



3º Congreso Nacional de **Financiación de Consumo, Pagos & Recuperos**



El perfil del consumidor de productos financieros. Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

Alejandro Cavallo

El perfil del consumidor de productos financieros.

Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

- Principales temas de análisis
- Introducción
- El uso de las tarjetas de crédito
- El uso de las tarjetas de débito
- Medios de pago
- Conclusiones

El perfil del consumidor de productos financieros.

Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

- **Principales temas de análisis**
- Introducción
- El uso de las tarjetas de crédito
- El uso de las tarjetas de débito
- Medios de pago
- Conclusiones

Principales temas de análisis

▪ **Tendencias internacionales**

- El uso de tarjetas de débito (TD) como medio de pago ha aumentado sustancialmente.
- Las TD sustituyen el efectivo y el cheque y, en menor medida, a las tarjetas de crédito.

▪ **Tarjetas de crédito**

- Oportunidades de crecimiento (penetración y uso) en todos los niveles socioeconómicos.
- Dicho proceso coexistirá con la introducción y desarrollo de otros medios sustitutos.

▪ **Tarjetas de débito**

- El desarrollo de la TD como medio de pago será muy gradual, de no mediar cambios estructurales e incentivos exógenos tanto del lado de la oferta como de la demanda que quiebren el problema del “*egg & chicken*”.

▪ **Celulares y tarjetas prepagas**

- Por las características de nuestro país, existen oportunidades de desarrollo en determinados segmentos.
- Su desarrollo será también muy gradual.

El perfil del consumidor de productos financieros.

Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

- Principales temas de análisis
- **Introducción**
- El uso de las tarjetas de crédito
- El uso de las tarjetas de débito
- Medios de pago
- Conclusiones

Introducción

Indicadores Tarjetas de Crédito (TC) y Débito (TD)								
Pais	TC per cápita	TD per cápita	Tarjetas per cápita ↓	Transacc. anuales TC per cápita	Transacc. anuales TD per cápita	Transacc. Anuales TC + TD per cápita	Valor de compras T / Consumo privado	Valor de compras T / PIB
Brasil	1,0	1,2	2,2	13	13	26	20%	12%
Chile	1,4	0,6	1,9	17	8	25	24%	12%
Argentina	0,6	0,4	1,0	sd	sd	sd	sd	sd
Uruguay	0,6	0,3	0,9	15	0	16	11%	8%

Fuentes: ABECS (Brasil), www.creditcards.com, BCU y otros. Los datos son, en general, de años recientes aunque distintos según el país.

Introducción

Indicadores Tarjetas de Crédito (TC) y Débito (TD)				
Pais	TC per cápita	TD per cápita	Tarjetas per cápita ↓	Cantidad anual de transacciones TC + TD per cápita
Japón	2,7	3,4	6,1	34
EEUU	sd	sd	5,1	203
Brasil	1,0	1,2	2,2	26
Chile	1,4	0,6	1,9	25
Francia	0,5	1,2	1,7	158
Alemania	0,0	1,1	1,2	175
Argentina	0,6	0,4	1,0	sd
Uruguay	0,6	0,3	0,9	16
Italia	sd	sd	sd	45

Fuentes: ABECS (Brasil), www.creditcards.com, BCU y otros. Los datos son, en general, de años recientes aunque distintos según el país.

El perfil del consumidor de productos financieros.

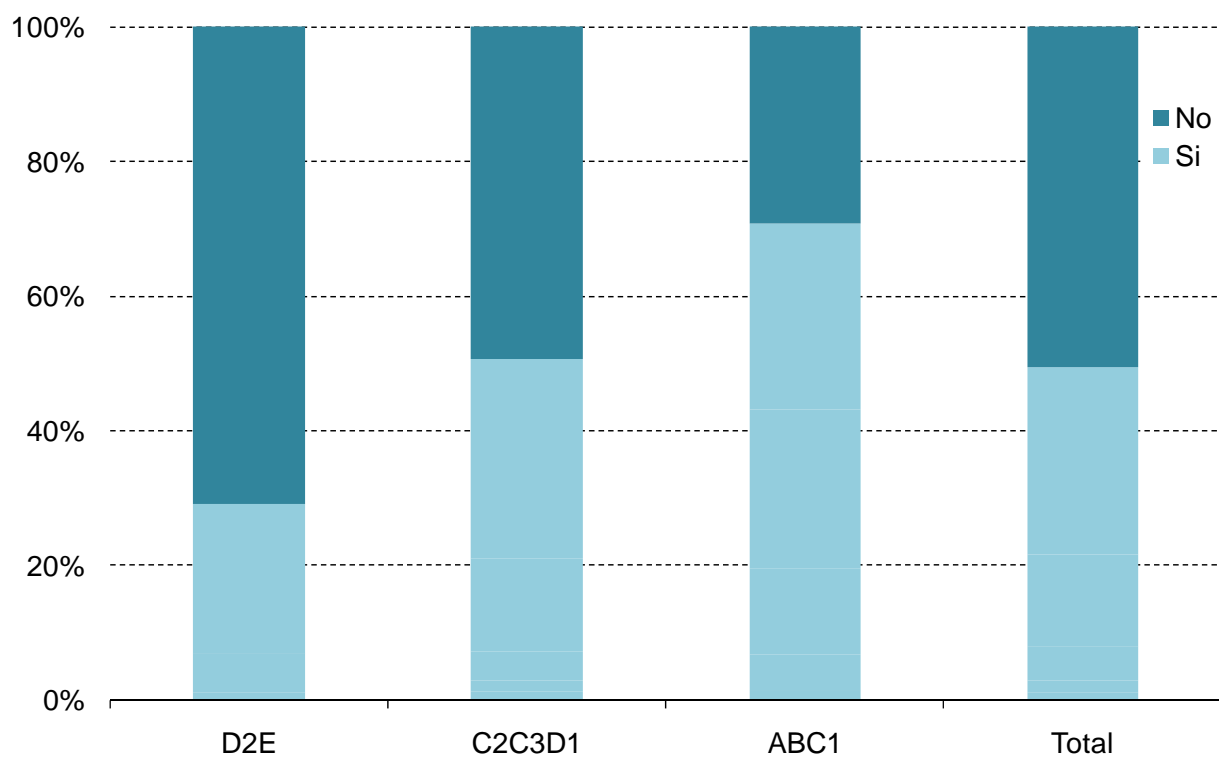
Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

- Principales temas de análisis
- Introducción
- **El uso de las tarjetas de crédito**
- El uso de las tarjetas de débito
- Medios de pago
- Conclusiones

El uso de las tarjetas de crédito

Tenencia de tarjetas de crédito - Nivel socioeconómico



Fuente: Encuestas realizadas por Equipos SPES - Marzo, junio y agosto 2010.

