedas continuarán desarrollándose en el país, pero la expansión del piloto indica un interés creciente en cómo los métodos de pago emergentes podrían proporcionar beneficios potenciales a los consumidores a medida que la adopción de los pagos en línea crece.

Para conocer más sobre estas historias y otras novedades en el ámbito de los pagos en América Latina, lea la sección de noticias y tendencias del Tracker (p. 12).



POR QUÉ LOS COMERCIANTES COLOMBIANOS DEBEN ADOPTAR LOS MÉTODOS DE PAGO *DIGITAL-FIRST*

El dinero en efectivo ha sido el rey en América Latina durante mucho tiempo, pero los acontecimientos de 2020 pueden haber empezado a hacer tambalear su trono: el cierre de tiendas físicas en mercados como el de Colombia ha llevado a los consumidores a recurrir en masa al comercio electrónico y a otros canales virtuales para realizar sus compras diarias, y les ha llevado a probar también métodos de pago *digital-first*. Los consumidores tampoco parecen tener planes de volver a sus hábitos de gasto previos a la pandemia, por lo que es crucial examinar qué métodos de pago digitales son populares en el país y por qué. En el artículo principal de este mes (p. 8), Carlos Lindo, director de métodos de pago del banco comercial [Banco de Bogotá](#), habló con PYMNTS sobre cómo la crisis sanitaria mundial cambió fundamentalmente el ecosistema de pagos colombiano y lo que sus comerciantes y proveedores financieros deben hacer para mantener el ritmo.

ANÁLISIS A FONDO: CÓMO COLOMBIA PUEDE FUNCIONAR COMO MODELO DE EXPANSIÓN DE PAGOS DIGITALES

Los consumidores de todo el mundo acudieron a los sitios de comercio electrónico para satisfacer sus necesidades en 2020, pero el crecimiento de las compras en línea fue particularmente alto en América Latina. Por ejemplo, un [estudio](#) reciente reveló que el 40 % de los colombianos ahora están haciendo compras en línea. Colombia también ha sido testigo de nuevas FinTechs que claman por configurar su tienda en el mercado, lo que hace que sea más fácil que nunca para sus residentes contratar servicios de banca digital o de pago. El espacio de la banca digital del país se [expandió](#) en un 59 % entre 2019 y 2020, particularmente, y observar de cerca cómo el ecosistema de pagos digitales de Colombia sigue tomando forma podría ofrecer a los proveedores de pagos un modelo para entrar en el mercado latinoamericano más amplio. La sección Análisis a fondo de este mes (p. 16) examina cómo la adopción de pagos digitales en Colombia está progresando y por qué seguir el liderazgo del país podría ser crucial para los nuevos participantes, a medida que buscan lograr establecerse en la industria financiera latinoamericana más amplia.



Análisis ejecutivo

¿Cuáles son algunos de los factores que retrasan la adopción de los pagos digitales en América Latina y por qué analizar mercados como Colombia puede proporcionar un modelo para la expansión al resto de la región?

“América Latina siempre ha presentado muchos [obstáculos para la adopción de los pagos digitales] debido a los problemas regulatorios, las barreras culturales y los obstáculos bancarios. Muchos de estos problemas se han presentado a causa de las regulaciones y las leyes de la vieja escuela, o nuevas regulaciones que no están alineadas con lo que los mercados necesitan. Los bancos todavía [exigen] una gran cantidad de papeleo [a] los clientes [para que obtengan] cuentas o tarjetas. Cuando las personas [que] no estaban bancarizadas reciben sus nuevas tarjetas de débito o crédito, [también] tienen miedo [de usarlas] en línea. Hay muchos [miedos] de que los datos de su tarjeta puedan ser robados en línea. Esto se debe a que gran parte de la población vive en la línea de la pobreza o por debajo y viven con el dinero que reciben día a día. Los salarios son demasiado bajos en la mayoría de los países, y esto afecta la capacidad de la población de obtener productos financieros.

