

PULSO

7^{ma} EDICIÓN

**El futuro de los
pagos digitales en
Latinoamérica**



PULSO

7^{ma} EDICIÓN

“

Los **pagos digitales** se han convertido en el punto de encuentro entre la **inclusión financiera**, **la innovación y la experiencia** del cliente en Latinoamérica.

En un mercado en constante evolución, comprender esta dinámica es esencial para que las instituciones financieras mantengan su relevancia y amplifiquen su impacto social. En esta edición de Pulso, invitamos a la industria a reflexionar sobre los retos y oportunidades que están moldeando el futuro de los pagos, reforzando nuestro compromiso de apoyar una evolución segura, eficiente y centrada en el cliente. En Topaz, creemos que la tecnología y el conocimiento van de la mano; y eso es lo que buscamos ofrecer al mercado cada año con este estudio.

”

Jorge Iglesias
CEO de Topaz

Más sobre Topaz

Somos la 1^a plataforma full banking del mundo. Una de las mayores empresas tecnológicas especializadas en soluciones financieras digitales de Latinoamérica, presente en 25 países de las Américas, con más de 300 clientes y más de 550 millones de clientes finales atendidos.

Celent.

a  GlobalData company

Contribuciones a este informe de:

Michael Bernard

Senior Analyst, Retail Banking

<https://www.celent.com/our-people/michael-bernard>

Este informe fue encargado por Topaz, que contrató a Celent para realizar un análisis a profundidad de los datos obtenidos en la encuesta realizada por Topaz a líderes de instituciones financieras de Latinoamérica. El análisis y las conclusiones son responsabilidad exclusiva de Celent, y Topaz no tuvo control editorial sobre el contenido del informe.

Este texto ha sido traducido de su idioma original al español por Topaz; por tanto, es una interpretación del texto original. Esta versión en español no compromete al autor, es responsabilidad exclusiva del traductor.

CONTENIDO

Resumen:	
El futuro de los pagos digitales en Latinoamérica	5
Introducción	7
Sobre la investigación	8
Resultados 7^{ma} edición de Pulso	10
Los beneficios e impactos de la adopción de pagos digitales	12
Mirando hacia el futuro	22
Nuevos modelos de negocio y mejores experiencias, pero las tarjetas siguen vivas	23
Aumento de la adopción por parte del consumidor: El papel de las instituciones financieras	24
Conclusiones	26

Resumen:

El futuro de los pagos digitales en Latinoamérica

La 7^{ma} edición de Pulso analiza el estado de los pagos digitales de los consumidores, la adopción y los retos de los clientes, y las prioridades de inversión futuras de las instituciones financieras de Latinoamérica. Al interpretar los resultados de la encuesta de Pulso en un contexto más amplio de la banca digital minorista en la región, queda claro que los pagos digitales siguen siendo un poderoso motor de adopción de la banca en toda la región y son un área de creciente inversión tecnológica. El reto común para los bancos será competir con las fintech y los neobancos en cuanto a la experiencia del cliente, impartiendo la formación necesaria a los consumidores, sin dejar de centrarse en la seguridad y la solidez.

► Hallazgos clave de la encuesta Pulso

Las respuestas a la encuesta varían entre países, entre bancos tradicionales y cooperativas de crédito, fintechs y neobancos, y señalamos estas diferencias en la sección de Resultados. Pero destacamos:

- Los encuestados buscan agilidad, pero no a costa de la seguridad.

El principal desafío hoy es la falta de infraestructura bancaria interna.
- La inversión es hoy en día una gran prioridad en infraestructura tecnológica, biometría y gestión del fraude.
- La confianza en los pagos digitales frente al efectivo ha sido un gran desafío para la adopción por parte de los consumidores.
- La inteligencia artificial se considera una oportunidad en todas las instituciones, pero con incertidumbre sobre qué casos de uso se beneficiarán exactamente.

► El camino a seguir para las instituciones financieras

- La educación del consumidor seguirá siendo una táctica importante para prevenir actividades fraudulentas desde el principio.
- Las instituciones tienen un papel importante en la adopción continua de los pagos digitales, a través de esfuerzos de educación financiera que abordan específicamente la "brecha de confianza" que muchos consideran que existe entre los clientes actuales y potenciales.
- Los bancos y las cooperativas de crédito pueden invertir más en la mitigación del fraude y los delitos financieros a medida que aumenta la adopción y el uso de los pagos digitales por parte de los consumidores.
- Los pagos con tarjeta no serán completamente reemplazados, aunque el volumen de pagos digitales aumente. Las instituciones deberán seguir invirtiendo en servicios de pago comerciales y de consumo basados en tarjetas.

Introducción

En Latinoamérica, el panorama de los pagos está evolucionando rápidamente, ya que amplios segmentos de la población ya utilizan pagos digitales y banca móvil, mientras que un número significativo sigue sin tener acceso a servicios bancarios o tiene un acceso limitado. Muchos consumidores y empresas carecen de acceso a los servicios bancarios tradicionales, pero la rápida y creciente adopción de redes de pago digitales respaldadas por el gobierno sigue incorporando cada año a más personas al sistema bancario, con nuevas expectativas de comodidad y la necesidad de protección contra el fraude y otros riesgos.

► El contexto industrial

En Brasil, el sistema PIX se ha convertido en una herramienta crucial tanto para consumidores como para pequeños comerciantes, llegando incluso a ser la primera exposición al sistema bancario para muchos que antes dependían únicamente del dinero en efectivo. La simplicidad y agilidad de PIX —que permite pagos basados en números de teléfono— han impulsado su adopción, y es de uso gratuito. Esto es especialmente beneficioso para los comercios remotos que pueden no tener acceso a dispositivos de punto de venta, haciendo que el efectivo y PIX sean sus únicas opciones de pago viables.

La tendencia hacia los pagos digitales está ganando impulso en toda la región. Además de Brasil, el sistema CoDi está ganando fuerza en México. En Bolivia, billeteras móviles como WalletOn, Viva y Soli han ganado popularidad entre las pequeñas empresas para transacciones en punto de venta. Un sistema de pago con código QR respaldado por el gobierno, QR BCB Bolivia, ofrece un sistema fiable de pagos rápidos entre individuos.

Los pagos digitales ofrecen alternativas al efectivo, que tradicionalmente ha dominado el comercio de consumo en la región. Argentina y Colombia también están experimentando una fuerte adopción de soluciones de pago locales, como Mercado Pago, a pesar de la continua importancia del efectivo debido a la volatilidad económica. Los bancos y las cooperativas de crédito se enfrentan al reto de llevar sus servicios a empresas remotas o rurales que se beneficiarían de los servicios modernos de depósito y préstamos.

Las instituciones financieras esperan invertir en tecnologías que ofrezcan servicios de pagos digitales más sencillos, rápidos y seguros. Para los bancos más grandes, las tarjetas y las capacidades de pago digitales son las áreas en las que se prevé un mayor aumento del gasto para 2025/2026. Celent espera que una cuarta parte de estos bancos aumente el gasto en esta área en más de un 10%. Los bancos más pequeños aumentarán su gasto en la gestión del fraude y los delitos financieros. La inteligencia artificial (IA) y el análisis avanzado de datos son una de las principales prioridades de inversión tecnológica para los bancos de Latinoamérica. Estas instituciones siguen teniendo dificultades para determinar dónde tendrá mayor impacto la IA, y los programas piloto proliferan en todas las líneas de negocio y en todas las áreas de la cadena de valor.

La encuesta anterior de Pulso reveló que las transacciones de pago y transferencia eran prioritarias para mejorar la experiencia del cliente. La coherencia entre los diferentes tipos de instituciones subrayó la importancia universal de los pagos y las transferencias en el ecosistema financiero. No es de extrañar, pues, que la encuesta de este año profundice en la situación actual, las oportunidades y los retos de los pagos digitales en toda la región.

En este contexto, analizamos los resultados de la 7ma edición de Pulso realizada a líderes del sector bancario.

Sobre la investigación

Pulso es un estudio regional latinoamericano que busca comprender mejor cómo las diferentes innovaciones tecnológicas y modelos de negocio están impactando a la industria de servicios financieros en todos los países y desde distintas perspectivas.

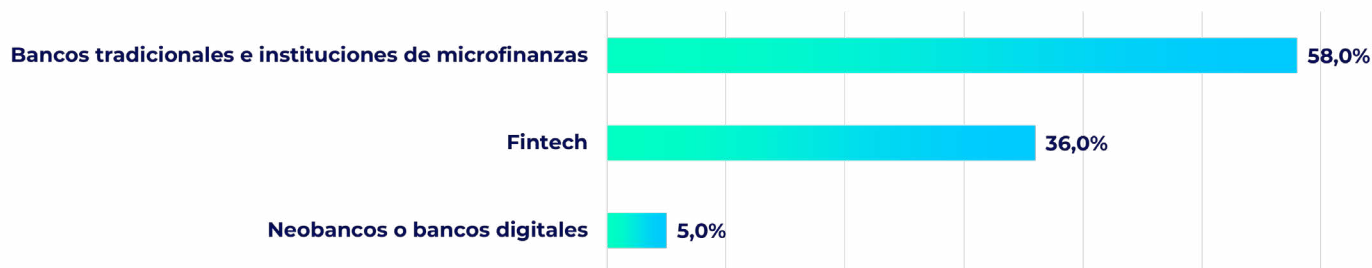
La encuesta de 2025 es un estudio de investigación cuantitativo en el que participaron 1.023 líderes de servicios financieros de 20 países latinoamericanos. Estos líderes pertenecen a diversos tipos de instituciones financieras, entre ellas bancos, instituciones de microfinanzas, bancos digitales e instituciones financieras no bancarias.