El uso de las tarjetas de crédito

Razón principal por la que utiliza determinada tarjeta de crédito



Principales razones (EEUU):

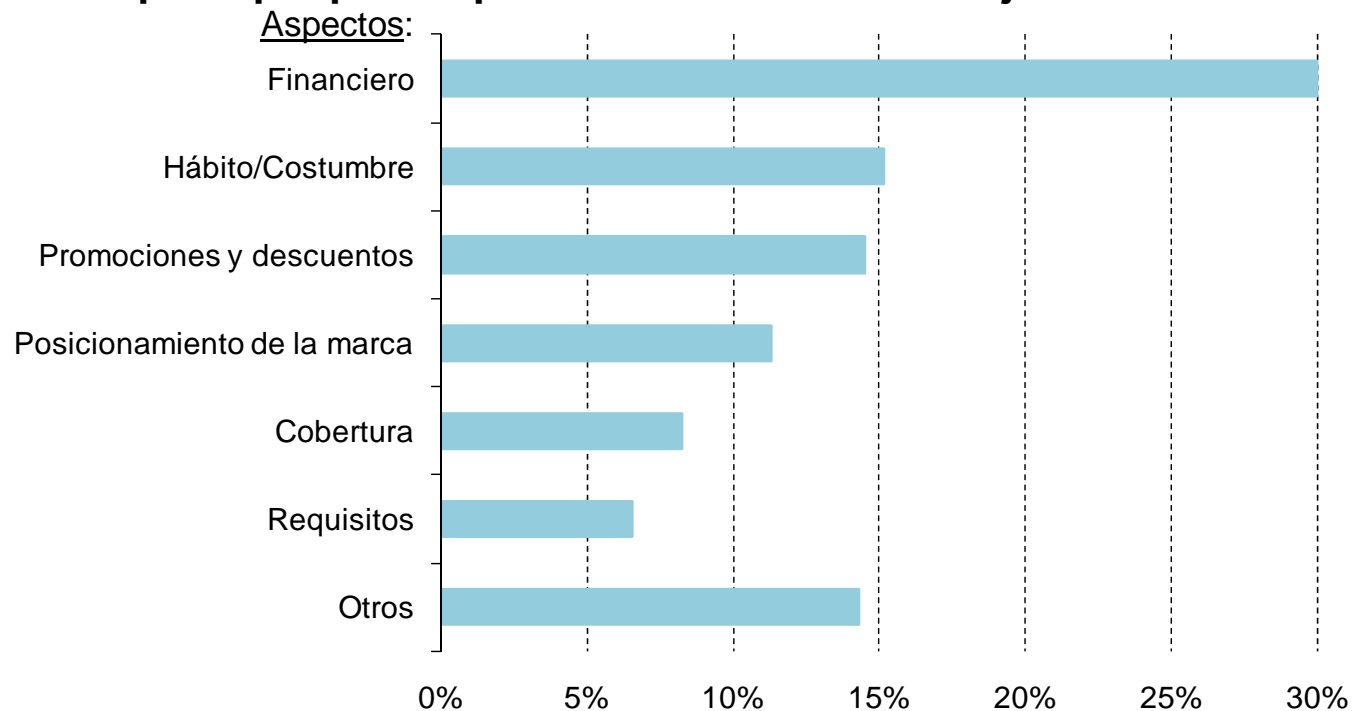
- costo (annual fee)
- programa de beneficios
- bajas tasas de interés

(*) Nota: Otros incluye, a modo de ejemplo: facilidad de sacarla, débitos, porque se la dieron en el trabajo, para las compras chicas, porque no se sabe administrar y otros.

Fuente: Encuestas realizadas por Equipos SPES (noviembre 2009, marzo y junio 2010)

El uso de las tarjetas de crédito

Razón principal por la que utiliza determinada tarjeta de crédito

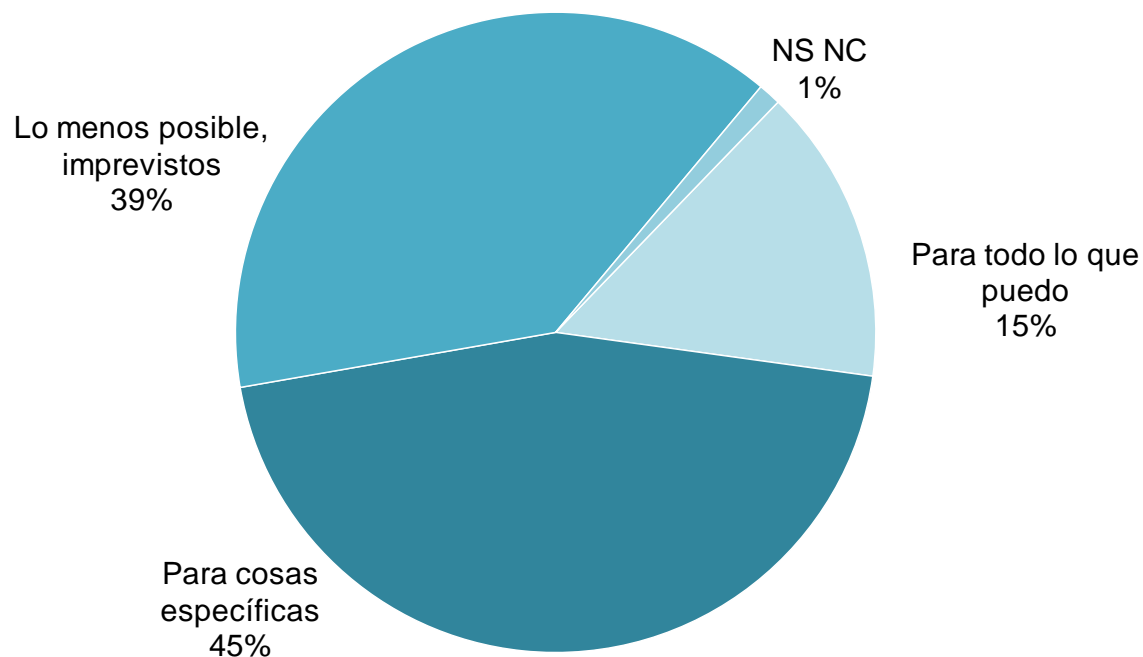


(*) Nota: Otros incluye, a modo de ejemplo: facilidad de sacarla, débitos, porque se la dieron en el trabajo, para las compras chicas, porque no se sabe administrar y otros.