Lo que ha sido una verdadera revelación, no solo en Colombia sino también en países grandes como México y Brasil, es que un montón de FinTechs están haciendo que el proceso de crear una cuenta bancaria y obtener una tarjeta de crédito o débito sea mucho más fácil que con un banco regular. Toma un par de minutos, un par de documentos y [en] dos a tres días hábiles usted recibe su tarjeta y luego puede utilizarla para pagar en cualquier lugar en línea o en el PDV [de la tienda física]. Esto ayuda a que [los consumidores] que no están bancarizados avancen hacia una cultura de transformación digital [y] pierdan el miedo de que sus datos puedan ser robados. Además, [mirando a] Colombia [como] ejemplo, [ha] pasado de ser un mercado regido por el efectivo a un sistema de transferencias en tiempo real que, en el último año, ha ganado mucha fuerza, principalmente para las transacciones de comercio electrónico. Hay un montón de opciones que le permiten pagar a través de las tarjetas prepagadas, las transferencias bancarias y las billeteras que han movido el mercado colombiano hacia una explosión en el comercio electrónico. Finalmente, [la pandemia] impactó el comportamiento de las personas de toda América Latina. Impactó tanto que muchas empresas de comercio electrónico no podían seguir el ritmo de las demandas [de] clientes. Esto impulsó no solo a los vendedores, sino [también a los consumidores] a saltar al tren del comercio electrónico”.

Andrd's Obando Rojas

Vicepresidente, asociaciones de pago

[Kushki](#)

5 Cinco datos breves

Acceso financiero

Casi el 86 % de los consumidores colombianos tenían cuentas financieras en noviembre de 2020.



La expansión del comercio electrónico

El 40 % de los colombianos ahora están comprando productos y servicios en línea.



La banca digital

La industria de la banca digital colombiana se expandió el 59 % entre 2019 y 2020.



Pagos sin contacto

La adopción de las tarjetas de pago sin contacto ha alcanzado el 40 % en Colombia y Perú.



Disminución del efectivo

El 60 % de los consumidores redujo su uso de efectivo en al menos un 20 % en 2020.



Artículo principal



Banco de Bogotá: sobre cómo 2020 configuró el ecosistema de pagos digitales de Colombia

El efectivo ha dominado el panorama de los pagos en América Latina durante décadas, pero la crisis mundial de salud de 2020 arrasó el mercado y persuadió a los consumidores, las empresas y sus socios financieros a que probaran los métodos de pago digitales emergentes en cifras cada vez mayores. Las consecuencias también han debilitado el estricto control del efectivo sobre el ecosistema de pagos en países como Colombia, donde las soluciones de pago optimizadas para dispositivos móviles se están popularizando rápidamente, según Carlos Lindo, director de métodos de pago de la EF comercial [Banco de Bogotá](#).

“En Colombia, las necesidades de pago y las preferencias se han caracterizado históricamente por ser muy estables y con una velocidad de adopción lenta [de nuevos métodos] por parte de los usuarios finales”, explicó. “Sin embargo, la industria [financiera] ha estado promoviendo nuevas alternativas [desde el

inicio de la pandemia], dando mucho impulso al comercio electrónico y los pagos sin contacto... y [cambiando] algunas preferencias de [los consumidores] en el momento del pago”.

Prestarle mucha atención a cómo las preferencias de pago de los consumidores colombianos han cambiado en el último año, y lo que estos y los cambios futuros podrían significar para sus relaciones con los comerciantes, debería ser una de las principales prioridades para las empresas, los proveedores de pagos y las EF que atienden el mercado. Determinar cómo satisfacer las necesidades actuales de los consumidores y las futuras expectativas de velocidad y conveniencia de los pagos será esencial para mantenerse competitivo.

POR QUÉ PUEDE SURGIR LA ERA DE LOS PAGOS MÓVILES EN COLOMBIA

El ecosistema digital de Colombia ha crecido rápidamente desde el comienzo de la pandemia, cuando el cierre inicial de negocios físicos y el establecimiento de prácticas de distanciamiento social obligaron a los consumidores a realizar más compras en línea. La adopción del comercio electrónico se disparó, dijo Lindo, expandiéndose en un 25 % e impulsando a una notable proporción de consumidores en Colombia a utilizar tarjetas de crédito y débito de plástico o transferencias bancarias, no efectivo, para realizar sus compras en línea.

