

TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DE LOS MEDIOS DE PAGO EN EL PDV.



César Rodríguez Venegas



Consultor Senior

INTRODUCCIÓN

- La creciente proliferación de las formas de pago y de la manera de capturarlos, está cambiando la fisonomía de la industria del sector en todo el mundo.
- Los avances tecnológicos están facilitando la transformación en el proceso de pago, lo cual favorece la desintermediación y la reducción de márgenes, y obliga en última instancia a cambiar el modelo y la manera del negocio tradicional.





¿QUÉ ESTA PASANDO EN EL MERCADO?

- Presión de los recaudadores de impuestos
- Presión por ampliar la inclusión financiera
- Presión de los entes gubernamentales por tema de dominio del mercado
- Presión por temas de precios

ALGUNOS EJEMPLOS

MÉXICO

Existencia de barreras que generan costos y requisitos contrarios a la entrada de nuevos participantes por la existencia de una sola red de pagos con tarjeta.



COSTA RICA

Fijación de las comisiones máximas para el sistema de cobro mediante tarjetas y precios del POS.



ALGUNOS EJEMPLOS

ECUADOR

Las tasas de intercambio y descuento están reguladas.



COLOMBIA

Las redes de tarjetas operan la compensación, el procesamiento y por delegación, la adquirencia.



ALGUNOS EJEMPLOS

CHILE

- Comité de fijación de tasas transitorias revisadas cada seis meses
- Transbank ha sido históricamente el actor dominante, al que la Corte Suprema reprendió por la política de tarifas.