Fuente: Encuestas realizadas por Equipos SPES (noviembre 2009, marzo y junio 2010)

El uso de las tarjetas de crédito

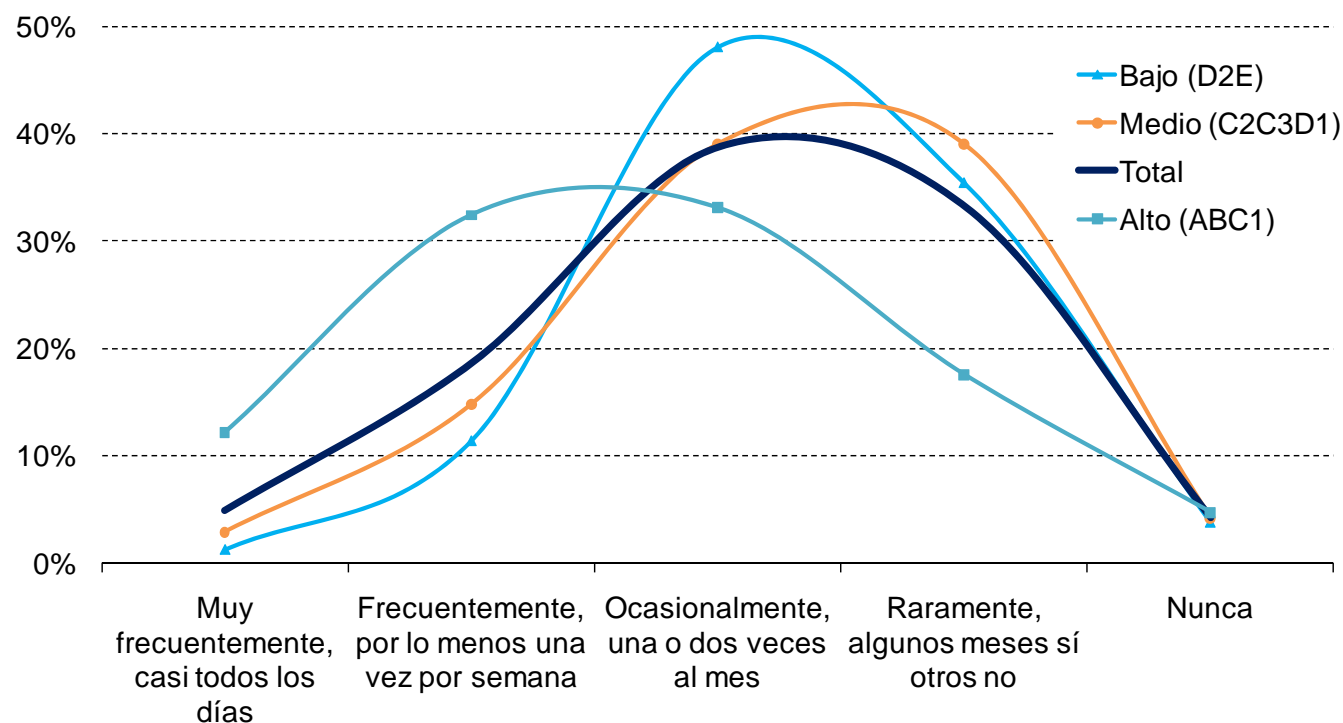
¿En general cómo autodefiniría su uso de la tarjeta de crédito?



Fuente: Encuesta realizada por Equipos SPES (noviembre 2009).

El uso de las tarjetas de crédito

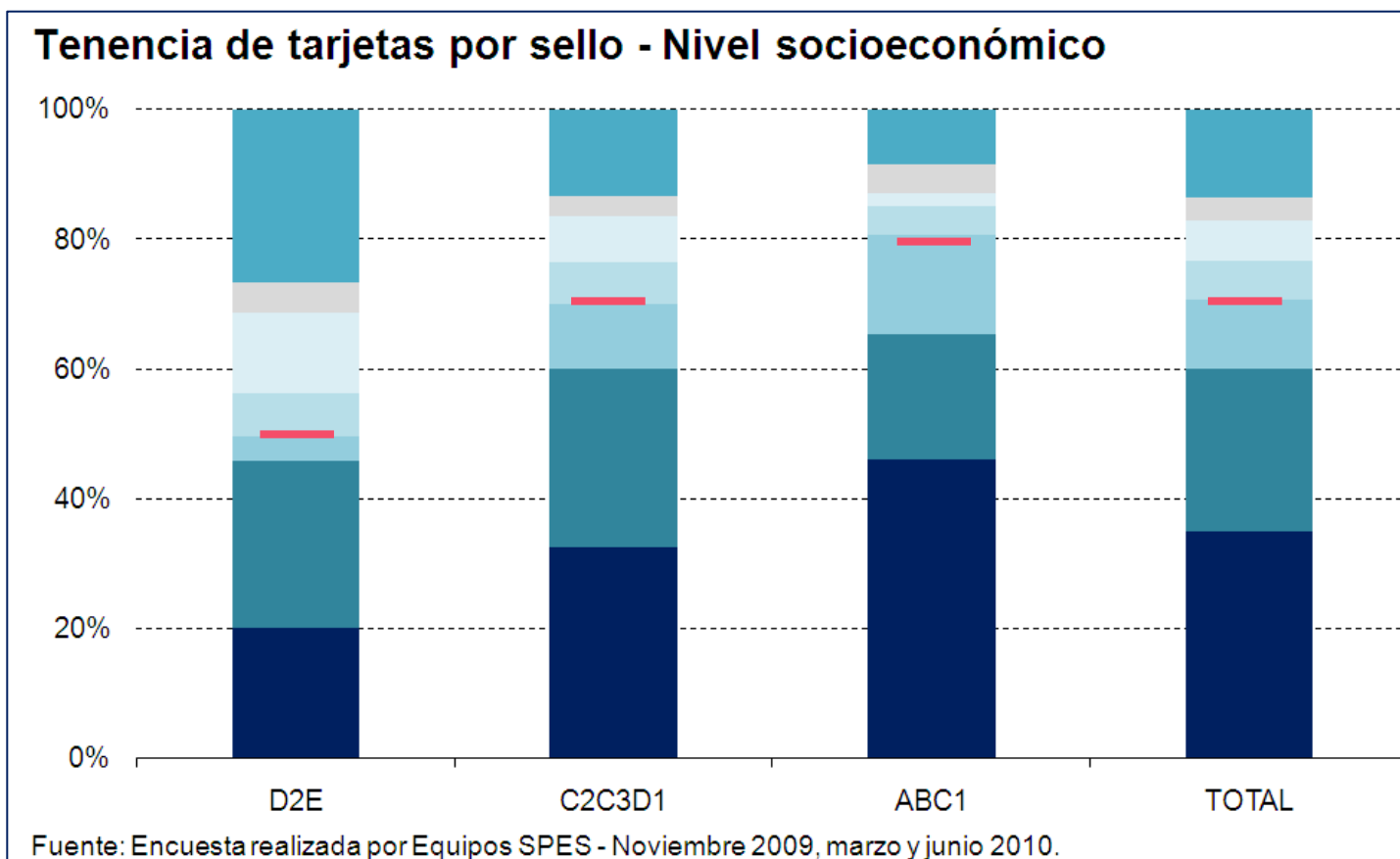
Frecuencia de uso de la tarjeta de crédito - nivel socioeconómico



