



Los nuevos medios de pago en el futuro de la distribución comercial

✦ Almudena Recio Román

*Campus de Excelencia Internacional Agroalimentaria (ceiA3)
Universidad de Almería*

✦ Manuel Recio Menéndez

*Campus de Excelencia Internacional Agroalimentaria (ceiA3)
Universidad de Almería*

Resumen: El futuro parece estar lleno de nuevos cambios que afectarán a todos los sectores económicos y, especialmente, a los que están relacionados con la distribución de bienes de consumo. La distribución comercial se encuentra inmersa en un proceso de cambio que viene durando ya unas décadas con motivo de la irrupción que supuso la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación. Lejos de haberse agotado, la pandemia del COVID-19 y la aplicación de la inteligencia artificial (IA) han servido para acelerar y ampliar ese proceso. Los medios de pago, que instrumentan una de las funciones principales que desarrollan los intermediarios comerciales, están en un proceso de innovación sin precedentes en nuestra historia comercial sobre el que este artículo aporta datos para la reflexión sobre en qué situación nos encontramos y hacia dónde nos dirigimos.

Palabras clave: Medios de pago electrónico, pagos minoristas, pagos en efectivo, transferencias P2P, comportamiento del consumidor, COVID-19.

Hace ya tres años nuestra vida cambió de la noche a la mañana debido a la crisis desatada por el COVID-19. Las restricciones puestas en marcha conllevaron el confinamiento de los ciudadanos en sus domicilios, lo que obligó a cerrar muchos establecimientos comerciales manteniendo abiertos sólo los suministros de bienes esenciales. El impacto sobre la actividad económica fue desastroso dando lugar a numerosos cierres, principalmente pequeñas y medianas empresas (Cerezo et al. 2021). La imposibilidad de tener abiertos los locales físicos motivó que el proceso de cambio hacia el comercio electrónico, que se venía dando desde hacía años, se viese acelerado.

Estas condiciones del entorno, unidas al consejo de las autoridades sanitarias de no utilizar el dinero en metálico para realizar las transacciones, hicieron que miles de distribuidores tuvieran que cambiar de forma inmediata hacia la utilización, casi de manera exclusiva, de las tarjetas de débito y crédito como forma de pago. Las empresas de distribución de mayor dimensión no tuvieron ningún problema debido a que ya tenían estos servicios disponibles y los terminales digitales correspondientes. Las de menor dimensión, que eran reacias a utilizar este tipo de servicios debido a los costes que llevaban aparejados, tuvieron que moverse rápidamente para poder poner a disposición de los clientes los pagos digitales.

En nuestro país, según datos del Banco de España (Banco de España 2021), el descenso de la preferencia por el efectivo es sostenido desde el año 2014. En ese momento, el 80% de los ciudadanos lo elegía como su primera opción mientras que en

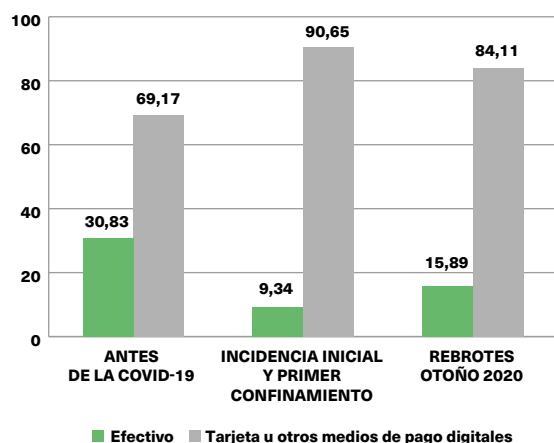
En nuestro país, según datos del Banco de España (Banco de España 2021), el descenso de la preferencia por el efectivo es sostenido desde el año 2014. En ese momento, el 80% de los ciudadanos lo elegía como su primera opción mientras que en el año 2020 sólo el 35,9% de los ciudadanos declararon utilizar el efectivo como medio de pago más habitual. En cuanto a los establecimientos comerciales, el 64,8% manifestaba que la tarjeta de débito era su medio de pago preferido, mientras que para el pequeño comercio el 26,4% seguía prefiriendo el metálico (aunque esta cifra había descendido 10 puntos en el último año)

el año 2020 sólo el 35,9% de los ciudadanos declararon utilizar el efectivo como medio de pago más habitual. En cuanto a los establecimientos comerciales, el 64,8% manifestaba que la tarjeta de débito era su medio de pago preferido, mientras que para el pequeño comercio el 26,4% seguía prefiriendo el metálico (aunque esta cifra había descendido 10 puntos en el último año).