La encuesta se realizó a mediados de 2025 con el objetivo de comprender la percepción de los líderes regionales sobre el estado actual de las ofertas de pagos digitales para consumidores y la experiencia del cliente.

En concreto, se preguntó a los líderes sobre la adopción y el uso de los pagos digitales por parte de los clientes de sus instituciones, los retos y riesgos asociados a la implementación de esas capacidades, y los planes de inversión e innovación para el futuro próximo en esas áreas.

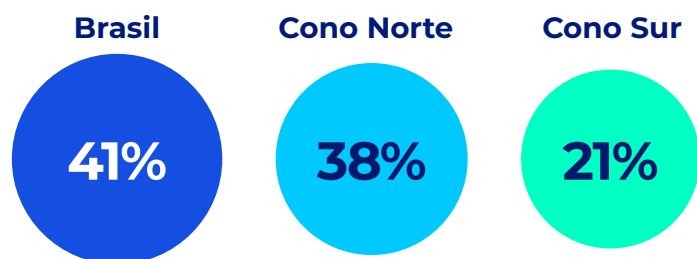
► La mayoría de las instituciones encuestadas eran bancos e instituciones financieras.

Aproximadamente el 58% de los encuestados procede de bancos tradicionales e instituciones de microfinanzas. El 36% proviene de fintech. El 5% representa a neobancos o bancos digitales.



► Brasil fue el país más representado.

Los encuestados representaban países latinoamericanos, incluyendo Brasil (41%), Bolivia (11%), Colombia (7%), México (6%), Ecuador (5%), Perú (3%), Venezuela (4%), Argentina (4%), Chile (2%) y otros países, cada uno representando alrededor del 2% o menos de la muestra.



► Hubo una amplia representación por funciones dentro de las instituciones.

Los líderes que respondieron a la encuesta procedían de varias áreas diferentes del negocio, incluyendo Alta Dirección (Presidente, Director General, C-Level, Vicepresidentes), Dirección de Área (Jefe de, Director de), Dirección Media (Superintendente, Director Ejecutivo), Liderazgo de Línea (Gerente, Subgerente, Supervisor) y Nivel de Equipo (Consultores, Especialistas, Técnicos, Analistas).

Resultados 7^{ma} edición de Pulso

Los encuestados consideran en gran medida que los pagos digitales son una vía para lograr una mayor agilidad operativa dentro de sus instituciones y una mayor inclusión financiera para los clientes. Uno de los principales retos para participar en los pagos digitales son las limitaciones de la infraestructura actual. Como resultado, las instituciones que participaron en la encuesta de Pulso están dando prioridad a la inversión en infraestructura tecnológica y en facilitadores de la ciberseguridad, como la identificación biométrica y la detección de fraudes. Para los consumidores, la confianza en los pagos digitales frente al efectivo ha sido un reto importante para su adopción. Los bancos reconocen la oportunidad de impulsar una mayor adopción con iniciativas educativas dirigidas a nuevos segmentos de clientes. Los avances en inteligencia artificial se consideran una oportunidad para todas las instituciones, pero sigue habiendo incertidumbre en torno a qué casos de uso podrían beneficiarse más.

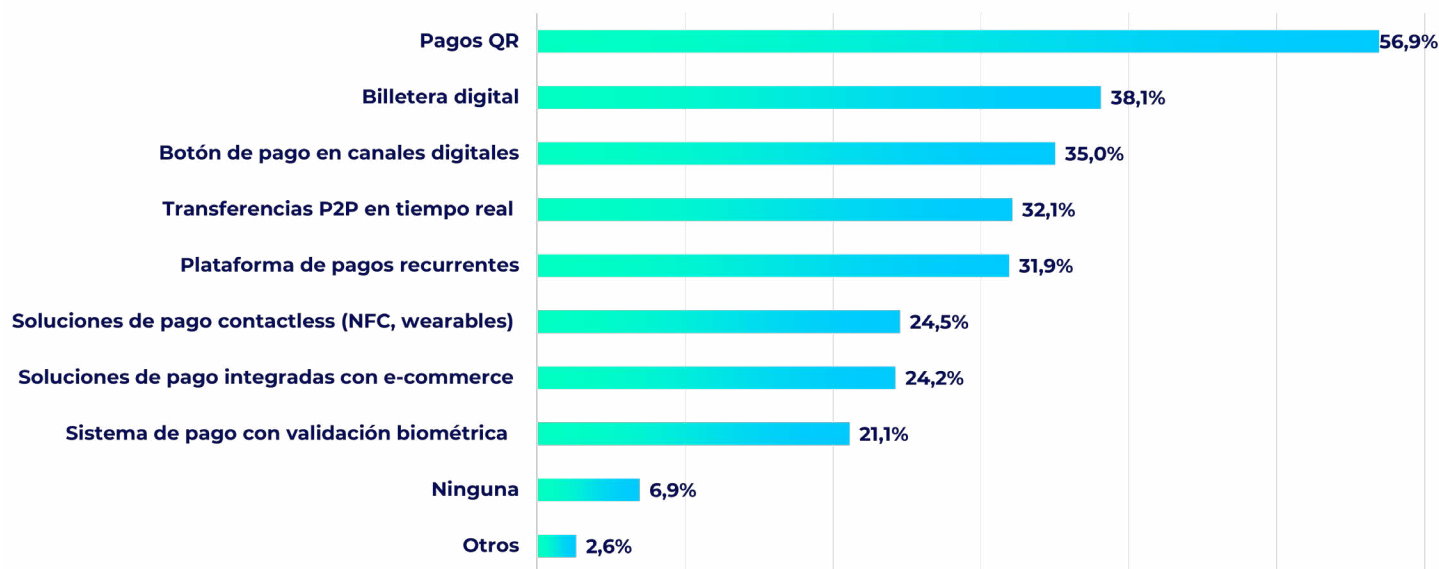
Los resultados de la encuesta pueden agruparse en tres áreas principales:

- Adopción y uso actual de pagos digitales.
- Retos y riesgos para la expansión de los pagos digitales y estrategias para mitigarlo.
- Planes para inversiones futuras e innovación.

► Adopción y uso de los pagos digitales hoy en día

Entre todos los encuestados, más de la mitad ofrece pagos mediante códigos QR y más de un tercio admite una billetera electrónica independiente como mecanismo de pago digital vinculado a la experiencia de la banca digital. Una cuarta parte ofrece una función de pago sin contacto basada en NFC, ya sea a través de un teléfono inteligente o de un dispositivo portátil. Los códigos QR son, con diferencia, el formato más utilizado para los pagos digitales en la región, impulsado en gran medida por la opción QR disponible en los pagos Pix y la alta adopción y volumen de esos pagos en Brasil.

¿Cuáles de las siguientes soluciones de pago digital ya están habilitadas o en funcionamiento en su institución?