Fuente: Encuestas realizadas por Equipos SPES - Marzo, junio y agosto de 2010.

- En **Estados Unidos** el 37% de los usuarios utiliza su tarjeta de crédito varias veces por semana, mientras que el 17% la usa diariamente.

El uso de las tarjetas de crédito



El perfil del consumidor de productos financieros.

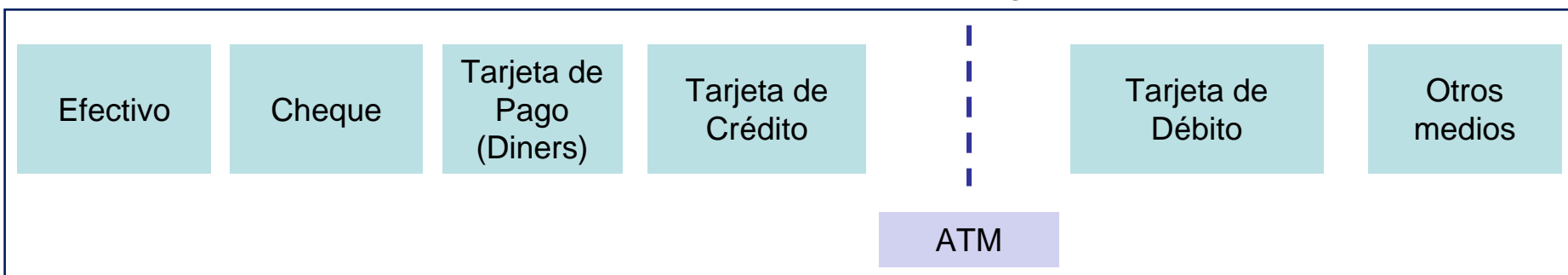
Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

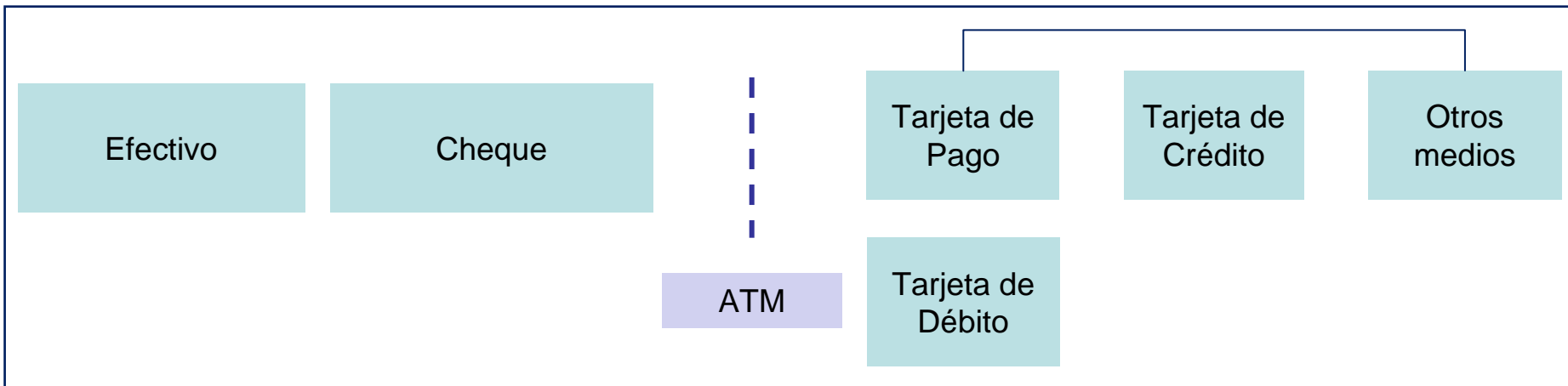
- Principales temas de análisis
- Introducción
- El uso de las tarjetas de crédito
- **El uso de las tarjetas de débito**
- Medios de pago
- Conclusiones