La pandemia ha tenido, por lo tanto, sus efectos sobre los medios de pago. Según el Banco de España (Banco de España 2021), el 93% de todos los comercios acepta tarjetas de débito, el 82% de crédito y el 50% permite pagar con el móvil. Además, el 84% de los comercios ya no ponen ninguna restricción al pagar con estos medios y en el 16% restante se mantiene un pago mínimo promedio de 11 euros. Pero lo más importante, es que el 69,1% de los ciudadanos y, en particular, un 61,3% de los que han modificado sus hábitos manifiestan que los mantendrán en el futuro próximo.

Esta situación se corrobora con los resultados obtenidos en el *Barómetro Especial ODF sobre efectos de la COVID-19 en la digitalización financiera* (Carbó Valverde, Cuadro Solas, y Rodríguez Fernández 2021), realizado por FUNCAS, como puede observarse en el Gráfico 1. Los canales de pago digitales experimentaron un significativo aumento

FIGURA 1. Evolución en el uso de los medios de pago con la crisis de la COVID-19 (en porcentaje).



Fuente: Carbó Valverde, Cuadro Solas, y Rodríguez Fernández (2021)

de las operaciones con dispositivo móvil, pasando desde un 55,66% antes de la pandemia hasta un 63,22% en los últimos meses de 2020, y de las aplicaciones para transferir dinero entre particulares (conocidas también como P2P, siendo la más popular en España Bizum), que pasaron del 62,79% antes de la pandemia al 75,26% en los últimos meses del 2020.

El menor uso del efectivo se debe, por lo tanto, a un cambio del comportamiento del consumidor. En primer lugar, en cuanto al aumento de su preferencia del comercio electrónico frente al físico para hacer sus compras —el efectivo no puede ser utilizado como medio de pago en este tipo de comercio— y, en segundo lugar, al mayor uso de los pagos digitales tanto en las compras presenciales como en el pago entre particulares (Ferrando y Posada 2023).

LA SITUACIÓN EN EUROPA DE LOS MEDIOS DE PAGOS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA

Para entender adecuadamente la situación actual y el futuro de los medios de pago en el sector de la distribución es necesario conocer cuál es el marco en el que se está desarrollando no sólo en España sino también en Europa. En un sector globalizado, como es el de la distribución comercial, y en el que compartimos una moneda y un mercado común con el resto de estados miembros de la Unión Europea, esa necesidad está plenamente justificada.

En los años recientes, al igual que veíamos en el caso español, los mercados europeos de medios de pago han experimentado una transformación sin precedentes. La evolución de la economía digital se ha visto favorecida por la innovación en el sector de los medios de pago electrónicos. Un reciente estudio del Banco Central Europeo (European Central Bank 2020), con datos de 2019, concluía que el dinero en efectivo seguía siendo el medio de pago más utilizado en las transacciones realizadas en los comercios (3 de cada 4 se realizan en metálico).

Asimismo, este estudio también concluía que las preferencias manifestadas por los entrevistados respecto a los medios de pago electrónicos no se correspondían con su comportamiento en ese momento: es decir, mientras en su día a día seguían utilizando el dinero en metálico para realizar sus transacciones, sin embargo, sólo 1 de cada 4 entrevistados manifestaba que prefería el dinero en efectivo a los medios de pagos electrónicos. Sin embargo, datos más recientes concluyen que la pandemia



ha actuado, al igual que veíamos en el caso español, acelerando el grado de utilización de los medios de pago electrónico también en Europa (European Central Bank 2022).

Dada la enorme relevancia que tiene el tema de los pagos en el sector minorista, tanto la Comisión Europea como el Consejo de la Unión Europea han tomado cartas en el asunto. La primera ha elaborado una Comunicación sobre una Estrategia de Pagos Minoristas para la UE (Unión Europea: Comisión Europea 2020) y el segundo ha adoptado una serie de Conclusiones en base a esa Estrategia (Unión Europea: Consejo de la Unión Europea 2021).