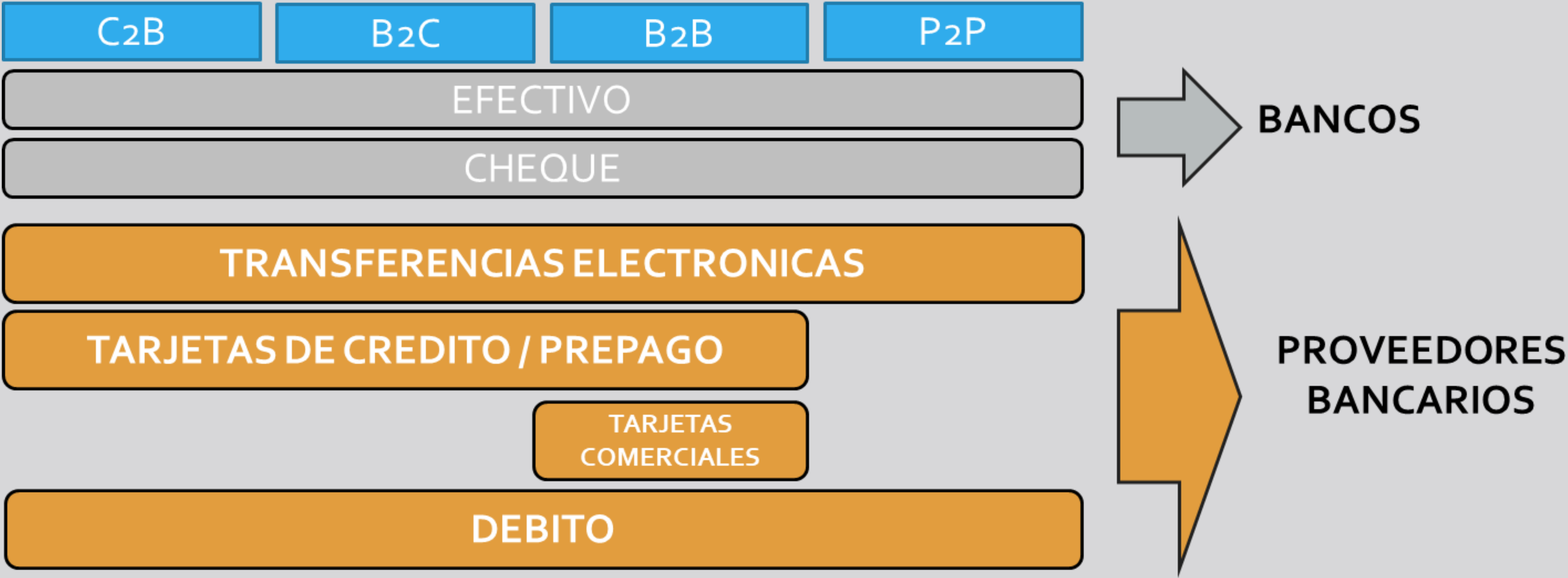


PERÚ

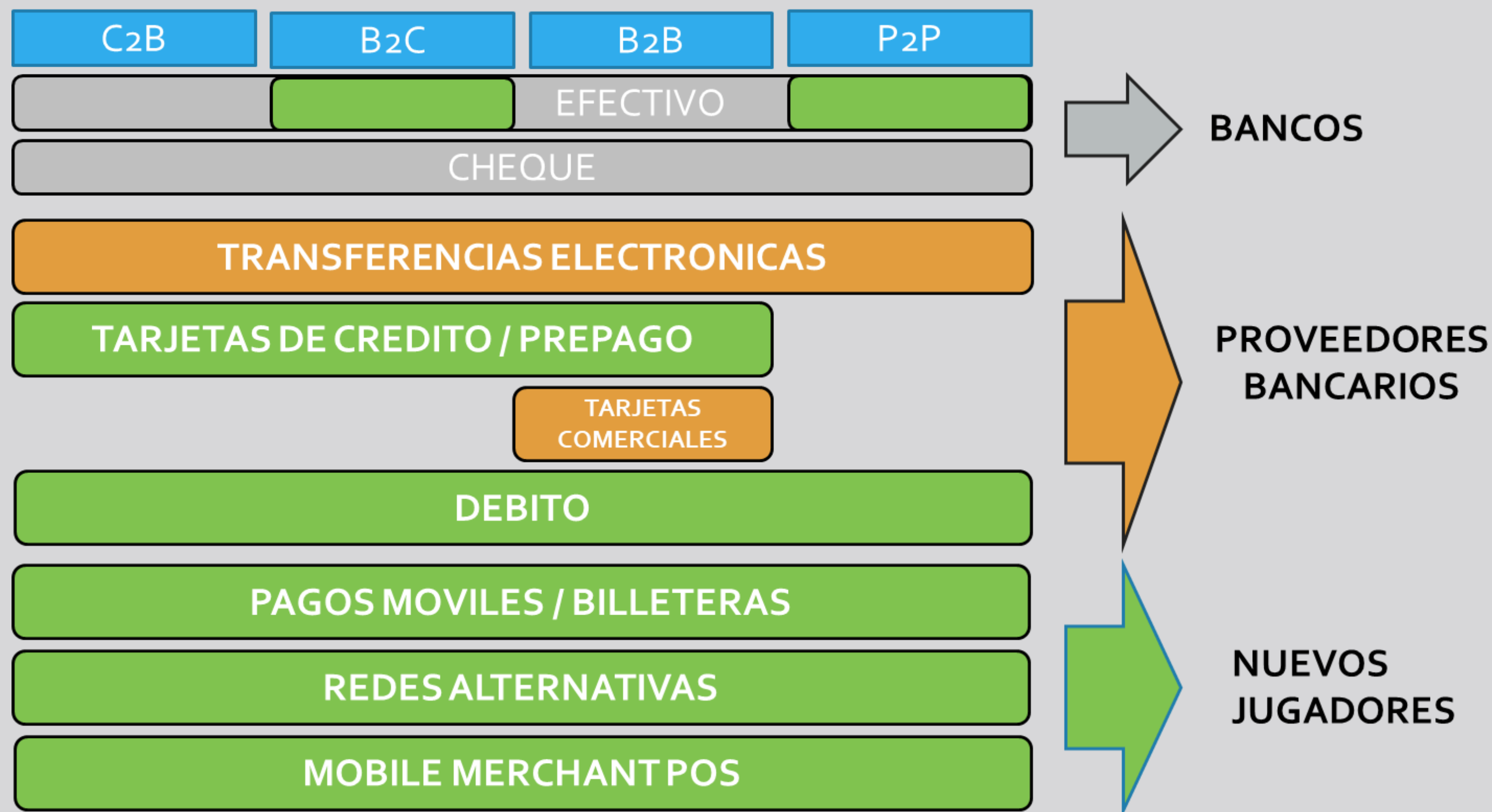
- Redes abiertas
- Nuevos participantes



COMO SE ESTA TRANSFORMANDO LA INDUSTRIA



INGRESO DE NUEVOS JUGADORES...





APORTE DE LAS INNOVACIONES EN LOS MEDIOS DE PAGO ...

- Disponibilidad del dinero.
 - Ampliar el acceso de las redes de pago.
 - Deberán de generar conveniencia