También explicó que un elemento clave de la creciente comodidad de los consumidores con las tarjetas y otros métodos de pago digitales fue el creciente uso de los canales digitales por parte de los consumidores colombianos, específicamente aquellos adaptados a los dispositivos móviles, a medida que el comercio móvil comenzó a ser especialmente popular en el mercado.

“[El año] 2020 aceleró la adopción de herramientas [digitales] para pagar y recibir pagos”, dijo Lindo. “Un ejemplo de esto es la rápida adopción del comercio móvil, con un crecimiento de dos dígitos. ... Esto se debe a [su adopción entre] las generaciones nativas de la era digital y la necesidad de distanciamiento social, que ayudó a reemplazar el efectivo y hacer que los pagos digitales fuesen cada vez más [críticos] para el uso diario — una tendencia que [continuará]”.

Sin embargo, los métodos de pago digitales y móviles no han superado completamente el dominio del efectivo en Colombia. El 85 % de las compras siguen teniendo “la presencia de efectivo”, explicó Lindo, lo que significa que este método tradicional sigue siendo omnipresente entre los consumidores. Muchos adultos colombianos siguen sin estar bancarizados, y algunos informes sitúan esta cifra en el 54 %, lo que explica parte de la popularidad continua del efectivo y significa que la capacidad de los pagos digitales de expandirse continuamente puede depender en parte de la mejora en la accesibilidad de los servicios financieros dentro del país. Lindo señaló que estas realidades de los pagos también podrían ayudar a explicar la mayor adopción de soluciones de pago móviles de la región que funcionan sin que los usuarios se conecten a las cuentas bancarias. Los métodos de pago sin contacto como las billeteras móviles o las herramientas con código QR que con poca frecuencia requieren que los consumidores tengan cuentas bancarias tradicionales, pronto podrían experimentar una adopción significativa entre los colombianos.



NO PERDAMOS DE VISTA LOS CÓDIGOS QR

Es probable que continúe la adopción por parte de los consumidores de métodos de pago nativos de los teléfonos inteligentes u otros dispositivos móviles de los usuarios, y que les permiten permanecer fuera del ecosistema financiero tradicional. Los códigos QR pueden estar particularmente bien posicionados para captar la atención de los consumidores locales, dijo Lindo, presionando a que los proveedores financieros de los comerciantes y las empresas acepten esos pagos.

“No hay duda de que estamos muy cerca de ver códigos QR [respaldados por] la mayoría de los comerciantes, donde cualquier persona con cualquier [cuenta] móvil realiza el pago sacando su teléfono celular”, dijo.

Es crucial que los comerciantes y los actores que intervienen en el pago le presten mucha atención a cómo los deseos y las necesidades de los pagos de los consumidores seguirán cambiando en Colombia y el papel que jugarán los tipos de pago digitales como los códigos QR y otros métodos de pago sin contacto, ahora y en el futuro. Es probable que respaldar estos métodos de pago sea un paso fundamental para brindarle las facultades a los consumidores colombianos para que reduzcan la ubicuidad del efectivo y paguen con los métodos rápidos, móviles y sin necesidad de una cuenta que desean usar.



Noticias y tendencias



Crecimiento de los pagos digitales y sin contacto

LAS PASARELAS DE PAGO AYUDAN A IMPULSAR LAS TRANSACCIONES DE PAGO EN LÍNEA 29 % EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2021

El efectivo todavía tiene una fuerte presencia en América Latina, pero la disponibilidad y la adopción de métodos de pago en línea está aumentando rápidamente en el mercado, especialmente en países como Colombia. El uso de las pasarelas de pago —que ayudan a facilitar las transacciones digitales entre consumidores y comerciantes— en Colombia ayudó a que las transacciones [crecieran](#) el 64 % en 2020 en comparación con los niveles de 2019, y este aumento en los pagos en línea ha continuado en 2021. Por ejemplo, las pasarelas de pago impulsaron un aumento del 29 % en las transacciones en línea para el primer trimestre de 2021 en comparación con el mismo período de 2020.