Sin ser nuestro objetivo analizar en detalle su contenido, sí nos gustaría mencionar algunos aspectos que consideramos claves dado que delimitarán el marco normativo de los pagos. En primer lugar, las autoridades europeas consideran que el mercado de pagos minoristas de la UE debe ser competitivo, innovador e inclusivo y basarse en infraestructuras seguras, eficientes y accesibles que apoyen la soberanía económica y financiera de Europa. En este sentido, hace una llamada de atención sobre que en la actualidad los sistemas de medio de pago electrónicos están en mano de unas pocas empresas multinacionales no europeas ligadas a las tarjetas de crédito y débito, lo que desde el punto de vista de seguridad y suficiencia implica elevados riesgos. Los pocos medios de pago electrónicos que son de origen europeo están muy fragmentados —no valen más allá de las fronteras del propio país emisor—.

Además, estos organismos europeos reconocen que, en la mayoría de los Estados Miembros, el efec-

tivo sigue siendo importante en los pagos minoristas, en particular para determinados segmentos de población que se pueden encontrar en situación de exclusión financiera o digital. De la misma forma, la aceptación del efectivo puede funcionar como salvaguardia en caso de mal funcionamiento de los sistemas e infraestructura de pagos electrónicos. Por lo tanto, los diferentes organismos de la Unión Europea parecen decididos a apoyar la evolución observada en los mercados de los sistemas de pago minoristas en los que cada vez hay una mayor presencia de las soluciones electrónicas. En la medida de lo posible, lo deseable sería que hubiese medios de pago electrónico de origen europeo. No obstante, se garantiza la alternativa del pago en efectivo.

EL FUTURO DE LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN EL SECTOR MINORISTA. LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS

Todo apunta que el futuro de los medios de pago en la distribución será más digital. Los sistemas de pago digital de todo tipo han experimentado un crecimiento explosivo con ideas que están permitiendo a las empresas adaptarse a la nueva normalidad. Empresas como Drop permiten cargar las compras en las tarjetas de débito y crédito mientras se acumulan desde una única *app* recompensas en empresas como Uber, Sephora o Starbucks. Por otra parte, el uso de las criptomonedas y sus tecnologías asociadas como NFTs y Blockchain están aumentando en popularidad y al menos 87 países se están planteando lanzar una moneda digital (CBDC) que tendría el mismo valor que la moneda de curso legal.

Los diferentes organismos de la Unión Europea parecen decididos a apoyar la evolución observada en los mercados de los sistemas de pago minoristas en los que cada vez hay una mayor presencia de las soluciones electrónicas. En la medida de lo posible, lo deseable sería que hubiese medios de pago electrónico de origen europeo. No obstante, se garantiza la alternativa del pago en efectivo

Ante esta situación, la Dirección General para el Mercado Interno, Industria, Emprendimiento y Pymes (DG GROW) de la Comisión Europea ha realizado una investigación, a la que fuimos invitados a participar, en la que expertos de todo el mundo han compartido su visión sobre cuál será la evolución del ecosistema minorista en Europa. Bajo el título de *The EU retail ecosystems in the future—a visión for 2040* (Dragomir et al. 2022), se parte de un diagnóstico de situación de la distribución comercial minorista en Europa y se intenta alcanzar una visión sobre lo que será en el año 2040 principalmente centrado en el doble reto de la transición hacia la sostenibilidad y la digitalización.

Dentro de los trabajos desarrollados por el Consorcio *Foresight on Demand*, en el ámbito del programa europeo que acabamos de comentar, se realizó un Delphi con expertos a nivel europeo que entre otros aspectos recogía la visión que ellos creían que iban a tener los medios de pagos electrónicos en el futuro. La metodología seguida fue la conocida como *Dynamic Argumentative Delphi (DAD)*, que básicamente siguió las siguientes reglas:

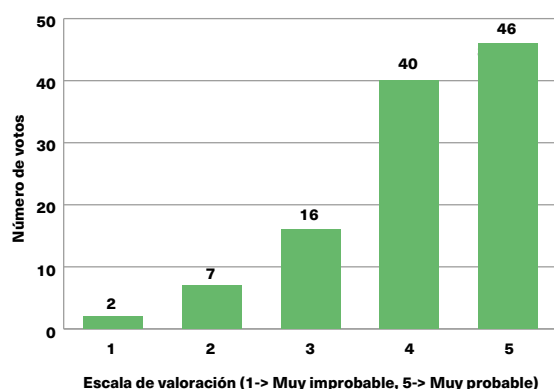
- Cada propuesta para emitir opinión por parte de los expertos estaba asociada con de 2 a 4 argumentos iniciales elaboradas por el equipo investigador (obtenidas a través de información basada en una revisión de la literatura y minería web).
- Los expertos participantes fueron invitados a valorar la probabilidad de ocurrencia de la propuesta utilizando una escala de 1 a 5 puntos justificando su puntuación seleccionando uno de los argumentos que se le ofrecían o aportando uno nuevo.
- La lista de los argumentos y la frecuencia con la que eran seleccionados estaba disponible siempre para los participantes que les seguían en la contestación. Los argumentos que aparecían en la lista fueron ordenados según el número de votos que iban obteniendo.

En cuanto a la selección de los expertos que formaron parte, se realizó en dos pasos. A través de la base de datos Scopus se seleccionaron 32.000 correos electrónicos como resultado de filtrar los términos clave utilizados para clasificar los trabajos y el número de citas obtenido. Esta lista se completó con 380 correos electrónicos de grupos de interés que había sido elaborado por el equipo de investigación correspondiendo su perfil a organizaciones u asociaciones a nivel nacional o europeo con numerosos miembros participantes. El trabajo fue realizado entre el 21 de diciembre de 2021 y el 23 de enero de 2022.

La primera cuestión que cabe la pena resaltar de este estudio, respecto al tema que nos ocupa, es la tendencia actual que existe en la distribución comercial minorista a la desaparición de las cajas de salida. Muchos establecimientos, principalmente los de mayor tamaño —por ejemplo, Amazon, Tesco, Morrisons, Aldi (UK), Continente (Portugal) etc.—, están poniendo en marcha tecnologías para prescindir de ellas (Phillips 2021).

Estas tecnologías sin caja proporcionarán más datos sobre las existencias y la vida útil de los productos y también más datos de comportamiento del consumidor, ya que los minoristas tendrán la oportunidad de conocer qué productos se cogen y se devuelven a los estantes, cuánto tiempo permanece el cliente frente a los mismos y qué productos seleccionan como resultado (Faull 2021). Como puede observarse en el Gráfico 2, la mayor parte de los expertos consultados creen que en el año 2040 más de la mitad de los establecimientos de ventas de productos de alimentación no dispondrán de cajas de salida (en concreto, 86 de los 111 expertos que contestaron a esta cuestión —un 77,5%— puntuaron con 4 y 5 puntos, medido en una escala que iba de 1 (muy improbable) a 5 (muy probable)).

FIGURA 2. Grado de acuerdo con que en el año 2040 al menos el 50% de los establecimientos minoristas de alimentación no tendrán cajas de salida.

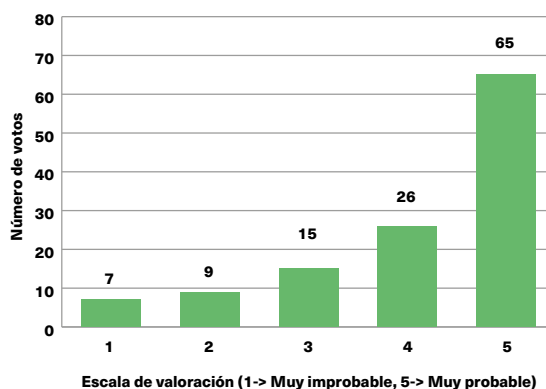


Fuente: Dragomir et al. (2022)

En cuanto a los medios de pago, la propuesta que se les planteó para que mostraran su grado de acuerdo fue: “En 2040, en la Unión Europea, más de un 30% de los consumidores harán sus pagos a través de medios biométricos, por ejemplo, a través de la huella dactilar o un escáner de retina que conectarán con la tarjeta de crédito o la cuenta bancaria en un sistema basado en la nube”. Un total de 122 expertos participaron en la contestación de esta cuestión, siendo

los resultados los que aparecen en el Gráfico 3. La media era de 4,09 sobre 5, siendo 1 que muy improbable y 5 muy probable, lo que indica la evolución que los expertos esperan sobre los medios de pago en el sector.

FIGURA 3. Grado de acuerdo con que en el año 2040 al menos el 30% de los clientes realizarán pagos a través de medios biométricos (p.ej. huella dactilar, escáner de retina).