El uso de las tarjetas de débito

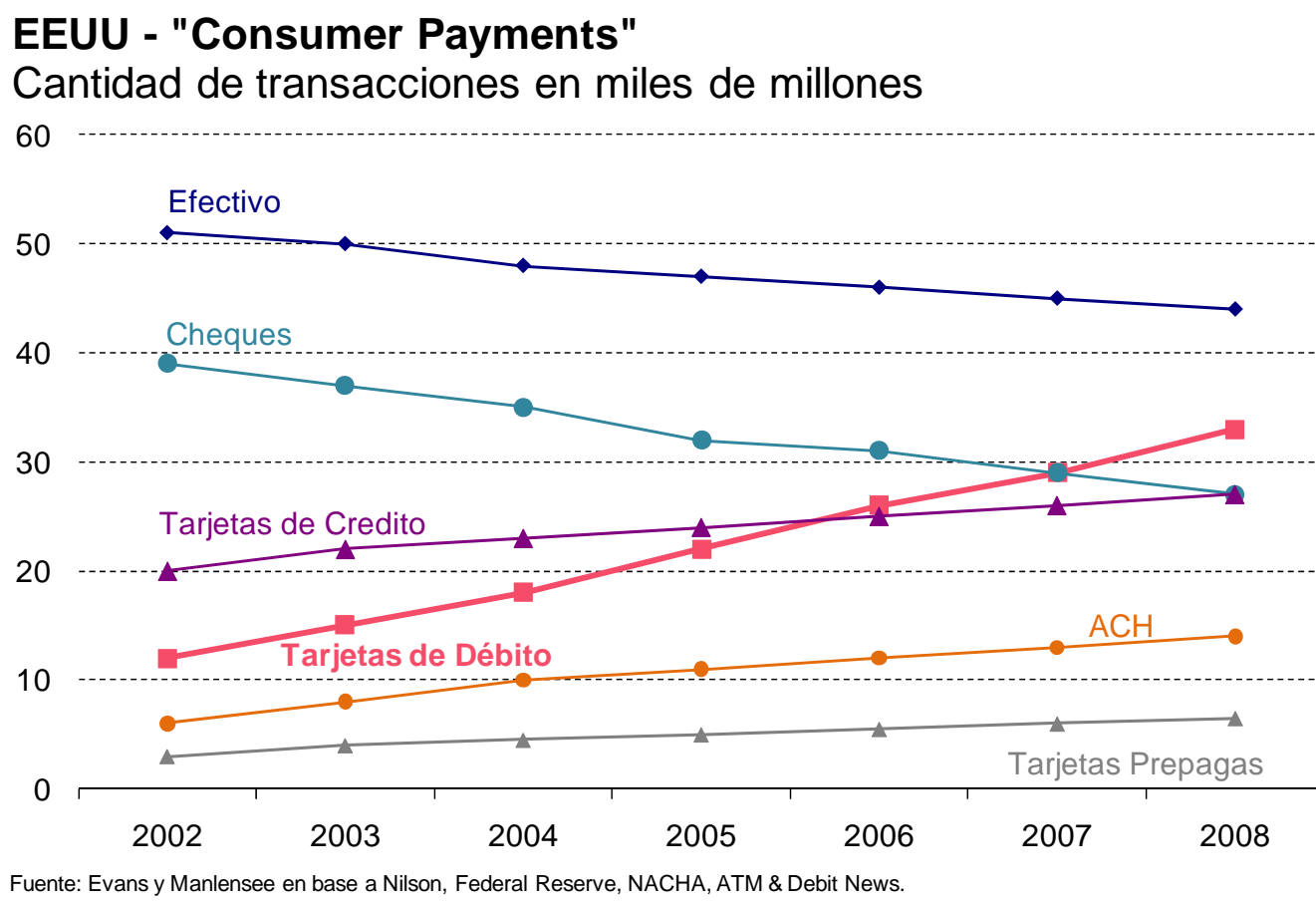
EEUU: La innovación (tarjeta de crédito) antes que la tecnología del “débito”



Europa: Un transcurrir menos innovador y acorde a la tecnología del momento

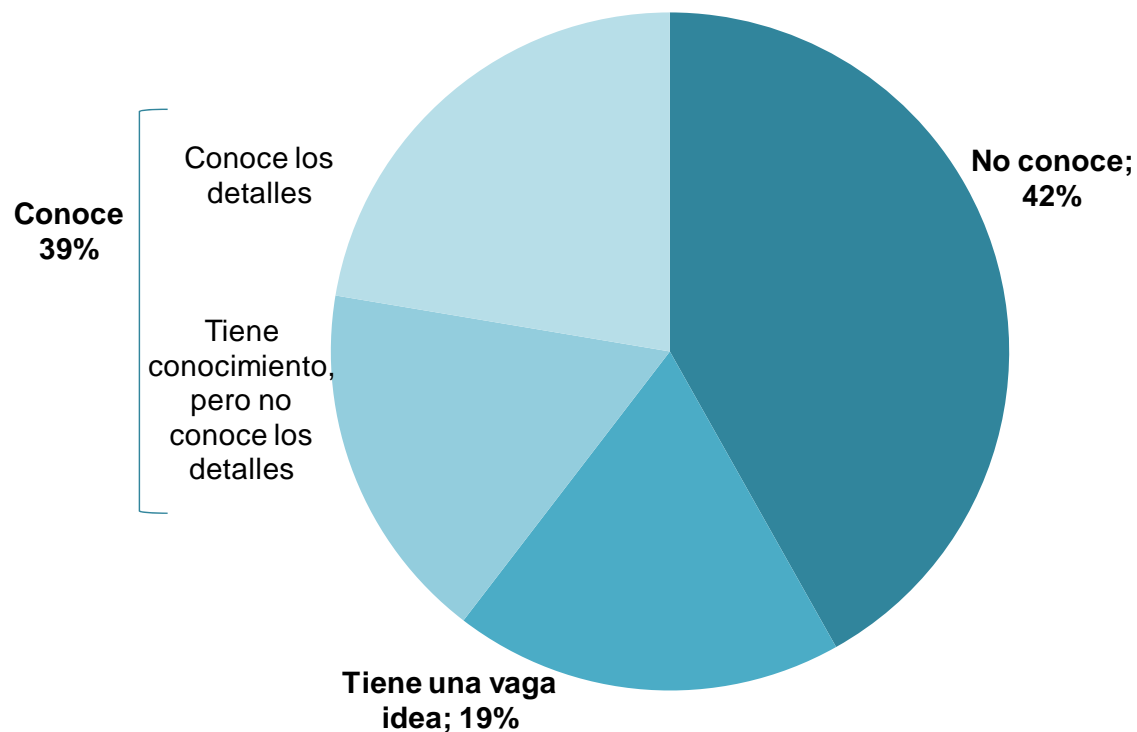


El uso de las tarjetas de débito



El uso de las tarjetas de débito

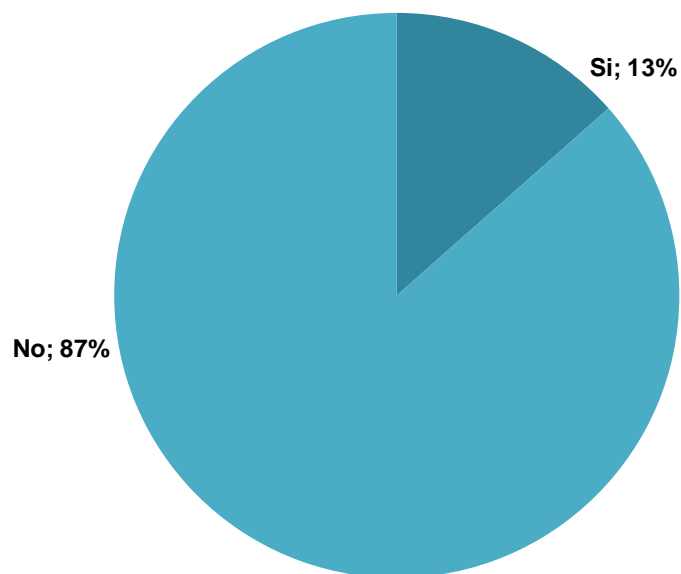
Conocimiento del uso de las tarjetas de débito para realizar pago en comercios



Fuente: Encuesta realizada por Equipos SPES (agosto 2010).

