

El ecosistema de pagos es uno de los más beneficiados por la innovación financiera que lideran los bancos. La elevada competencia dentro del sector, también desde entidades financieras no bancarias, lo enriquece. Así lo reconoce la nueva regulación europea PSD2, que también refuerza la seguridad de los procesos. Pero al final es el cliente el que decide cómo materializar el pago.

El centro de la estrategia de los bancos es el cliente. Y adelantarse a sus demandas, siempre que la tecnología lo permita, es su obligación. Los bancos han desarrollado sistemas de pago rápidos y eficaces, en un contexto regulatorio que facilita la creación de nuevos servicios de mayor valor añadido para el cliente. Tanto servicio disponible contrasta con la realidad de los números, que siguen mostrando una elevada preferencia del usuario por los pagos en efectivo en sus transacciones.

El Banco de España publicó hace unos días las últimas estadísticas de cajeros automáticos y terminales de punto de venta. La retirada de efectivo en cajeros aumentó un 3,6% en 2017, cuando el importe de los pagos a tra-

vés de terminales de venta creció un 8,7%. Es cierto que el importe total de los pagos en terminales superó a la retirada de efectivo, pero la diferencia no es significativa y sirve de indicador del hábito de pagar en efectivo que sigue existiendo en España. Aunque no es un fenómeno exclusivo de nuestro país.

Un estudio publicado por el Banco Central Europeo (BCE) a finales del año pasado apuntaba que cerca del 80% de las transacciones en Europa se pagan en efectivo, aunque se reducen al 54% si consideramos su importe. La contradicción surge al analizar las conclusiones de una encuesta que acompañaba al estudio, y que refleja que los consumidores prefieren pagar más con tarjeta que con efectivo. Hay una explicación: los consumidores recuerdan el importe de los pagos más elevados, mientras obvian los pequeños desembolsos que realizan en el día a día. Y sólo el 8% de las operaciones de pago realizadas superaban 50 euros.

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

JOSE LUIS
MARTÍNEZ CAMPUZANO
PORTAVOZ DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE LA BANCA (AEB)



«La creciente penetración de internet y el uso de medios móviles anticipan importantes cambios en el ecosistema de pagos»

Este estudio del BCE se refería a datos de 2016. Sin duda alguna, se han producido cambios desde entonces y ahora muchos usuarios pueden valorar mejor las diferen-

tes opciones de pago que ofrecen las entidades de crédito: pagos digitales, por móvil -como sería el caso de Bizum en España- y con tarjeta. Todo un mundo de posibilidades bajo la seguridad que brinda el servicio de los bancos. Las entidades redoblan esfuerzos para ofrecer nuevos servicios de pagos y al mismo tiempo atienden el abanico de demandas de sus clientes: el número de terminales de puntos de venta aumentó en España un 5,74% y el número de cajeros creció un 1,76%. En el caso de las tarjetas emitidas, su emisión aumentó un 6,4% el año pasado.

La creciente y elevada penetración de internet y el uso de medios móviles en la sociedad anticipan importantes cambios en el ecosistema de pagos. Pero la clave que determinará la preferencia del cliente por un medio de pago u otro en el futuro será su experiencia de usuario. Entre tanto los bancos tienen claro que su papel es ofrecer todas las opciones de pago posibles e invertir en su desarrollo para que el cliente decida qué opción se ajusta mejor a sus preferencias.