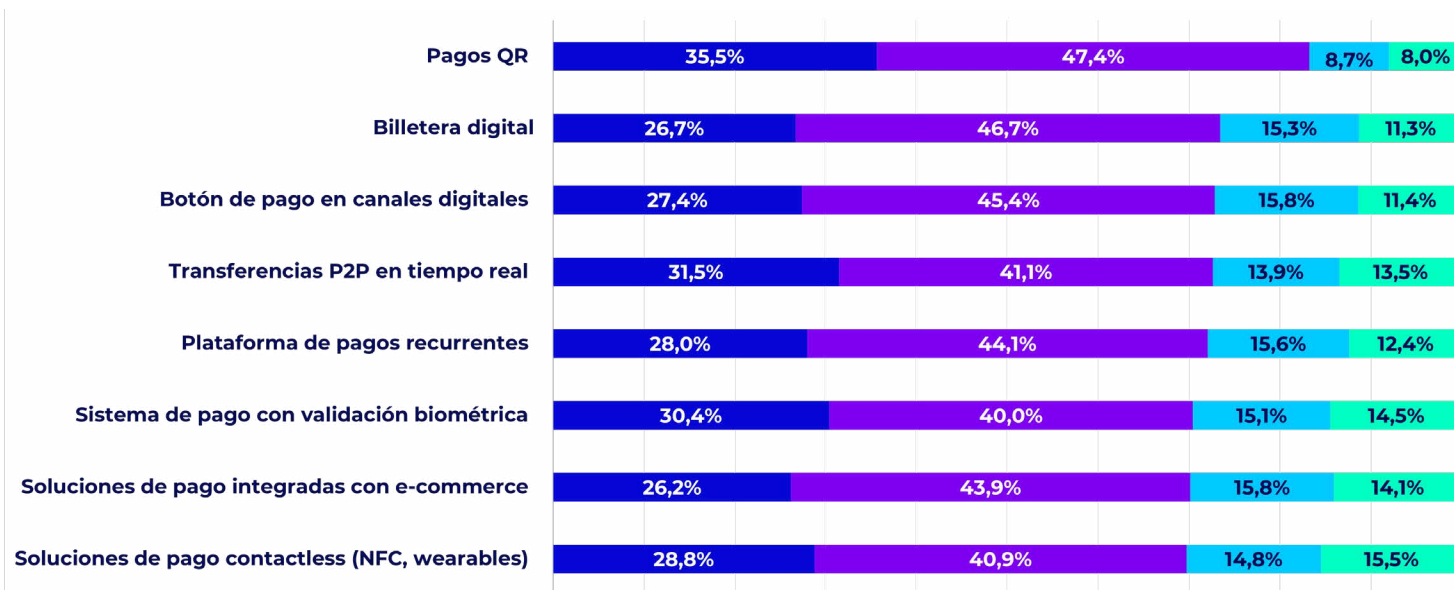
Dentro de cada país, la disponibilidad de los pagos mediante códigos QR varía, con instituciones en Bolivia (86%), Paraguay (79%), Argentina (68%) y Brasil (62%) liderando el listado. Mientras tanto, en varios otros países, es mucho más probable que se implementen otros métodos de pago digital que los pagos con QR. En México, Chile, Perú y Uruguay, donde menos de 4 de cada 10 encuestados ofrecen pagos con QR, las instituciones son mucho más propensas a ofrecer pagos en tiempo real y recurrentes gestionados dentro de la banca digital, en lugar de códigos QR externos, y menos propensas a proporcionar sistemas de pago digital en el punto de venta en general.

Por tipo de institución, los resultados muestran que, en los países con un fuerte apoyo regulatorio del gobierno a los pagos QR, son los bancos y las cooperativas los que proporcionan en gran medida los servicios de pago QR. Esto ilustra el importante papel que desempeñan las instituciones financieras tradicionales en el impulso de la adopción de este método de pago. Por ejemplo, en Bolivia, donde el banco central ha proporcionado el estándar QR BCB, el 95% de los bancos y cooperativas ofrecen pagos QR.

Por otro lado, incluso en países sin marcos gubernamentales o normativos directos para los pagos QR se ha observado una rápida adopción de este tipo de pago. En Paraguay, por ejemplo, el banco central ha desarrollado un estándar e infraestructura de pago instantáneo para facilitar el comercio digital y una mayor inclusión del sistema bancario, pero aún no ha incluido estándares de pago QR. No obstante, la demanda de los consumidores es alta y más del 90% de los bancos y cooperativas de Paraguay ofrecen pagos QR a través de redes de circuito cerrado.

En los lugares donde los pagos con QR están ampliamente disponibles, los encuestados se mostraron más satisfechos con el rendimiento de los pagos con QR que con cualquier otro método de pago digital. En general, dos tercios o más de los encuestados están satisfechos con el rendimiento de sus soluciones de pago digital. Un hallazgo interesante: las soluciones basadas en NFC obtienen la puntuación más baja de todos los métodos en cuanto a satisfacción del cliente. Esto podría estar relacionado con los niveles relativamente bajos de disponibilidad y adopción de la tecnología NFC basada en teléfonos inteligentes en muchos países de la región.

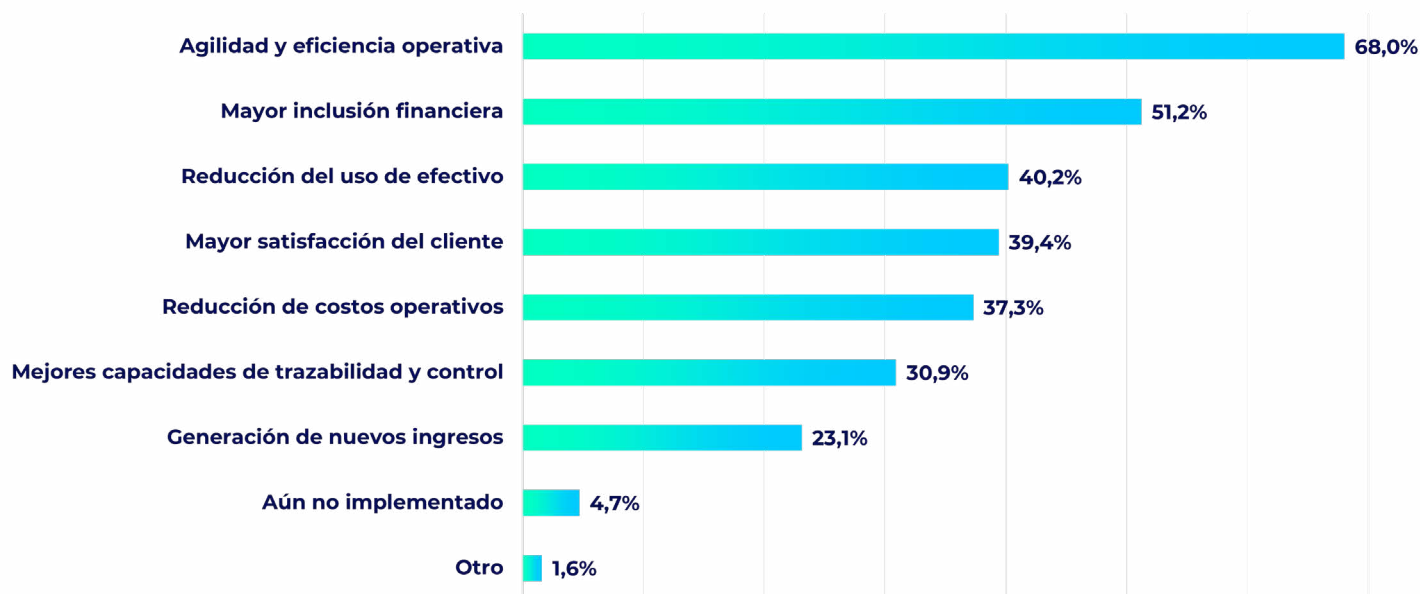
¿Qué tan satisfecho está su institución con el rendimiento de estas soluciones de pago digital?



Los beneficios e impactos de la adopción de pagos digitales

Según los encuestados, los principales beneficios para clientes/consumidores de implementar pagos digitales, hasta ahora, han sido una mayor inclusión financiera, incluyendo una reducción del uso (y necesidad de) efectivo y una mayor satisfacción del cliente. Para las propias instituciones, los beneficios incluían agilidad y eficiencia operativa, incluyendo la reducción de costos operativos.

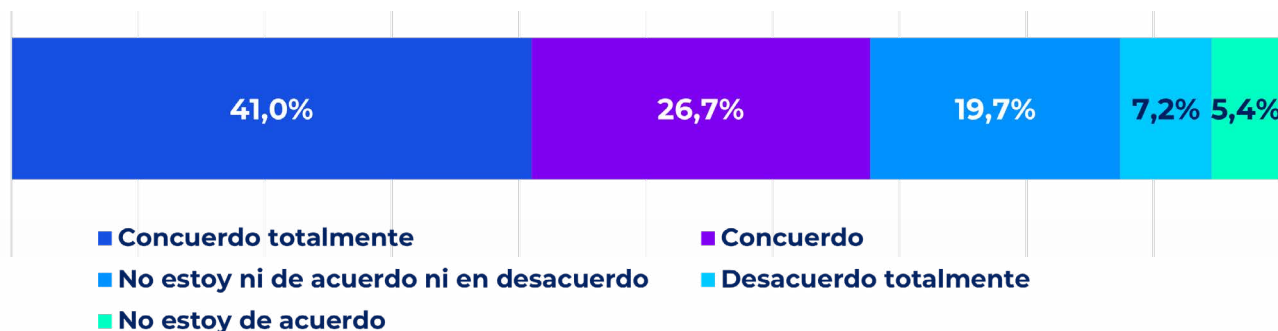
¿Cuáles considera que son los principales beneficios que ha observado con la implementación de pagos digitales?



La agilidad operativa y la eficiencia son los beneficios más evidentes de implementar pagos digitales.