Parte de este aumento puede deberse a la creciente accesibilidad de los servicios financieros digitales que pueden no estar vinculados a las cuentas bancarias tradicionales, señaló el estudio. Examinar el papel de las FinTechs y de los proveedores de pagos alternativos en Colombia y el mercado latinoamericano mayor puede ser clave para aquellos jugadores que deseen expandirse en la región.

LOS CONSUMIDORES LATINOAMERICANOS ACEPTAN LOS PAGOS SIN CONTACTO EN LA TIENDA

Los consumidores están cada vez más dispuestos a utilizar nuevos métodos de pago en las tiendas físicas, sobre todo tarjetas de crédito y débito de acercar y pagar que permiten transacciones más rápidas y sin contacto. La red de tarjetas Visa [anunció](#) recientemente que sus tarjetas ahora han alcanzado una tasa de adopción del 40 % entre los consumidores de Colombia y Perú. Esto está muy por encima del uso promedio de la tarjeta sin contacto visto en otros países latinoamericanos, según Visa. Entre tanto, la tasa de adopción ronda el 25 % para los consumidores de otros mercados.

Examinar la popularidad de tales métodos en el mercado colombiano podría ser clave para los actores que intervienen en los pagos, especialmente cuando la disponibilidad de herramientas de pago sin contacto comienza a aumentar dentro del mercado latinoamericano en general. Más del 50 % de los clientes de Visa adoptaron tarjetas sin contacto en Bermuda, Chile, Costa Rica, Guatemala y Panamá, mostrando que van por buen camino a convertirse en un método de pago omnipresente en la región latinoamericana.

LOS CONSUMIDORES COLOMBIANOS PIDEN PAGOS MÁS CONVENIENTES

Esta creciente comodidad con las herramientas de pago en línea o sin contacto también se produce a medida que más consumidores comienzan a esperar métodos de pago más rápidos y convenientes, independientemente del canal. Un [estudio](#) reciente realizado por la red de tarjetas Mastercard reveló que el 82 % de los consumidores colombianos ahora prevén poder hacer compras a través del método de pago que consideran más conveniente. Satisfacer estas preferencias de pago personalizadas se está convirtiendo en algo fundamental para que los comerciantes, tanto en línea como en tiendas físicas, obtengan la fidelidad de los consumidores. Aquí es donde la adopción de billeteras digitales o móviles podría entrar en mayor juego a medida que dichos métodos crezcan tanto en disponibilidad como en popularidad en Colombia y el mayor mercado de pagos de América Latina.

Criptomonedas y tecnologías de pagos móviles emergentes

EL BOTÓN DE PAGO PSE AHORA PROCESA 35 MILLONES DE TRANSACCIONES MENSUALES

Los colombianos también han estado adoptando métodos de pago optimizados para celular en volúmenes más altos, con el uso de la solución PSE que se disparó en los últimos meses. Un [informe](#) reveló que PSE ahora está procesando 35 millones de transacciones mensualmente, indicando el dominio del método de pago dentro de la naciente área de



pagos digitales colombiana. Datos recientes también muestran que cada vez más colombianos están recurriendo a PSE y otras herramientas digitales para hacer un mayor número de sus compras. El 47 % de los aproximadamente 534 000 millones de dólares negociados en Colombia el año pasado se realizaron a través de canales digitales.

Esto indica que los métodos de pago digitales están cada vez más disponibles en el país, pero, igualmente, muestra que más consumidores están empezando a preferir estos métodos sobre otros. Por lo tanto, mantener el ritmo con las demandas de los pagos digitales de los usuarios es una necesidad para los nuevos jugadores que buscan entrar en el mercado.