 - Mejorar y modificar las ventajas para los usuarios finales.
 - Penetrar un nicho de mercado.
 - Proporcionar incentivos para la adopción y el uso
- Ofrecer oportunidades de negocio para los proveedores de pago
 - Forjar una relación de colaboración entre proveedores de pagos nuevos con los ya existentes
 - Adoptar los estándares del sector.
- 





Hoy los modelos de adquisición de comercios son promovidos por distintos actores y brindan mas opciones de cobrar y de pagar

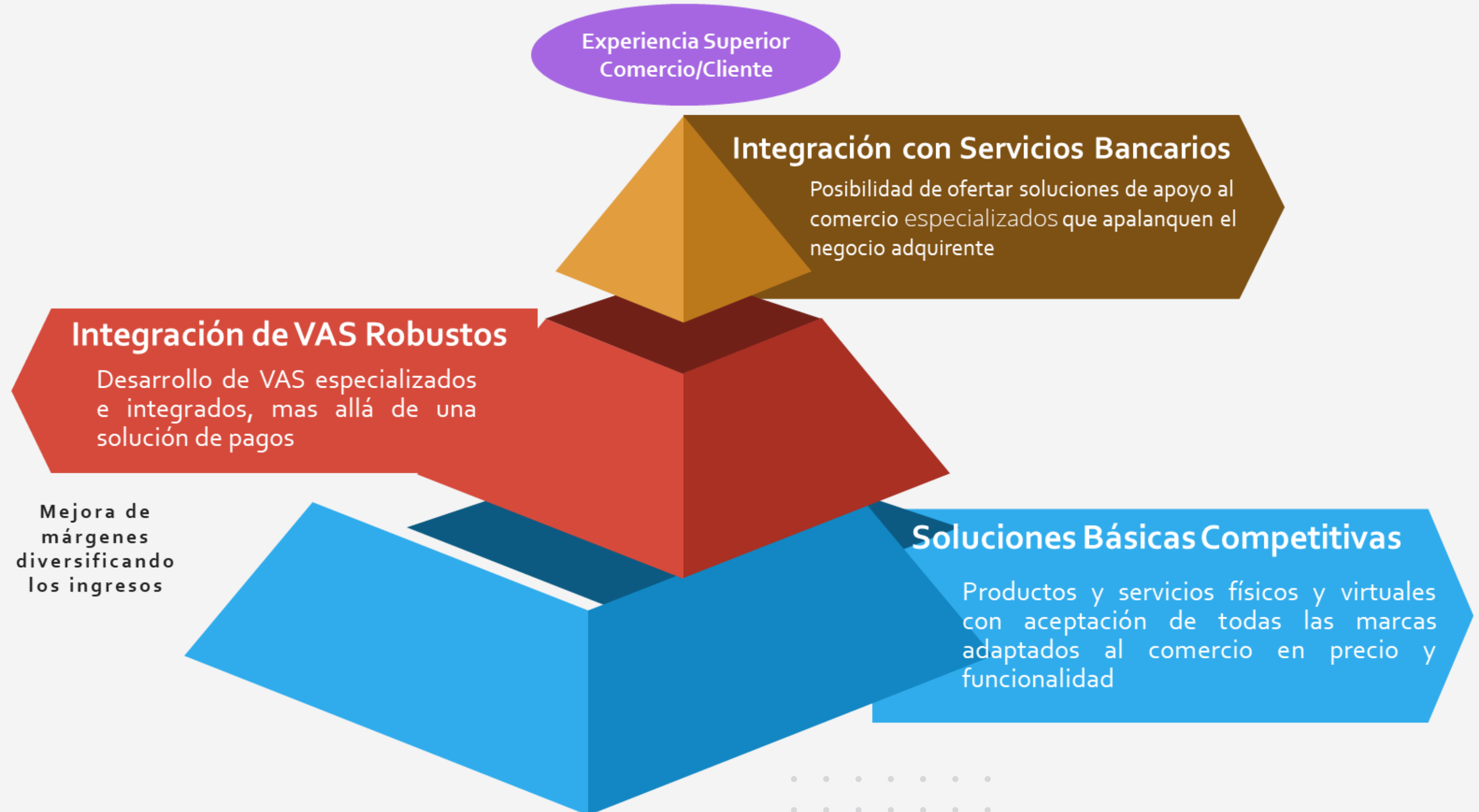
PROCESADORES ADQUIRENTES	BANCOS ADQUIRENTES
EMP. ADQUIRENTES	AGREGADORES DE PAGO
FACILITADORES DE PAGO	BANCOS AGREGADOR
BILLETERAS NO BANCARIAS	APLICACIONES CON MEDIOS DE PAGO
	EEDE