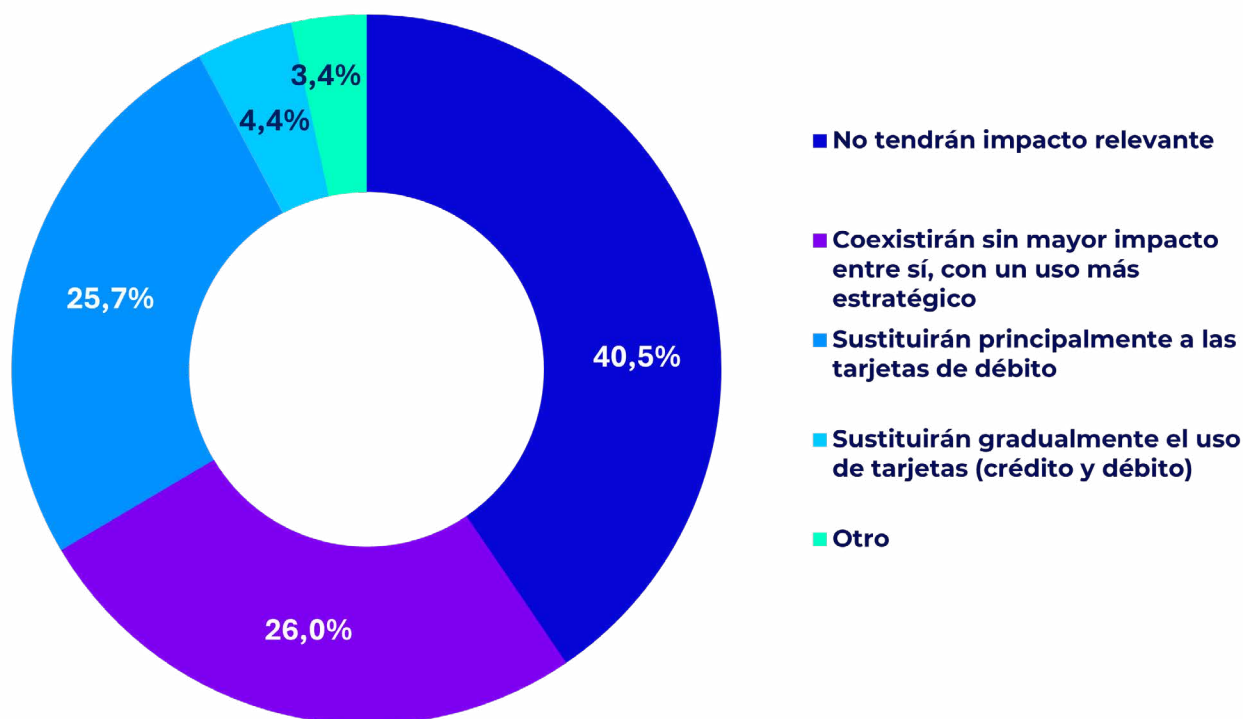
A pesar del aumento del volumen de pagos digitales en la región, más de la mitad de las instituciones no consideran que la adopción de los pagos digitales tenga un impacto significativo en el uso de tarjetas de crédito y débito. Más bien, un número relativamente bajo de encuestados espera que los pagos digitales “reemplacen los métodos de pago existentes”. La opinión generalizada antes de la encuesta sugería que los pagos digitales podrían acabar desplazando a casi todos los demás métodos de pago, incluidas las tarjetas, pero estas respuestas contradicen esa suposición.

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente afirmación? “El crecimiento de los pagos digitales está impactando el uso de tarjetas de crédito y débito en mi institución”.



Esto también plantea la pregunta de si (y en qué medida) las instituciones podrán ayudar a los comerciantes a liberarse de los costos de intercambio. La desintermediación ha sido durante mucho tiempo una promesa del aumento de la adopción y la aceptación de los pagos digitales. Si las tarjetas siguen siendo una parte importante de la combinación general de pagos, y los pagos digitales son un sustituto importante pero no universal, los bancos tendrán que mantener las operaciones de soporte de tarjetas y los comerciantes seguirán pagando comisiones de intercambio.

¿Qué impacto cree que tendrán los pagos inmediatos/instantáneos en el uso de tarjetas de débito y crédito?



► Desafíos para la adopción futura

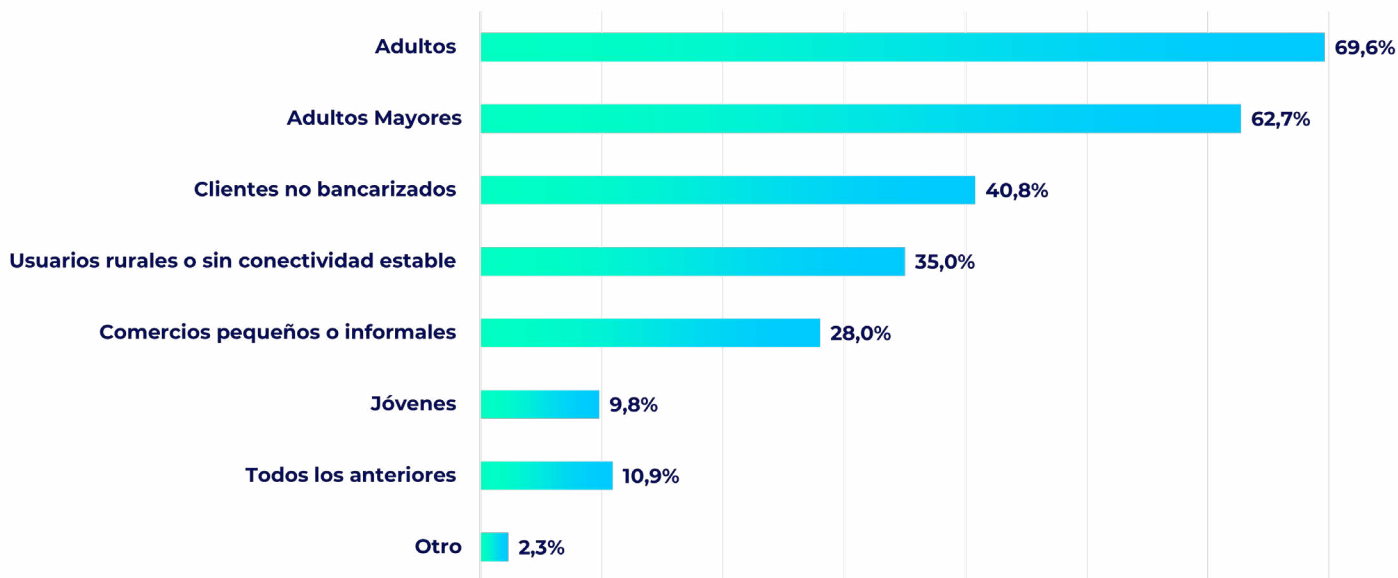
Los desafíos para la adopción permanecen en los grupos de consumidores, las limitaciones técnicas y la confianza en las soluciones digitales, así como los desafíos dentro de los propios bancos.

► Desafíos para el consumidor

Se preguntó a los encuestados qué tipos de consumidores tendrían más dificultades para adoptar los pagos digitales (Figura 6). Las respuestas más frecuentes en casi todos los países fueron los grupos demográficos “mayores”, los adultos y las personas de la tercera edad. Quizás esta perspectiva no sea sorprendente viniendo de instituciones financieras que llevan años impulsando una mayor adopción de la banca digital entre los segmentos de clientes de más edad. A medida que las instituciones buscan expandir la banca digital y, específicamente, el uso de los pagos digitales entre los grupos demográficos de mayor edad, deben combinar ese esfuerzo de adopción con servicios educativos para reducir el

riesgo de fraude y, por supuesto, seguir invirtiendo en protecciones eficientes y en tiempo real para proteger a los clientes y garantizar una experiencia de alta calidad que los retenga a lo largo del tiempo, en lugar de alejarlos.

¿Qué tipo de usuarios enfrentan desafíos al utilizar pagos digitales en su institución?



Más interesantes son los tipos de usuarios que ocupan el tercer, cuarto y quinto lugar en la clasificación anterior: clientes sin cuenta bancaria, usuarios rurales que carecen de una conectividad digital estable y pequeñas empresas o negocios “informales”. Las respuestas indican que estos grupos comparten retos similares, concretamente una conectividad poco fiable o inexistente, una baja penetración de los teléfonos inteligentes y la preferencia (o necesidad) por las transacciones en efectivo. Esto puede dar lugar a graves problemas para la banca y las finanzas empresariales rurales.

El nivel de clientes sin cuenta bancaria es especialmente grave en los países de Centroamérica (Guatemala, Honduras, México), donde más de la mitad de los encuestados afirman que los clientes sin cuenta bancaria se enfrentan a retos, pero también en otros lugares de Suramérica, concretamente en Uruguay (80%), Perú (67%), Argentina (62%) y Chile (50%).

Las pequeñas empresas y los negocios informales podrían ser los más beneficiados de la adopción de los pagos digitales. Este grupo representa una oportunidad para el crecimiento de los pagos digitales en varios países. En Argentina, Colombia y Perú, el 50% o más de los encuestados afirma que estas pequeñas empresas tienen dificultades para adoptar los pagos digitales. Por su parte, en Brasil, menos del 20% de los encuestados afirma que las pequeñas empresas y los negocios informales siguen teniendo dificultades para adoptar los pagos digitales.