LOS CONSUMIDORES COLOMBIANOS MUESTRAN UNA CRECIENTE PREFERENCIA POR PSE, PAGOS DIGITALES

PSE parece estar consolidándose como el método móvil o digital de elección principal para los consumidores colombianos que buscan participar en el espacio de pagos digitales emergentes. Otro [estudio](#) reveló que el 53 % de las personas tenían buenas experiencias utilizando la solución para hacer pagos. Esto está ampliamente por encima de las tasas de satisfacción del consumidor reportadas para otras herramientas de pago que intentan establecer posiciones firmes en el mercado; solo el 37 % de los colombianos manifestaron que tenían buenas experiencias haciendo compras con las herramientas de pago de Bancolombia, por ejemplo.

Estas cifras muestran un creciente apoyo a los métodos de pago digitales en Colombia, pero varios desafíos siguen bloqueando su adopción. La penetración de Internet se está expandiendo en el país, pero una gran parte de los consumidores carecen de dicho acceso, solo el 63 % de los consumidores colombianos utilizan actualmente Internet. Por lo tanto, encontrar formas de expandir dicho acceso es clave.

EL BANCO DE BOGOTÁ AVANZA EN LA SEGUNDA FASE DE SU PILOTO DE CRIPTOMONEDAS

Los bancos y los proveedores de pagos latinoamericanos están expresando interés en los beneficios potenciales que las criptomonedas podrían otorgar a sus clientes a medida que la adopción de métodos de pago en línea continúa expandiéndose. El Banco de Bogotá (el segundo banco más grande del país) tomó medidas para ampliar su piloto para los pagos con criptomonedas en septiembre, según [informes](#) recientes.

El banco se asoció con dos plataformas de comercio de criptomonedas y con el regulador financiero Superfinanciera para crear el piloto e introdujo la primera etapa del programa en marzo, permitiendo a los clientes depositar, retirar o hacer transacciones con criptomonedas en sus aplicaciones en línea y móviles. Su segunda etapa de prueba ampliará sus características de criptomonedas para incluir pagos, permitiendo que los clientes selectos gasten criptomonedas a través de sus tarjetas bancarias o la aplicación móvil de la EF. El piloto se ejecutará por un año, de acuerdo con los informes, después del cual los resultados serán compartidos con el gobierno del país.

Retos de los pagos y nuevos desarrollos

EL CRÉDITO Y LOS PAGOS POR APLICACIONES MÓVILES SE EXPANDEN, PERO PERSISTEN LAS PREOCUPACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Los cambios en el mercado colombiano hacia los pagos digitales también se ven reflejados en toda la región latinoamericana en general, mediante los consumidores de otros países que se sienten más cómodos experimentando con métodos de pago que no sean el efectivo. Estas incluyen hacer compras a crédito y a través de las aplicaciones de pago móviles, demostrado por un [estudio](#) reciente que encontró que el uso de aplicaciones de pago móviles aumentó en 80 % en Brasil entre 2019 y 2020.

Sin embargo, muchos consumidores desconfían de estos métodos de pago, un factor que podría ser un impedimento para su futura adopción en Brasil y el mercado latinoamericano en general. Un cuarto de los brasileños encuestados dijeron que creían que las aplicaciones de pago móviles eran inseguras o no tenían claridad sobre el funcionamiento de estas aplicaciones. Proporcionar herramientas educativas sobre los beneficios de estas aplicaciones, así como otros métodos de pago emergentes que están viendo tasas de adopción más altas en la región, como el crédito y los pagos en tiempo real, podría ser clave para su adopción.

LAS EMPRESAS COLOMBIANAS ESTÁN ADOPTANDO EL CAMBIO HACIA EL TRABAJO REMOTO

Encontrar formas de apoyar los pagos digitales también puede volverse esencial para los casos de uso fuera de las transacciones de los consumidores, a medida que las empresas de todo el mundo han ido migrando hacia modelos de trabajo remoto, entre ellas las empresas colombianas. El impacto de la pandemia ha alentado a más empresas a ofrecer el trabajo remoto como una alternativa, de acuerdo con [declaraciones](#) recientes del MinTIC del país. Esto representa un cambio significativo respecto al modelo de trabajo tradicional que dominaba la mano de obra colombiana antes de la pandemia, y que puede tener importantes repercusiones en el futuro de las empresas.