TRANSFORMANDO EL MODELO TRADICIONAL DE ADQUISICIÓN



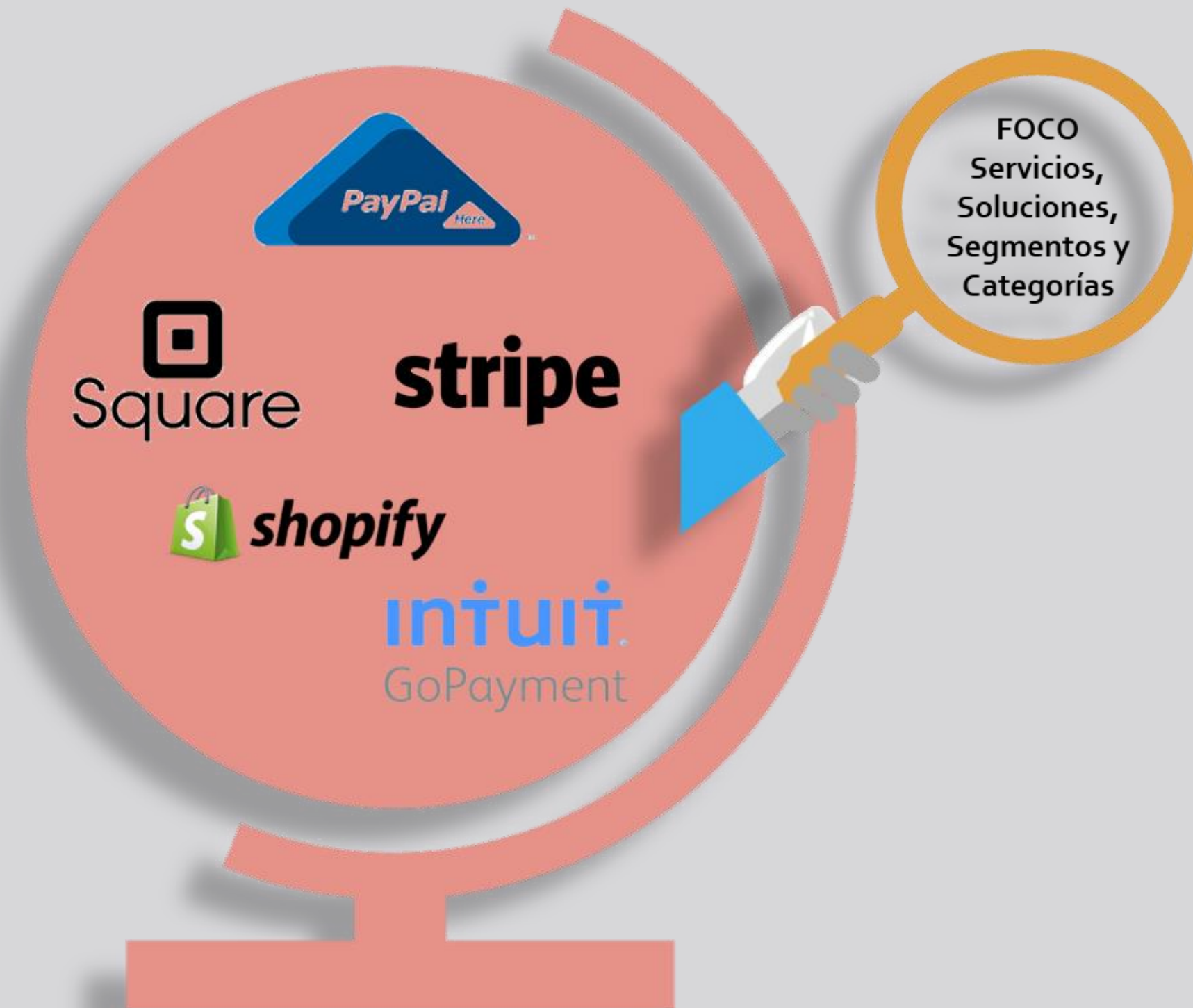


Ir hacia modelos mas disruptivos que aporten valor al ecosistema

Principales características de los actores exitosos

- Solicitudes de servicios de adquirencia en línea y de aprobación muy rápida (menos de 24 horas)
- Equipos económicos de uso inmediato
- Servicios de atención, activación y reclamos multicanal
- Servicios de valor agregado (VAS) atractivos a los comercios
- Soluciones de prevención y detección de fraude
- Niveles de servicio y aceptación altos
- Categorías y segmentos específicos
- Integración con productos bancarios

Principales nuevos actores en el negocio de pagos



Aceptación potencial en cualquier mercado

EMPRESAS



- Comercios potenciales: 283,41
- Comercios afiliados: 32,270

Fuente: Basado en la presentación realizada en el 2019:
Desafiando la visión de los medios de pago.
INE 2021