El uso de las tarjetas de débito

¿Ha utilizado su tarjeta de débito para realizar compras en los últimos seis meses?



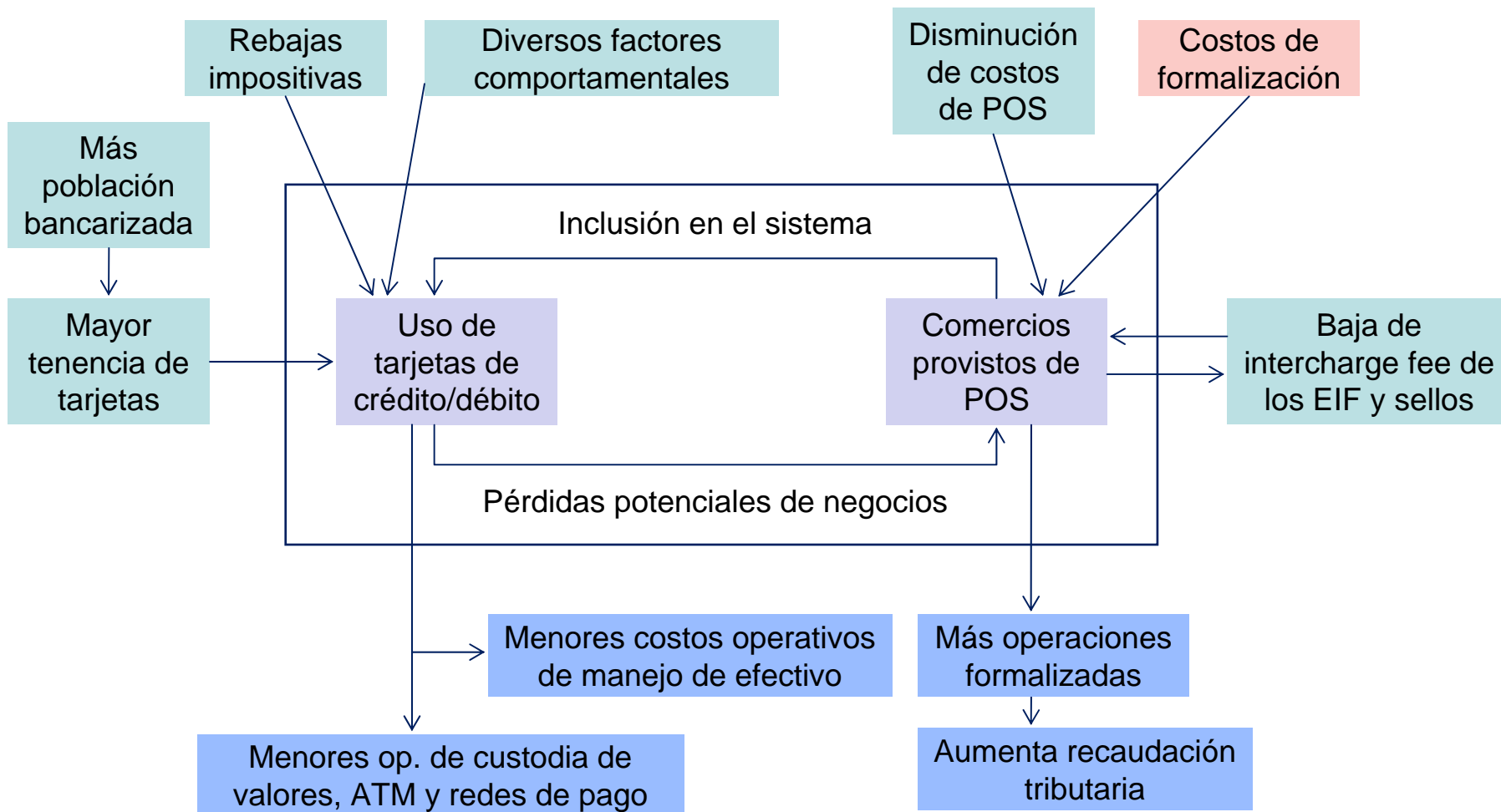
Fuente: Encuesta realizada por Equipos SPES (agosto 2010).

Razones:

- **Desconocimiento** de la posibilidad de usarla para compras en comercios.
- No le gusta usar tarjetas.
- Prefiere TC/efectivo.
- Falta de costumbre.
- No tiene saldo en su cuenta.

El uso de las tarjetas de débito

“Egg & chicken” problem



El perfil del consumidor de productos financieros.

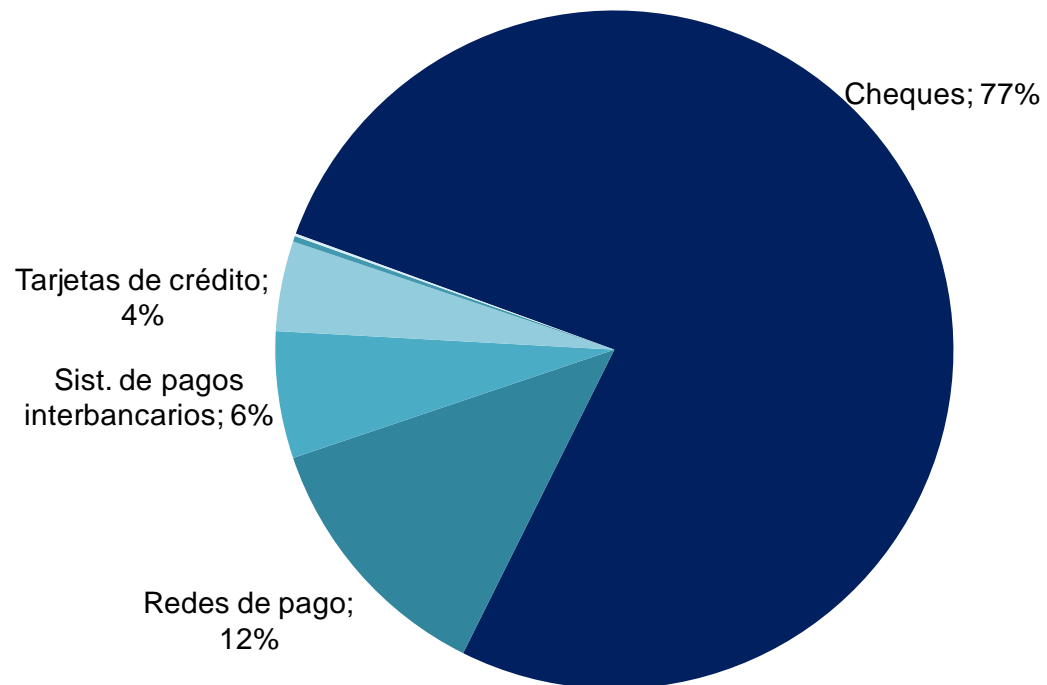
Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