Siete de cada 10 empresas colombianas nunca habían considerado permitir el teletrabajo antes del inicio de la crisis sanitaria mundial, mientras que cuatro de cada 10 empresas declararon que estaban dispuestas a permitir que los empleados trabajen desde casa en 2020. Esto tiene implicaciones intrigantes no solo para el futuro del trabajo, sino también para el futuro de los pagos, ya que las empresas tendrán que considerar formas de hacer pagos entre empresas (B2B) de maneras que mejor se adapten a los modelos de trabajo remoto.

Análisis a fondo

Cómo Colombia puede proporcionar un modelo para el crecimiento de los pagos digitales latinoamericanos



La crisis sanitaria mundial provocó un impacto inmediato en el emergente ecosistema de pagos en línea de América Latina. Un [estudio](#) reciente determinó que más del 60 % de los consumidores de la región redujeron su uso de efectivo en al menos un 20 % el año pasado. Otro [informe](#) reveló que el 40 % de los consumidores colombianos ahora está comprando productos digitalmente. Las ventas de comercio electrónico también se espera que alcancen entre \$6 000 millones a \$8 000 millones para finales de 2022, lo que indica que los consumidores de la nación no tienen planes de abandonar sus nuevos hábitos de compra en el corto plazo.

Los servicios de banca en línea y las FinTechs han [acudido](#) a Colombia, especialmente en los últimos años, lo que lo convierte en el tercer centro de FinTech más grande de América Latina después de Brasil y México. La población no bancarizada del país ha disminuido notablemente en medio de esta afluencia, la parte de los consumidores no bancarizados [se reduce](#) del 30 % de la población en 2015 al 23% en 2020.

Este acceso mejorado a las soluciones digitales ha impulsado a más consumidores a experimentar con métodos de pago emergentes, como las billeteras móviles y las tarjetas sin contacto. La aplicación de pago móvil colombiana RappiPay, por ejemplo, [informó](#) que procesó 20 millones de transacciones el año pasado. La adopción de la banca digital y los pagos parece que está progresando rápidamente en América Latina, lo que significa que los proveedores de pagos y otros actores financieros que buscan establecerse en el mercado deben considerar el aprovechamiento de estos métodos para obtener una ventaja.

El siguiente análisis a profundidad examina cómo han cambiado las necesidades de pago de los consumidores latinoamericanos en el último año, en particular en Colombia, y cómo la adopción de herramientas de pago digital en este país podría servir de modelo para su crecimiento en toda la región. También examina por qué mantener el ritmo con estos cambios es esencial para los proveedores de pagos que desean lanzar sus productos y hacer crecer sus bases de clientes allí.

DARLE PASO A LOS PAGOS *DIGITAL-FIRST*

Utilizar a Colombia como modelo para fomentar la adopción duradera de los pagos digitales en otro lugar de América Latina requiere primero examinar por qué el uso de la banca y los pagos en línea ha crecido tan rápidamente en este mercado en particular. Uno de los principales factores podría ser la velocidad en la que su gobierno desarrolló la regulación de FinTech, ya que fue uno de los primeros países latinoamericanos en [crear](#) un *sandbox* regulatorio para la innovación financiera. Esta movida lo ha convertido en una opción popular para empresas que aspiran a ser FinTechs que buscan construir nuevos servicios, y ahora hay 320 empresas de servicios financieros [que operan](#) en Colombia. Como resultado de las inversiones de FinTechs, los servicios de banca en línea han pasado a ser más atractivos para los residentes. Los colombianos parecen ansiosos por

utilizar estas soluciones a medida que se vuelven más comunes, y los resultados de 2019 [revelan](#) que el 76 % de los consumidores del país están utilizando servicios de FinTech en alguna medida.