Fuente: Dragomir et al. (2022)

Estos datos concuerdan con los reflejados en el *Mastercard New Payments Index 2021* (Mastercard 2022), realizado en 18 países, según los cuales un 93% de los consumidores están considerando utilizar los medios de pago emergentes tales como los biométricos, las monedas digitales, y los códigos QR además de otros medios que no requieren el contacto físico para ser realizados (*contactless*). No sólo están dispuestos a utilizarlos, sino que incluso más de la mitad de los encuestados manifiestan que no comprarían en establecimientos que no aceptaran pagos electrónicos de ninguna clase.

La puerta de entrada fueron los medios *contactless* durante la pandemia, pero el futuro está marcado por



otras tecnologías que están actualmente en su fase introducción. Las *criptomonedas*, por ejemplo, tienen muy buena aceptación en la generación de los millenials, aunque su volatilidad protección y falta de regulación todavía les hace sentir inseguridad en su uso. De hecho, también fueron preguntados los expertos en el estudio *The EU retail ecosystems in the future—a visión for 2040* (Dragomir et al. 2022) si creían que los pagos en criptomonedas serían la forma de pago preferida en el futuro y sólo un 13% respondió que lo creía muy probable. Por el contrario, los *pagos a través de tecnología biométrica o de reconocimiento de la forma de caminar*, se perciben como más seguros que los métodos tradicionales de introducción del pin. Y las previsiones de crecimiento del mercado son muy prometedoras, estimándose que para el año 2027 el mercado biométrico a nivel global alcanzará los 82.800 millones de dólares (Burt 2020).

Aunque las nuevas tecnologías de pago se han movido de forma rápida en estos últimos años, hay novedades que están siendo actualmente introducidas en el mercado. En primer lugar, los conocidos como *pagos basados en el contexto*. Es un proceso en el que no se produce una interacción directa para el pago entre el comerciante y el cliente, sino que está integrada en el proceso. Es el caso de la empresa Uber en la que su aplicación hace el pago por cuenta del cliente basado en el uso que hace de sus servicios. Este mismo método, se podría aplicar en los establecimientos comerciales.

Así, existe en este momento la aplicación *Google hands-free* que permite al cliente decir “Lo pagaré con Google” para completar la transacción. Igualmente ocurre con *Amazon Go* que permite a los clientes que visitan sus tiendas físicas que sus compras sean cargadas en su cuenta de Amazon sin tener que esperar las colas para pagar en caja a la salida. En segundo lugar, tenemos los nuevos avances en métodos de pago con *reconocimiento biométrico*. A los ya introducidos recientemente en algunos mercados como el reconocimiento por huella dactilar, se suman los de reconocimiento facial —presentes en Android Pay y Apple Pay—, reconocimiento del iris ocular, o la nueva técnica desarrollada en el producto Amazon One que permite el reconocimiento a través de la palma de la mano en la configuración única que cada ser humano tiene del sistema venoso que está debajo de nuestra piel. Este método ya está siendo testado en las tiendas físicas de esta compañía denominadas Amazon Go Stores.

CONCLUSIONES

El pago es una de las funciones principales que desarrolla la distribución comercial minorista. En la



actualidad, y en el futuro próximo, se esperan grandes cambios que reconfigurarán la oferta de medios de pago por parte de los detallistas a sus clientes. En este empeño están no sólo involucradas las empresas de este sector, sino también las del sector financiero, las del sector tecnológico y las diversas autoridades nacionales y supranacionales por las implicaciones que tiene tanto desde el punto de vista económico, monetario y de igualdad.

Tras los confinamientos llevados a cabo por la pandemia en los años 2020 y 2021 las condiciones en las que se desarrolla el comercio minorista han cambiado. El cierre de los establecimientos y el distanciamiento social recomendado han provocado que el proceso de cambio hacia el comercio electrónico se haya acelerado. Esto ha conllevado que los medios de pago a través de los que se realizan las transacciones se hayan visto también afectados.

Los consumidores esperan que los minoristas les ofrezcan diversos canales por los que comprar y pagar, de fácil acceso y siempre disponibles. Los distribuidores que estén en disposición de atender estas demandas crecientes estarán en mejor disposición de poder competir.