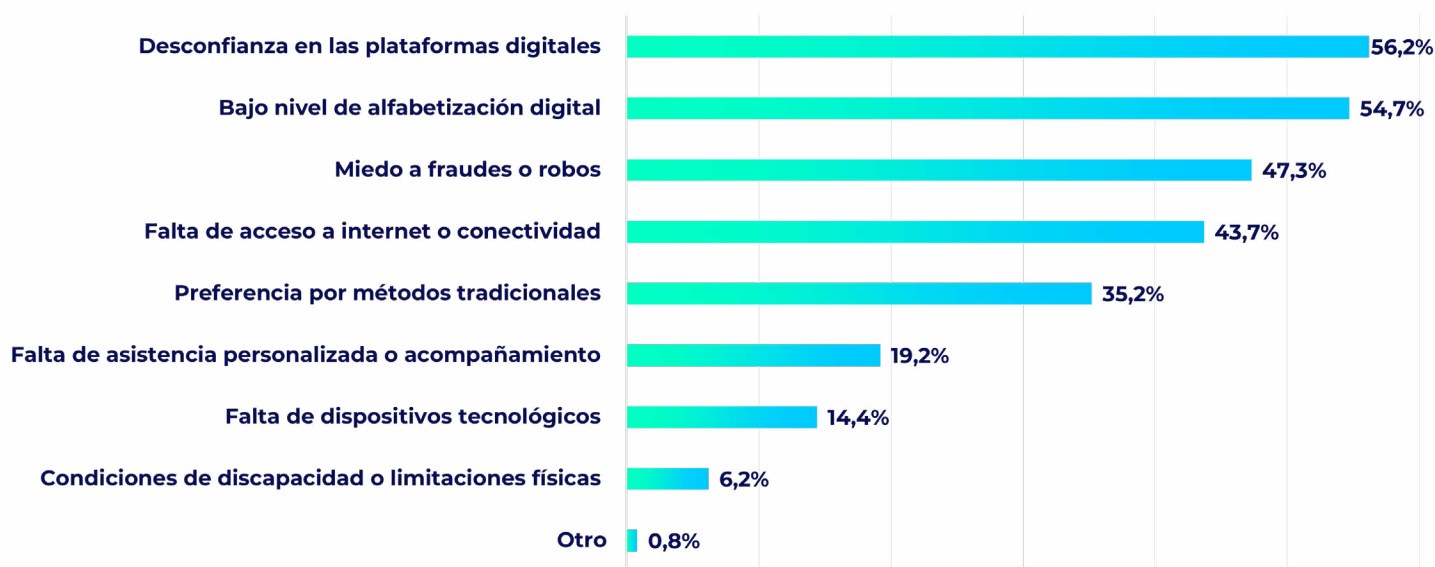
Quizás lo más interesante sea el caso de Costa Rica, Paraguay y Perú, donde los encuestados indican que el reto de los clientes no bancarizados es relativamente bajo, mientras que los

retos para la adopción por parte de las pequeñas empresas e informales son relativamente altos. Los tres países cuentan con una regulación e infraestructura de pagos digitales respaldadas por el banco central, por lo que los retos a los que se enfrentan las pequeñas empresas pueden estar más relacionados con la educación o la disponibilidad de soluciones comerciales proporcionadas por los bancos, ambas son oportunidades importantes de crecimiento para los bancos y los proveedores de fintech.

► Limitaciones técnicas y confianza digital

También se preguntó a los encuestados sobre las dificultades específicas de adopción para estos grupos

¿Cuáles son las principales razones por las que los usuarios seleccionados tienen dificultad para usar pagos digitales?



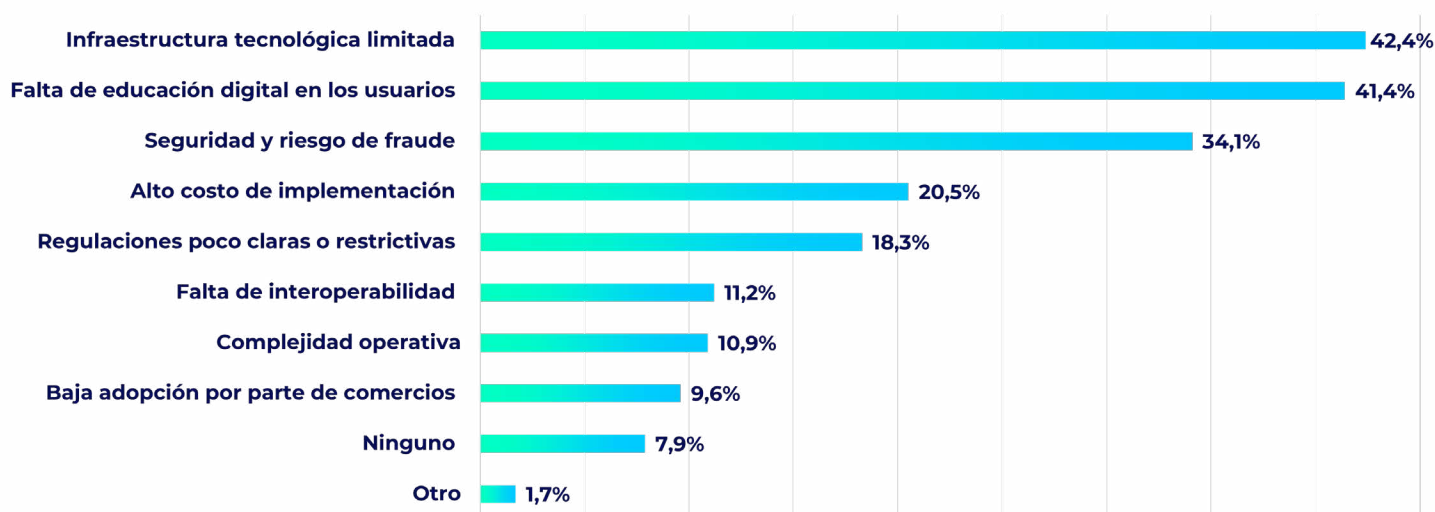
Las respuestas indican que el verdadero obstáculo para una mayor adopción en este momento es la falta de familiaridad con la tecnología (incluyendo la “desconfianza”, la “baja alfabetización digital” y el “miedo al fraude o al robo”). Las instituciones financieras deben reconocer que estos retos pueden abordarse en parte mediante una mayor divulgación y educación de los clientes.

► Retos dentro de los bancos

En esta región, las entidades no bancarias, como las cooperativas de crédito y las instituciones financieras, son muy populares y suelen prestar servicios a grupos especializados por región, ciudad, sector, especialidad agrícola y otros clientes específicos. Cada grupo de clientes tiene necesidades específicas, y todos se beneficiarían de una participación más fácil, segura y accesible en el sistema financiero digital.

La encuesta solicitó a los bancos y a las instituciones financieras que indicaran algunos de los factores internos que podrían estar frenando la adopción de los pagos digitales (Figura 8). Aunque la infraestructura tecnológica limitada fue la opción más elegida por todos los encuestados, la “falta de educación digital de los usuarios” ocupó el segundo lugar, lo que indica que los empleados de los bancos podrían estar mejor preparados para ayudar a los clientes con la tecnología de pagos digitales.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su institución para la adopción o expansión de pagos digitales?



Probablemente relacionados con la infraestructura estaban los retos que ocupaban el tercer y cuarto lugar, “riesgo de seguridad y fraude” y “alto costo de implementación”.