La adopción de los pagos digitales sigue creciendo en Colombia. El espacio de la banca digital del país se [expandió](#) un 59 % entre 2019 y 2020, y el uso de tipos de pago en línea o móvil aumentó significativamente. Los niveles de pago con código QR quintuplicaron sus niveles de 2019, por ejemplo. La creciente comodidad de los consumidores con las soluciones de pagos móviles y en línea también está impulsando el ecosistema de pagos digitales de Colombia. Más de la mitad de la población ahora tiene [acceso](#) a smartphones, y muchos parecen estar recurriendo a las soluciones de pagos optimizadas para celular al experimentar con herramientas financieras digitales. El 80 % de los 1,6 millones de



consumidores que [han obtenido](#) acceso a la banca en línea por primera vez entre abril y noviembre de 2020 están utilizando soluciones de billeteras digitales, por ejemplo.

Es necesario que los proveedores de pagos que entran en la región analicen cómo la sólida regulación de las FinTech, el aumento de la penetración de los smartphones y la confianza en los mercados en línea han estimulado la adopción de los pagos digitales en Colombia. Los nuevos participantes también deben determinar cómo el mercado ha creado el espacio para la adopción de los pagos digitales al examinar cómo los métodos más tradicionales como el efectivo siguen desempeñando un papel en el ecosistema de pagos.

EXPANSIÓN DE LOS PAGOS DIGITALES EN EL MUNDO DEL DINERO EN EFECTIVO

El efectivo sigue siendo el rey en gran parte de América Latina. Un [informe](#) de septiembre de 2020 reveló que el método aún se utiliza para el 70 % a 85 % de todas las transacciones en Colombia. El deseo de los consumidores de utilizar dinero en efectivo aumentó incluso en algunos momentos de la crisis sanitaria mundial del año pasado, y un [estudio](#) reveló que la demanda de dinero en efectivo creció un 31 % respecto al año anterior durante una semana de noviembre de 2020. Por lo tanto, es importante que los nuevos participantes no descarten el papel de dinero en efectivo al configurar nuevos pagos digitales u ofertas bancarias.

Mantener los pagos en efectivo puede ser una forma de animar a los consumidores a probar nuevos métodos de transacción. Las investigaciones [muestran](#) que el 85 % de los colombianos informan que confían en el método de pago Baloto Electronico,

por ejemplo, una solución de pagos en efectivo que permite a los clientes utilizar cupones de pago para pagar tanto en la tienda como en línea. Entender cómo crear soluciones de pagos digitales que no están destinadas a reemplazar, sino que coexisten con los pagos en efectivo, en última instancia podría permitir que los proveedores de pagos atraigan a los consumidores y retengan su lealtad mientras establecen su negocio en la región.



Sobre nosotros

PYMNTS.com

[PYMNTS.com](https://pymnts.com) es el lugar donde las mejores mentes y los mejores contenidos se reúnen en la web para aprender sobre “Qué sigue” en los pagos y el comercio. Nuestra plataforma interactiva está reinventando la forma en que las empresas de pagos comparten información relevante sobre las iniciativas que son noticia y dan forma al futuro de este dinámico sector. Nuestro equipo de datos y analítica incluye economistas, científicos de datos y analistas de la industria que trabajan con las empresas para medir y cuantificar las innovaciones más avanzadas de este nuevo mundo.



Fundada en 2017 por los emprendedores en serie ecuatorianos Sebastián Castro y Aron Schwarzkopf, la plataforma [Kushki](https://kushki.com) ha estandarizado la interoperabilidad de los pagos en toda América Latina, permitiendo pagos locales y transfronterizos a través de tarjetas de crédito y débito, transferencias bancarias, efectivo digital, billeteras móviles y otros métodos de pago alternativos. Como resultado, la empresa ha experimentado un crecimiento exponencial, triplicando el tamaño de su equipo en 2021.

Estamos interesados en sus comentarios sobre este Playbook. Si tiene preguntas, comentarios o desea suscribirse a este boletín, envíenos un correo electrónico a feedback@pymnts.com.



DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

El Playbook de Digitalización de Pagos en América Latina podrá actualizarse de forma periódica. Aunque se hacen esfuerzos razonables para mantener el contenido preciso y actualizado, PYMNTS.COM: NO HACE DECLARACIONES NI GARANTÍAS DE NINGÚN TIPO, EXPLÍCITAS O IMPLÍCITAS, CON RESPECTO A LA CORRECCIÓN, PRECISIÓN, INTEGRIDAD, ADECUACIÓN O FIABILIDAD O DEL USO O LOS RESULTADOS QUE PUEDAN SER GENERADOS POR EL USO DE LA INFORMACIÓN O DE QUE EL CONTENIDO SATISFAGA SUS NECESIDADES O EXPECTATIVAS. EL CONTENIDO SE PROPORCIONA EN EL ESTADO EN QUE SE ENCUENTRA Y SEGÚN SU DISPONIBILIDAD. USTED ACEPTA EXPRESAMENTE QUE EL USO QUE HAGA DEL CONTENIDO ES POR SU CUENTA Y RIESGO. PYMNTS.COM NO TENDRÁ NINGUNA RESPONSABILIDAD POR LAS INTERRUPCIONES EN LOS CONTENIDOS QUE SE PROPORCIONAN Y RENUNCIA A TODAS LAS GARANTÍAS CON RESPECTO A LOS CONTENIDOS, INCLUIDAS LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE COMERCIABILIDAD E IDONEIDAD PARA UN DETERMINADO FIN, DE TÍTULO Y DE INCUMPLIMIENTO. ALGUNAS JURISDICCIONES NO PERMITEN LA EXCLUSIÓN DE DETERMINADAS GARANTÍAS Y, EN TALES CASOS, LAS EXCLUSIONES INDICADAS NO SON APLICABLES. PYMNTS.COM SE RESERVA EL DERECHO Y NO DEBE SER RESPONSABLE SI EJERCE SU DERECHO A MODIFICAR, INTERRUMPIR O DESCONTINUAR LA DISPONIBILIDAD DEL CONTENIDO O CUALQUIER COMPONENTE DEL MISMO CON O SIN PREVIO AVISO.

PYMNTS.COM NO SERÁ RESPONSABLE DE NINGÚN DAÑO Y, EN PARTICULAR, NO SERÁ RESPONSABLE

DE NINGÚN DAÑO ESPECIAL, INDIRECTO, CONSECUENTE O INCIDENTAL, O DE DAÑOS POR PÉRDIDA DE BENEFICIOS, PÉRDIDA DE INGRESOS O PÉRDIDA DE USO, QUE SURJAN DE O ESTÉN RELACIONADOS CON EL CONTENIDO, YA SEA QUE DICHOS DAÑOS SURJAN POR CONTRATO, NEGLIGENCIA, AGRAVIO, BAJO ESTATUTO, EN EQUIDAD, POR LEY O DE OTRA MANERA, INCLUSO SI PYMNTS.COM HA SIDO ADVERTIDO DE LA POSIBILIDAD DE TALES DAÑOS.

ALGUNAS JURISDICCIONES NO PERMITEN LA LIMITACIÓN O EXCLUSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD POR DAÑOS INCIDENTALES O CONSECUENTES, Y EN TALES CASOS ALGUNAS DE LAS LIMITACIONES ANTERIORES NO SON APLICABLES. LOS DESCARGOS DE RESPONSABILIDAD Y LIMITACIONES ANTERIORES SON PROPORCIONADOS POR PYMNTS.COM Y SUS EMPRESAS MATRICES, AFILIADAS Y ASOCIADAS, CONTRATISTAS Y PATROCINADORES, Y CADA UNO DE SUS RESPECTIVOS DIRECTORES, FUNCIONARIOS, MIEMBROS, EMPLEADOS, AGENTES, PROVEEDORES DE COMPONENTES DE CONTENIDO, LICENCIANTES Y ASESORES.

Los componentes del contenido original y la compilación producida por PYMNTS.COM son propiedad de PYMNTS.COM y no pueden reproducirse sin su previa autorización por escrito.

El Cross-Border Retail Payments Tracker® (Rastreador de Pagos Minoristas Transfronterizos) es una marca registrada de What's Next Media & Analytics, LLC ("PYMNTS.com")