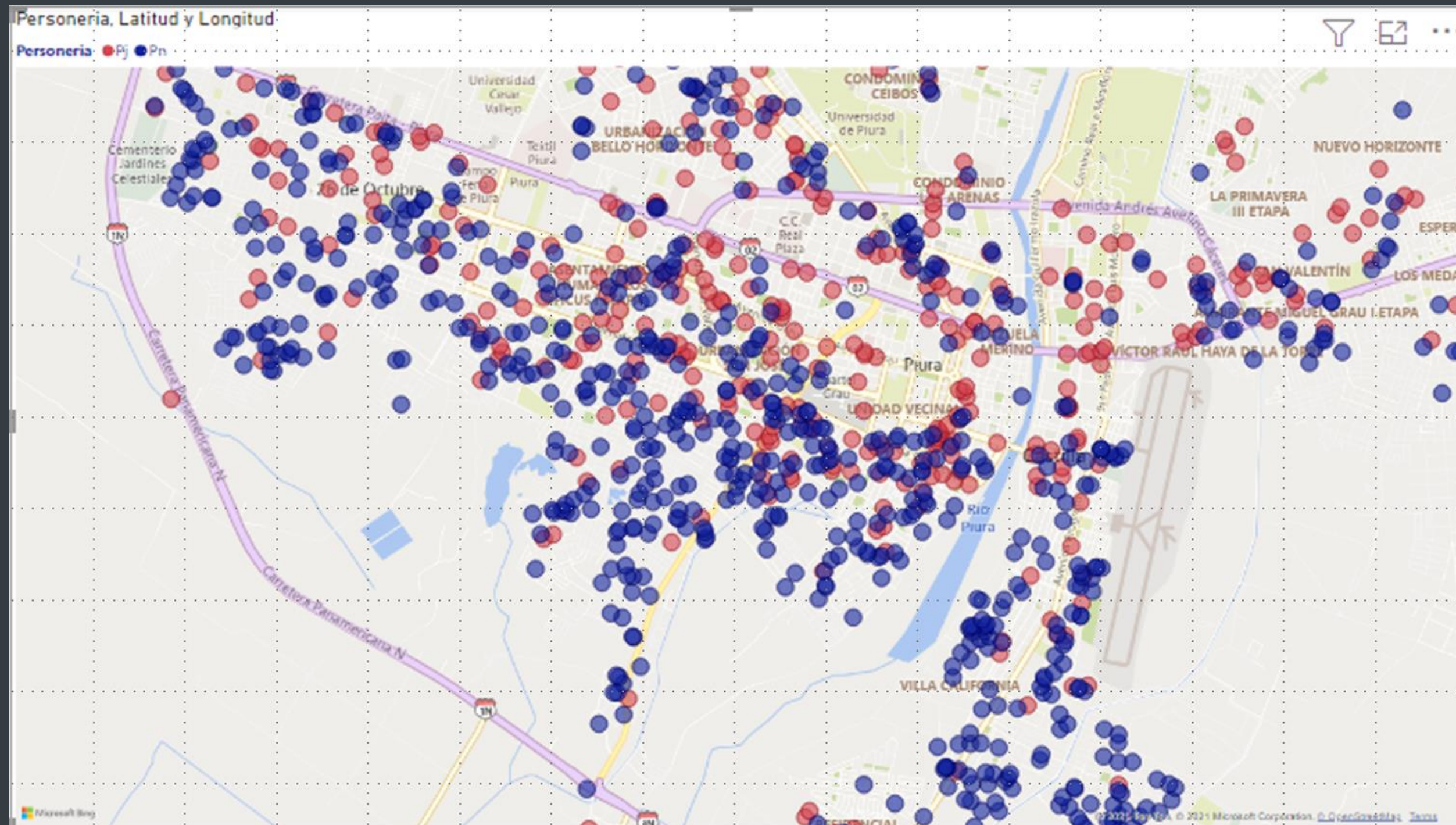
Mercado Potencial
934, 487

PERSONAS

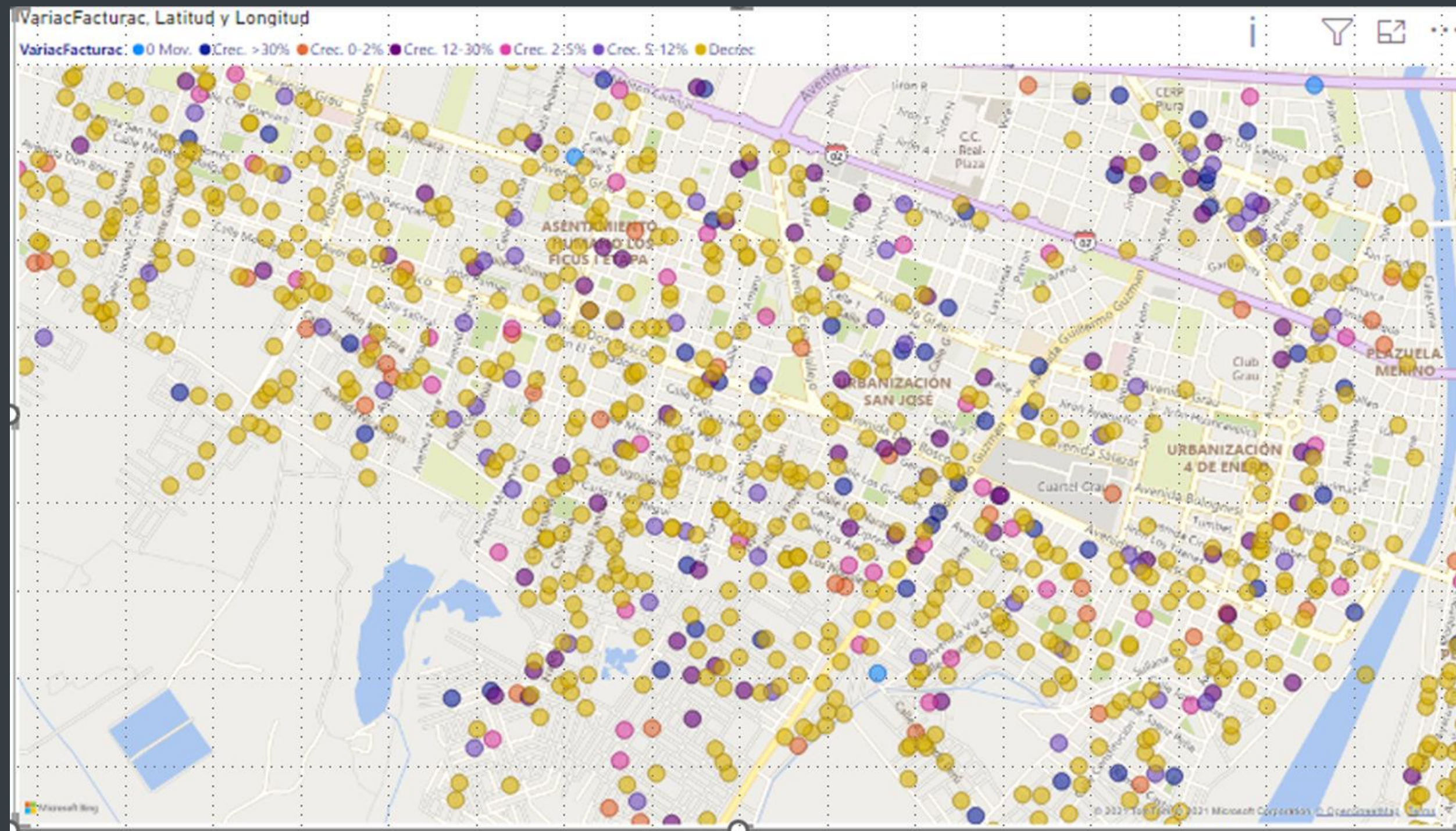


- Trabajadores por cuenta propia: 1.126.954
- De estos el 29.1% (328.017) corresponden a Trabajadores de Servicios y Vendedores.
- Y el 31.5% (355.330) están en el rubro de Comercios, Restaurantes y Hoteles

DEFINIENDO LA RUTA PARA AMPLIAR LA ACEPTACIÓN



DEFINIENDO LA RUTA PARA AMPLIAR LA ACEPTACIÓN





DEFINIENDO LA RUTA

- Elaborar un modelo de Inteligencia competitiva
- Son dos grandes grupos de clientes potenciales
- Estructura de precios y costos diferenciados.
- Productos, servicios y VAS de acuerdo al grupo objetivo
- Hay espacio para todos, desarrollar sinergias

CONCLUYENDO

- Nuevas presiones de autoridades y del mercado
- Nuevos competidores
- Nuevas estructuras de costos mas ligeras.
- Precios cambiaron
- No pensar en el PDV como un modelo transaccional
- La torta ahora se reparte de manera diferente.





GRACIAS

César Rodríguez Venegas
crodriguez1406@yahoo.es