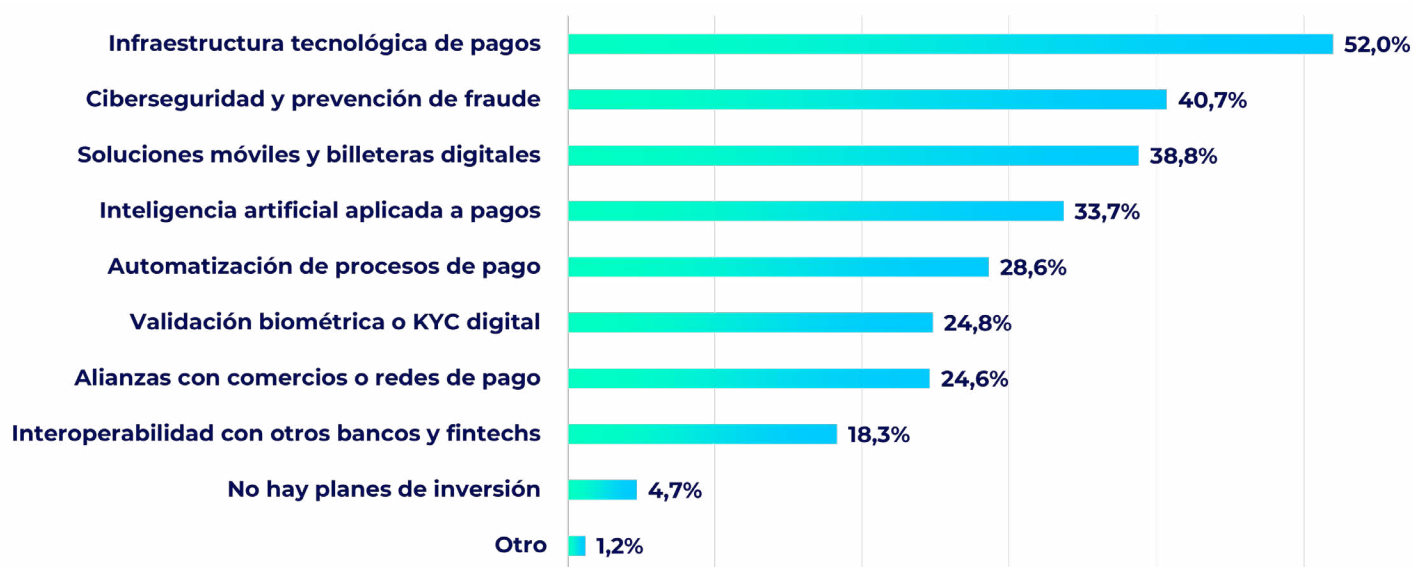
Los retos varían mucho de un país a otro. Por ejemplo, la “falta de interoperabilidad” era un reto relativamente poco común en el promedio de todos los países (por encima del 11%). Sin embargo, en algunos países se trata de un reto más importante (Perú 30%, Ecuador 28%, Argentina 22%, Colombia 20%). En cuanto a la educación de los clientes finales, observamos que los encuestados de las instituciones financieras de Ecuador (64%), Colombia (60%) y Venezuela (50%) señalan retos mayores que los de Brasil, Argentina, Chile y México, donde menos de la mitad de las instituciones afirman que la educación de los clientes finales es un desafío. Por lo tanto, serán las instituciones que operan en Colombia, Ecuador y Venezuela las que deberán centrar más esfuerzos en los retos (fáciles de abordar) de la educación y la experiencia de los usuarios bancarios.

Los encuestados observan claramente una adopción creciente, comprenden los beneficios de una mayor implementación de las propuestas de pago digital y tienen una visión clara de los retos a los que se enfrentan para lograr mayores niveles de adopción. Examinemos dónde planean invertir dinero y recursos las instituciones para hacer frente a estos retos.

► Prioridades de inversión: infraestructuras, seguridad, inteligencia artificial

Cuando se les preguntó sobre las prioridades de inversión en relación con los pagos digitales, los encuestados mostraron claramente que la infraestructura, incluida la ciberseguridad, es su principal necesidad. La inversión en infraestructuras es una prioridad para más de la mitad de los encuestados.

¿En cuáles de las siguientes áreas su institución planea invertir en los próximos 2 años con relación a pagos digitales?



Una vez más, existen diferencias significativas entre los países en cuanto a las prioridades de inversión. En Venezuela (79%), Colombia (72%) y Chile (71%), la ciberseguridad y la prevención del fraude son, con diferencia, la máxima prioridad de inversión para las instituciones financieras tradicionales (no fintech y no neobancos). En otros lugares, las billeteras digitales móviles están adquiriendo la máxima prioridad (Uruguay 80%, Perú 67%, Bolivia 58%). Un caso atípico interesante es el de México, donde solo 3 de cada 10 encuestados afirman que las billeteras digitales móviles serán una prioridad de inversión en el futuro.

Se puede encontrar una oportunidad al examinar los planes de inversión futura entre los países que informaron de dificultades en la adopción de los pagos digitales por parte de las pequeñas empresas (anteriormente, figura 6). Obsérvese en la tabla 1 que, en Argentina y Perú, no se espera que las dificultades de las pequeñas empresas obtengan el nivel de inversión necesario, al menos no a través de soluciones o alianzas comerciales, y no en comparación con la inversión prevista en otras prioridades.

Algunos países que informan de mayores dificultades relativas en la adopción de los pagos digitales por parte de las pequeñas empresas parecen estar dando menos prioridad a abordar ese reto.

Países	"Las empresas pequeñas o informales se enfrentan al reto de adoptar los pagos digitales".	"Los planes de inversión futuros incluyen alianzas con comerciantes o redes de pago".
Argentina	51%	35%
Colombia	33%	34%
Perú	37%	23%

Al comparar las respuestas de los diferentes tipos de instituciones, los bancos tradicionales y las cooperativas reportan una expectativa aún mayor de invertir en las áreas principales de infraestructura (57%), ciberseguridad (50%) y soluciones móviles, incluyendo billeteras digitales (44%). Por el contrario, las fintech y los neobancos muestran una expectativa ligeramente menor de invertir en esas prioridades (infraestructura 49%, soluciones móviles/billeteras 38% y ciberseguridad 34%), lo que tal vez refleje una base técnica más moderna sobre la que se han construido y que no se centran tanto en la modernización de los sistemas heredados como podrían hacerlo los bancos tradicionales. Las fintech y los neobancos muestran aproximadamente las mismas expectativas de inversión en inteligencia artificial que las instituciones tradicionales, pero son notablemente los que más planean invertir en alianzas con comerciantes y redes, y ligeramente más los que esperan invertir en validación biométrica y KYC digital que los bancos tradicionales.

Curiosamente, las funciones de inteligencia artificial (IA) son una prioridad solo para un tercio de los encuestados. Esto es interesante, debido a la importancia relativamente alta que los encuestados conceden a la prevención del fraude y a las soluciones emergentes en ese ámbito que aprovechan cada vez más la IA para lograr una mitigación eficiente del fraude a gran escala. Si lo desglosamos por tipo de institución, observamos que los bancos tradicionales y las cooperativas de crédito tienen previsto invertir mucho más en IA que los neobancos y las fintech.

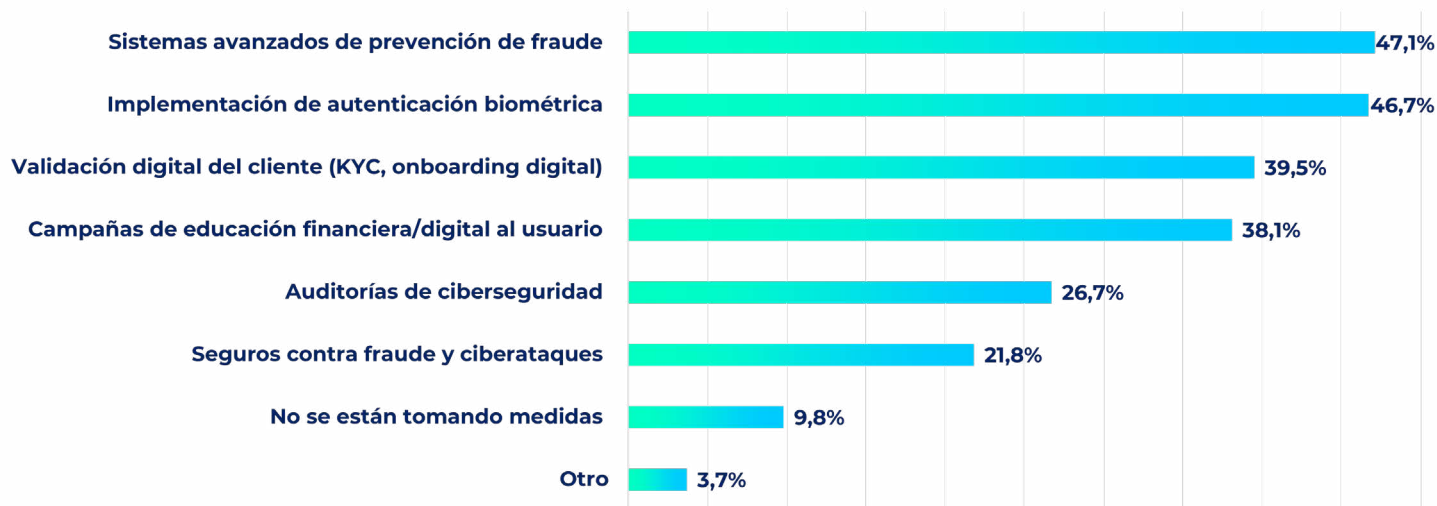
Profundizando en las expectativas de inversión en IA, la encuesta preguntó "dónde" se destinarán las inversiones en IA. De hecho, la detección del fraude fue la respuesta más frecuente.

¿En qué aplicaciones de inteligencia artificial espera su institución invertir o explorar con relación a pagos digitales?



En cuanto al tema relacionado con la mitigación de riesgos, la encuesta revela cuáles son las prioridades de las instituciones y en qué aspectos ya están tomando medidas para reducir los riesgos de los pagos digitales (Figura 11). Los encuestados prestan mucha atención a la prevención avanzada del fraude, los sistemas de autenticación biométrica y los mecanismos de validación de clientes. También se están destinando recursos a la educación financiera y digital de los clientes, con el fin de formar consumidores más informados y menos propensos a ser víctimas del fraude.

¿Qué medidas está tomando su institución para mitigar los riesgos relacionados con pagos digitales?