- Principales temas de análisis
- Introducción
- El uso de las tarjetas de crédito
- El uso de las tarjetas de débito
- **Medios de pago**
- Conclusiones

Medios de pago

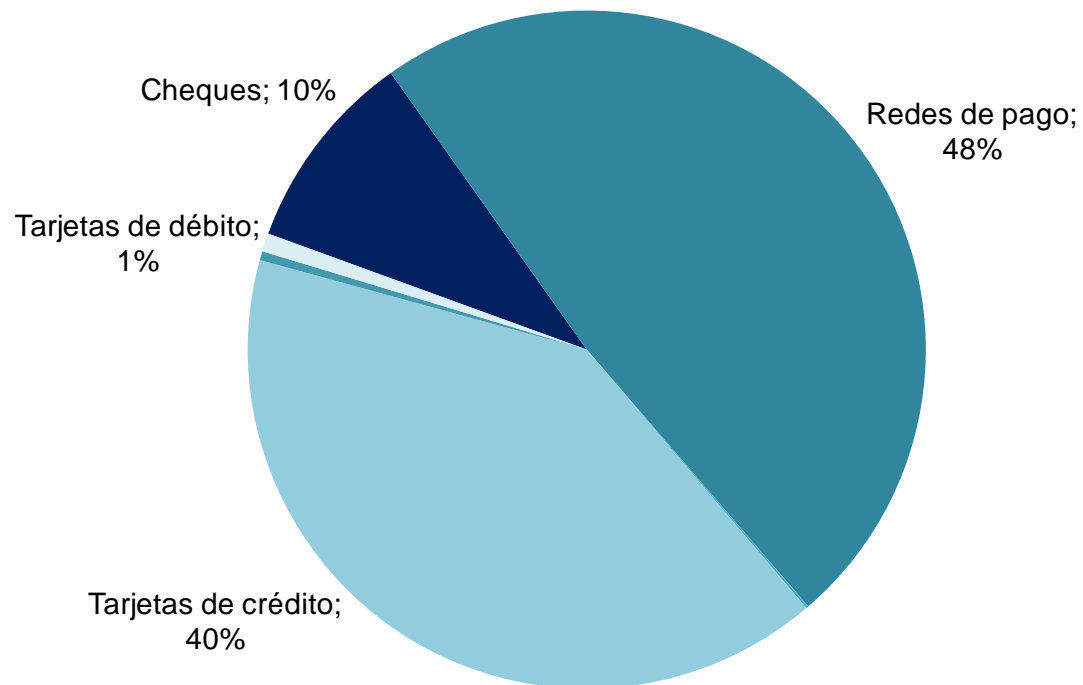
Distribución de los fondos transados por componentes del sistema de pagos minoristas - Ene-mar 2010



Fuente: Reporte informativo al 31/03/2010 - Sistema de Pagos Minoristas, BCU.