El marco regulador proveniente de la Unión Europea favorecerá, como hemos visto, el cambio hacia

El pago es una de las funciones principales que desarrolla la distribución comercial minorista. En la actualidad, y en el futuro próximo, se esperan grandes cambios que reconfigurarán la oferta de medios de pago por parte de los detallistas a sus clientes. En este empeño están no sólo involucradas las empresas de este sector, sino también las del sector financiero, las del sector tecnológico y las diversas autoridades nacionales y supranacionales por las implicaciones que tiene tanto desde el punto de vista económico, monetario y de igualdad

una mayor presencia de medios de pago electrónico. Pero sin olvidar el efectivo, que tendrá que estar asegurado para evitar exclusión de ciudadanos desde el punto de vista financiero y digital y, asimismo, garantizar que en caso de caída de los sistemas e infraestructuras de pago electrónica exista una alternativa.

En conclusión, los medios de pago electrónicos han transformado la forma en que realizamos compras y pagos y han tenido un impacto significativo en la distribución comercial. Aunque presentan algunos desafíos, los beneficios que ofrecen son múltiples y es probable que veamos un mayor uso de estos sistemas en el futuro. ■

REFERENCIAS

- Banco de España (2021), "Encuesta nacional sobre el uso del efectivo. Resultados 2020." [disponible en https://www.bde.es/f/webbde/INF/MenuVertical/BilletesYMonedas/Estudios_e_informes/Encuesta_Nacional_Efectivo/21-07-09_Encuesta_Nacional_del_efectivo._Resultados_2020_VD_accesible.pdf].
- Burt, Chris (2020), "Global biometrics market forecast to surpass \$82B by 2027 despite pandemic." *Biometric Update.com*, [disponible en <https://www.biometricupdate.com/202010/global-biometrics-market-forecast-to-surpass-82b-by-2027-despite-pandemic>].
- Carbó Valverde, Santiago, Pedro Cuadro Solas, y Francisco Rodríguez Fernández (2021), "Los pagos tras un año de pandemia." *Cuadernos de Información Económica*, (282).
- Cerezo, Alejandro Fernández, Beatriz González, Mario Izquierdo, y Enrique Moral-Benito (2021), "El impacto económico del Covid-19 en las empresas españolas según la Encuesta del Banco de España sobre la actividad empresarial (EBAE).", *Boletín Económico 1/2021. Artículos Analíticos*, 10.
- Dragomir, Bianca, Radu Gheorghiu, Roxana Dimitriu, Paul Pleşcan, y Adrian Curaj (2022), "RETAIL 2040. Report of the Dynamic Argumentative Delphi." (accessed September 26, 2022), [disponible en <http://retail2040.eu/wp-content/uploads/2022/03/Delphi-consultation.pdf>].
- European Central Bank (2020), "Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE)." Brussels.
- European Central Bank (2022), "Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (2nd wave).", [disponible en https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/html/ecb.spacereport202212~783ffdf46e.en.html#toc34].
- Faull, Jennifer (2021), "Is the Amazon Go cashierless-store concept the future of retail or just another fad?" *The Drum*, [disponible en <https://www.thedrum.com/news/2021/08/20/the-amazon-go-cashierless-store-concept-the-future-retail-or-just-another-fad>].
- Ferrando, Laura y Diana Posada (2023), "Uso del efectivo y de otros medios de pago: ¿cómo está cambiando la forma en que pagamos?" *Boletín Económico Banco de España*, T1, ARTÍCULO 01.
- Mastercard (2022), "Mastercard New Payments Index: Consumer appetite for digital payments takes off." [disponible en <https://www.mastercard.com/news/press/2021/april/mastercard-new-payments-index-consumer-appetite-for-digital-payments-takes-off/>].
- Phillips, Tom (2021), "Continente opens cashierless supermarket in Portugal." *NFCW*, [disponible en <https://www.nfcw.com/whats-new-in-payments/continente-opens-cashierless-supermarket-in-portugal/>].
- Unión Europea: Comisión Europea (2020), "COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES sobre una Estrategia de Pagos Minoristas para la UE." *COM(2020) 592 final*, 24.9.20, [disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0592&from=EN>].
- Unión Europea: Consejo de la Unión Europea (2021), "Conclusiones del Consejo relativas a la Comunicación de la Comisión sobre una Estrategia de Pagos Minoristas para la Unión Europea." *6694/1/21 REV 1*, 22.03.2021, [disponible en <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7225-2021-INIT/es/pdf>].

mercasa

Alimentando ciudades