En este caso, las respuestas varían según el país. En Brasil, más de la mitad (56%) de los bancos afirman que están implementando sistemas avanzados de prevención del fraude. En Argentina, algo más de la mitad de los encuestados afirma lo mismo, pero esa prioridad queda relegada por la implementación de la autenticación biométrica (62%), la validación digital de clientes (57%) y las campañas financieras/digitales para usuarios (54%). En algunas zonas con poblaciones sin acceso a servicios bancarios, remotas o con dificultades digitales, la educación financiera y sobre pagos digitales puede ser una prioridad importante para impulsar la adopción. Entre los países que más se centran en las campañas de educación financiera y digital para los usuarios se encuentran Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, Perú y Venezuela. En el otro extremo del espectro de la educación digital, menos de la mitad de los encuestados afirman estar implementando la educación financiera y digital en Brasil, Chile, Guatemala, México, Paraguay y Uruguay.

Al examinar las diferencias en las prioridades entre las instituciones financieras tradicionales y las fintech o los neobancos, se observan matices adicionales. Por ejemplo, en Brasil (mencionado anteriormente como “menos de la mitad” que implementa campañas de educación financiera y digital), los bancos y las cooperativas son mucho más propensos a implementar medidas educativas (45%), mientras que las fintech y los neobancos son menos propensos a hacerlo (18%). Esto sugiere que los neobancos y las fintech se dirigen a una base de consumidores más experta en tecnología digital que la que abordan muchos de los bancos tradicionales. La misma divergencia en las medidas educativas ofrecidas por los bancos tradicionales frente a las fintech y los neobancos se observa en muchos países: Chile 50% de los tradicionales frente al 30% de los neobancos, México 54% frente al 14%, Paraguay 14% frente al 0% y Uruguay 60 % frente al 20%.

Esto indica que los bancos se centran mucho más en la educación de los clientes que las fintech y los neobancos en una amplia gama de países de Latinoamérica. Por lo tanto, es más probable que las capacidades educativas y de marketing atraigan la inversión de los bancos que las de las fintech y los neobancos.

Resumiendo estos hallazgos, las instituciones ven un gran potencial, incluso capaz de transformar la sociedad, en la expansión de las capacidades de pago digital y el acceso a poblaciones más amplias que históricamente han estado desatendidas por los servicios bancarios. Al mismo tiempo, existen barreras reales (tanto internas como externas) que plantean retos que deben superarse. Las inversiones a corto plazo de las instituciones de toda Latinoamérica se concentran en la infraestructura interna y en la gestión de la seguridad y el fraude. La inteligencia artificial se considera un motor potencialmente valioso de innovación y protección, pero es necesario comprender casos de uso más concretos.

Examinemos ahora algunas de las conclusiones prospectivas de la encuesta.

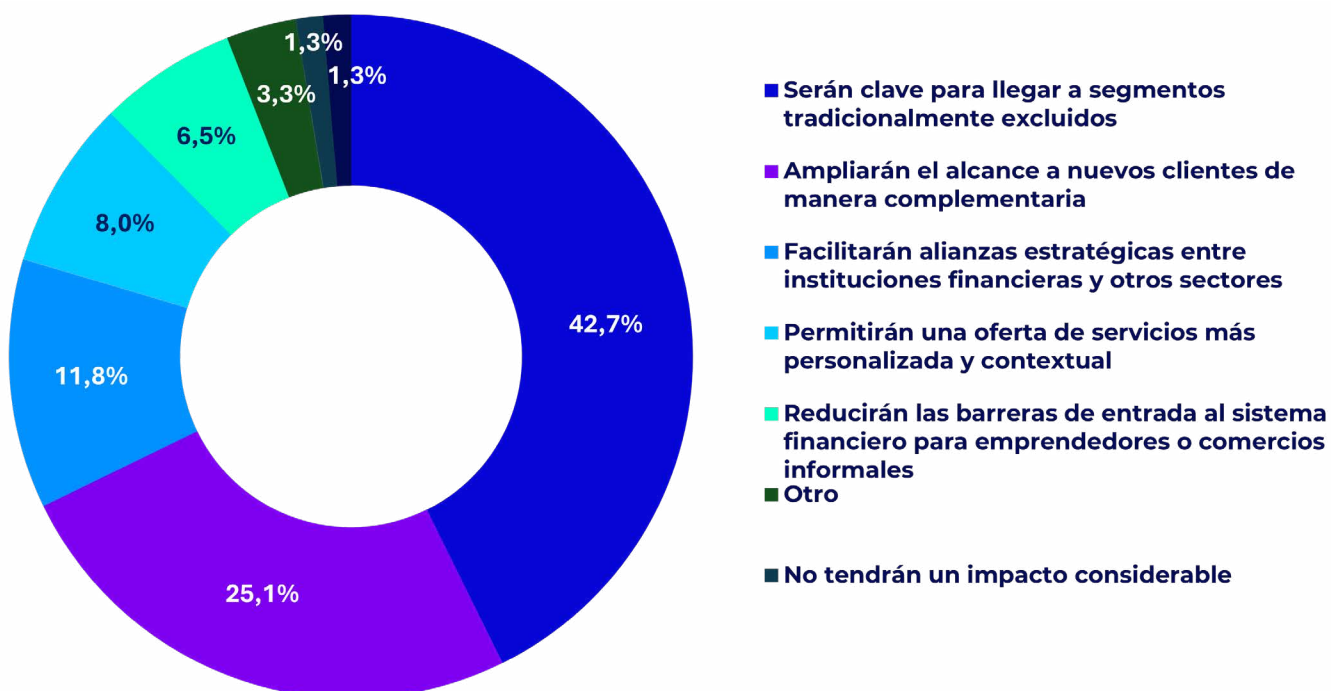
Mirando hacia el futuro

La adopción continua de los pagos digitales atraerá al sistema bancario a más consumidores que tradicionalmente no tenían acceso a estos servicios, a la vez que proporcionará métodos de comercio cómodos y seguros a poblaciones e industrias históricamente desatendidas. Las instituciones de servicios financieros de Latinoamérica pueden extraer varias lecciones de los resultados de esta encuesta. En general, el reto común para la mayoría será encontrar el equilibrio entre una experiencia intuitiva para el cliente y la seguridad, incluida la protección y la mitigación del fraude.

► Mayor inclusión financiera

Los encuestados opinan de manera abrumadora que los pagos digitales ampliarán el sistema financiero al extender los servicios bancarios a poblaciones tradicionalmente excluidas, tomando en cuenta aquellas que anteriormente no tenían acceso a servicios bancarios. De igual forma, ayudarán a las instituciones a llegar a nuevos clientes que buscan la comodidad y la facilidad de uso de los servicios de pago digital, como los pequeños comerciantes.

¿Qué rol cree que jugarán los pagos digitales/instantáneos embebidos en plataformas no financieras (embedded finance) en la inclusión financiera y atracción de nuevos clientes?



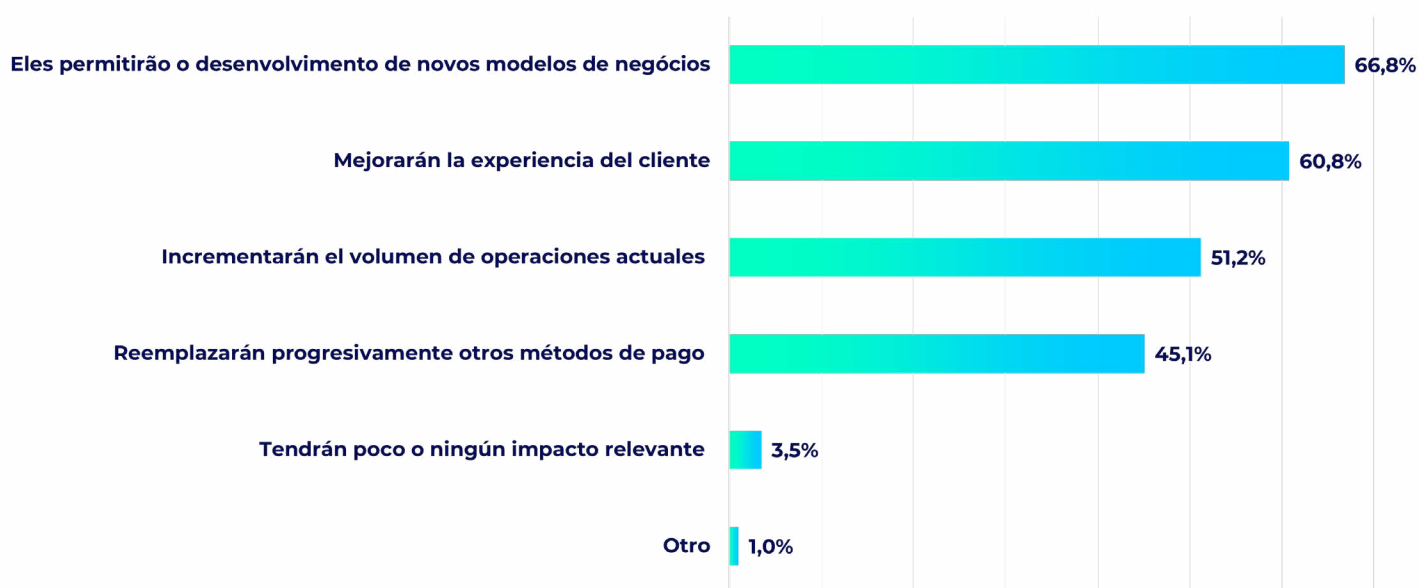
Un análisis preliminar indica que la mayoría de los países se distribuyen de la misma manera que en el gráfico circular anterior.