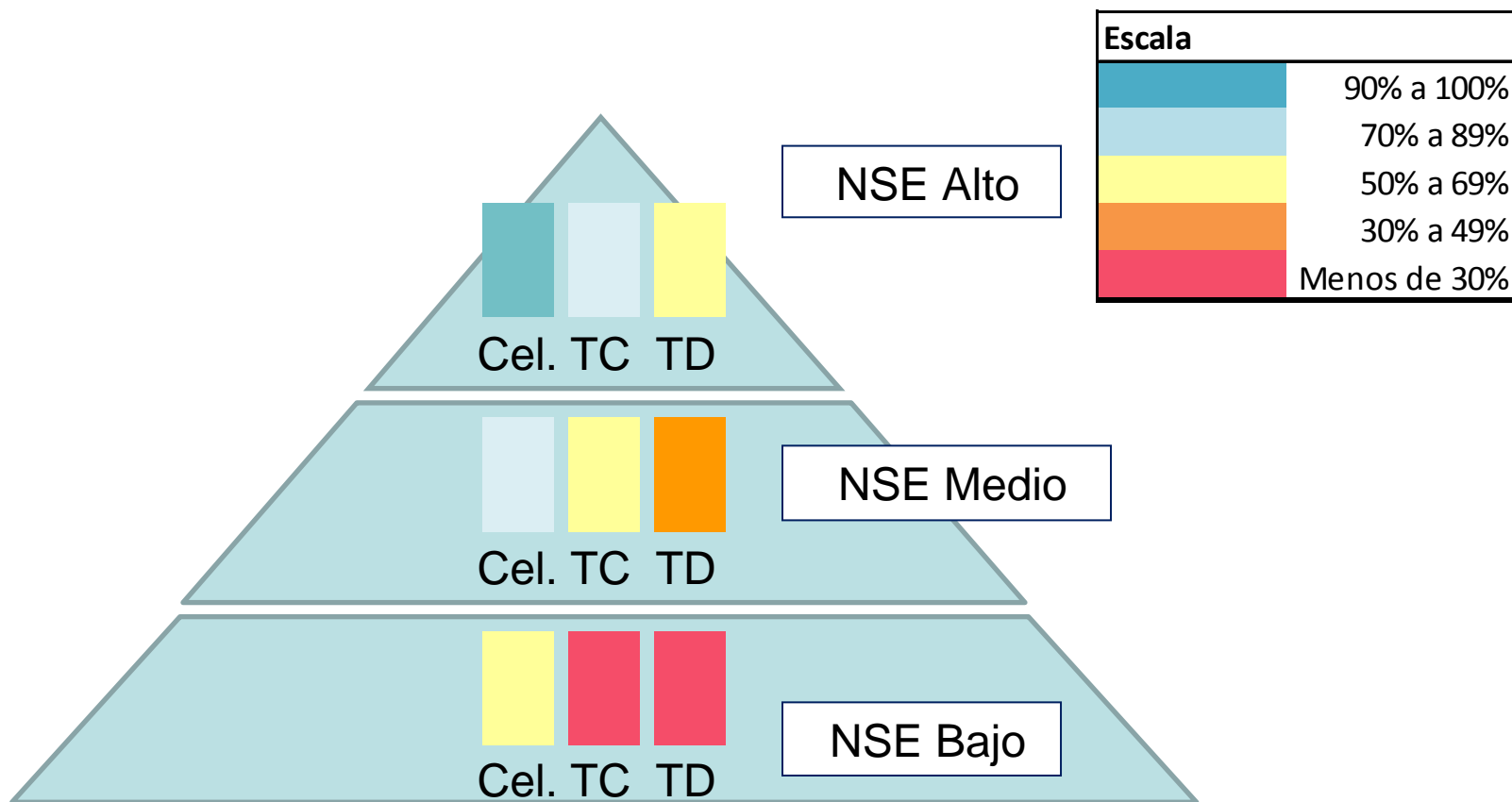
Medios de pago

Distribución de las operaciones por componentes del sistema de pagos minoristas - Ene-mar 2010



Fuente: Reporte informativo al 31/03/2010 - Sistema de Pagos Minoristas, BCU.

Medios de pago



Medios de pago

		Cel.	TC	TD	TP
NSE Alto	Incorporar	✓			
	Aumentar		✓	✓✓	
NSE Medio	Incorporar	✓	✓	✓	✓
	Aumentar		✓	✓	
NSE Bajo	Incorporar	?	✓		✓✓
	Aumentar		?		

- El uso de las **tarjetas prepagas** (TP) podría extenderse más rápido en la medida en que estas sean percibidas como el sustituto más cercano del efectivo.

Medios de pago

	TC a TD	Efectivo a TD	Efectivo, TC a electrónicos/celular/TP	Balance
Instituciones financieras emisoras	<ul style="list-style-type: none"> - Sustitución de ingresos - Menores productos financ. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menores costos operativos - Mayores ingresos (interchange fees) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mas transferencias - Menores ingresos por TC 	Amenazas y oportunidades
Adm. de crédito emisoras	<ul style="list-style-type: none"> - Disminución de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> - Sin efectos sustanciales aparentes 	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidades en pago por medio de celulares y en TP 	Amenazas y oportunidades
Sellos	<ul style="list-style-type: none"> - Sustitución de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> - Efectos mixtos, oportunidad en TP 	Oportunidades de negocios
Redes de cobranzas	<ul style="list-style-type: none"> - Menores pagos de estados de cta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menor número de transacciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Menor número de transacciones 	Amenazas que encuentran sólida posición de mercado
Redes de Cajeros	<ul style="list-style-type: none"> -Sin efectos sustanciales aparentes 	<ul style="list-style-type: none"> -Menor número de extracciones - Mayores ingresos por uso de TD 	<ul style="list-style-type: none"> - Menor número de extracciones - Mayor número de pagos 	Cambio en el modelo de negocio, de físico a virtual
Gobierno / BCU		<ul style="list-style-type: none"> - Más formalización - Menores costos operativos 	<ul style="list-style-type: none"> - Más formalización - Menores costos operativos 	Diversos beneficios

El perfil del consumidor de productos financieros.

Necesidades, hábitos y propensión al uso de tarjetas.

El mercado de tarjetas de crédito; situación y principales hábitos de usuarios. Tarjetas de débito y otros medios de pago alternativos; situación y perspectivas en la región y en Uruguay.

- Principales temas de análisis
- Introducción
- El uso de las tarjetas de crédito
- El uso de las tarjetas de débito
- Medios de pago
- **Conclusiones**

Conclusiones

Principales tendencias internacionales: algunos benchmarks para nuestro país

- **Uso de TD como medio de pago ha crecido sustancialmente en los países desarrollados.**
 - En EEUU viene sustituyendo a la TC, al efectivo y al cheque.
 - En el caso de Europa, sustituye principalmente al efectivo (menor desarrollo de la TC).

- **En países con mayor atomización de comercios, se observa menor desarrollo de la TD.**
 - Comercios en promedio menores tienen mayores costos relativos de incorporar tecnología.
 - Comercios no perciben beneficios de manejar menor cantidad de efectivo.
 - Costos de formalizar actividad.

Conclusiones

Tarjetas de Crédito: oportunidades de crecimiento que coexistirán con el ingreso y desarrollo de sustitutos

- **Baja penetración: oportunidades de crecimiento a mediano plazo especialmente en NSE medio.**
 - Baja penetración de TC.
 - Porcentaje no menor del NSE alto no tiene tarjetas: barreras “culturales”.
 - Oportunidades de “tarjetización” en general, especialmente en seg. medios y bajos.

- **Baja frecuencia de uso: oportunidades de aumento de uso en segmentos medios y altos.**
 - Frecuencia de uso es 4 o 5 veces menor que en los países desarrollados.
 - Oportunidades de mayor uso, en todos los niveles.

- **Sin embargo, se observa una doble amenaza sobre la TC.**
 - Para quienes la utilizan como Tarjeta de Compra, sustitución por TD y otros.
 - Para quienes la utilizan para financiamiento, mayores facilidades para acceder a créditos personales.

Conclusiones

Tarjetas de Débito: terreno incierto, oportunidades para quienes inviertan con perspectiva de mediano plazo

- **El uso de TD para comprar es marginal en Uruguay.**
 - Bajo nivel de penetración, el menor de la región.
 - Escasísimos registros de uso para compras (menor a 1% de los pagos minoristas).
 - Importante desconocimiento de la población respecto a la posibilidad de uso.

- **No se vislumbra un desarrollo sustancial de la TD, de no mediar impulsos exógenos.**
 - Importantes barreras de oferta (bajos niveles de bancarización, escasa cantidad de POS, atomización de los comercios -bajo nivel de formalización-).
 - También del lado de la demanda (culturales, bajo nivel de conocimiento, escasos incentivos impositivos, medio de pago que no provee una mejora más que marginal).

- **El futuro de Uruguay, ¿a la europea o a la americana? (¿o a la “Kenia”?).**
 - Similitud con EEUU, no por el desarrollo de la TC sino por el nulo avance de la TD.
 - En caso que la TD gane terreno, podría darse un “salteo” de la TC.
 - Sin embargo, no hay elementos que permitan augurar un claro desarrollo de la TD.
 - Probablemente se observe la tendencia internacional de diversidad de medios de pago.
 - Oportunidades para desarrollo de pagos por celular y prepagas.