Al desglosar las respuestas anteriores por país, la mayoría de los encuestados se alinean bastante con los porcentajes generales de la región. Una excepción es Brasil, donde solo el 36% consideró que los pagos digitales o instantáneos permitirían “llegar a los segmentos excluidos”, un porcentaje muy inferior al promedio de las respuestas. Otro caso atípico es Chile, donde el 17% espera que los pagos digitales permitan ofrecer servicios más personalizados, casi el doble de la media regional para esa respuesta. En Colombia, “llegar a los segmentos excluidos” fue la principal oportunidad, ya que el 58% de los encuestados espera que este sea el resultado de una mayor difusión de los pagos digitales. Perú y México no se quedaron atrás, con un 53% y un 52%, respectivamente.

Nuevos modelos de negocio y mejores experiencias, pero las tarjetas siguen vivas

Dos tercios de las instituciones esperan que una adopción más amplia de pagos digitales inmediatos conduzca al desarrollo de nuevos modelos de negocio. La mayoría de los encuestados también espera mejoras en la experiencia del cliente. Aun así, menos de la mitad espera que los pagos digitales instantáneos sustituyan significativamente las tarjetas y otros métodos de pago.

A futuro, ¿qué espera su institución que ocurra con relación a los pagos inmediatos/instantáneos?



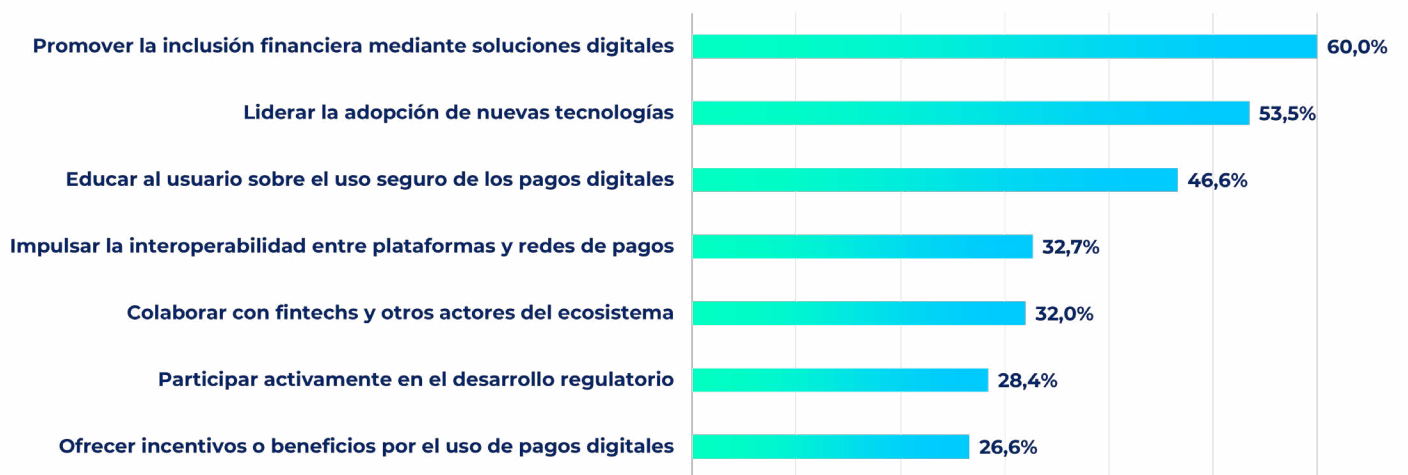
Aumento de la adopción por parte del consumidor: el papel de las instituciones financieras

Las instituciones financieras reconocen que tienen un papel que desempeñar en la adopción continua de los pagos digitales. Principalmente, las instituciones consideran que los pagos digitales contribuirán a lograr una mayor inclusión financiera en sus sociedades.

En la sección anterior señalamos que la “falta de asistencia” era un obstáculo importante para la adopción en algunos países. Las instituciones deberán centrar sus esfuerzos en acercarse al cliente para introducir y ayudar, al tiempo que garantizan una excelente primera experiencia para asegurar un uso continuo.

Cuando se les preguntó “¿Qué papel deben desempeñar las instituciones financieras en la promoción de los pagos digitales?”, los encuestados eligieron tanto los requisitos institucionales internos como los requisitos externos de educación de los clientes (Figura 14). Esto es alentador, ya que Celent considera que ambos son esenciales para una estrategia de interacción humana-digital de calidad.

¿Qué rol deberían tener las instituciones financieras en la promoción de pagos digitales en Latinoamérica?



La encuesta proporciona más información sobre dónde deben centrarse exactamente esos esfuerzos de educación de los clientes. Basándose en las respuestas a la pregunta “¿Cuáles son las principales razones por las que los usuarios seleccionados tienen dificultades para utilizar los pagos digitales?”, los encuestados clasificaron la incomodidad con las plataformas digitales (“desconfianza”, “baja alfabetización digital”, “miedo al fraude”) y la “preferencia por los métodos de pago tradicionales” muy por encima de la “falta de asistencia personal”.

Teniendo en cuenta las conclusiones anteriores y comparándolas con lo que hemos analizado en la sección anterior, queda claro que existen oportunidades específicas para que las instituciones financieras impulsen una mayor adopción de los pagos digitales mediante la educación y la asistencia al cliente.

En resumen:

- Los propios bancos conceden un gran valor a la promoción de la inclusión financiera.
- En Colombia, Ecuador y Venezuela, por ejemplo, la educación digital de los usuarios finales supone hoy en día un reto mayor que en otros países.
- En otros países (por ejemplo, Argentina y Perú), existe una oportunidad de crecimiento específica para los clientes de pequeñas empresas, gracias a una mejor educación sobre los servicios digitales, pero los bancos no están dando actualmente una alta prioridad a esa área de servicio.

De los resultados de la encuesta de Pulso se desprende claramente que los esfuerzos educativos liderados por los bancos pueden reportar múltiples beneficios tanto a los consumidores como a los propios bancos.

Conclusiones

Latinoamérica ha visto una rápida adopción de infraestructuras de pagos digitales, apoyo regulatorio por parte de bancos centrales y mayor disponibilidad de dispositivos móviles, pero los resultados varían de un país a otro. La 7ma edición de la encuesta Pulso indica que las instituciones financieras tienen una oportunidad significativa de impulsar la adopción de pagos digitales invirtiendo en la educación del cliente y centrándose en casos de uso para pequeñas empresas, compitiendo de forma más eficaz con fintechs y neobancos.

1. La disponibilidad de los pagos digitales ha sido y seguirá siendo un importante motor de la inclusión financiera en toda Latinoamérica. En concreto, las soluciones basadas en dispositivos móviles están incorporando a más personas al sistema financiero bancario, sin necesidad de tener una cuenta bancaria tradicional.
2. Aunque la encuesta no incluye directamente la opinión del consumidor por grupo de edad, otros estudios sugieren que los consumidores jóvenes lideran la adopción y el creciente uso de sistemas de pago digital basados en dispositivos móviles.
3. Las instituciones financieras, con su larga trayectoria de seguridad y servicios regulados, tienen la oportunidad de liderar la adopción y el avance de los sistemas de pago digitales.
4. Los bancos tradicionales esperan destinar más inversiones futuras a infraestructuras, ciberseguridad y al desarrollo de nuevas soluciones móviles como billeteras digitales, mientras que fintechs y neobancos planean invertir más en alianzas empresariales y redes de comerciantes, así como en funciones avanzadas como la incorporación digital con verificación biométrica (KYC digital).
5. Los bancos tienden a dar prioridad a las medidas educativas para familiarizar a sus clientes con las nuevas capacidades de pago digital e impulsar su adopción. Es probable que estas iniciativas sean más eficaces y valiosas en países donde el número de consumidores sin cuenta bancaria es mayor, pero donde los consumidores están adoptando rápidamente la tecnología móvil y los pagos digitales están ganando popularidad rápidamente.

La encuesta de Pulso ofrece una vez más nuevas y valiosas perspectivas sobre los desafíos, oportunidades y el futuro de los pagos digitales en Latinoamérica.



Topaz, la mejor alianza en tu evolución digital.

Conoce nuestras soluciones y lleva a tu institución a nuevos niveles de agilidad, innovación y evolución aquí



Síguenos en: **in** |  **@topazevolution**