

UN NUEVO MODELO DE  
PAGO: LA REVOLUCIÓN DE  
LOS MONEDEROS VIRTUALES

# NEW WALLETS

01 La conquista del  
nuevo mercado  
'wallet'

02 ¿El fin del dinero  
en efectivo?

03 Sin temor  
a los 'wallets'

04 ENTREVISTA  
Álvaro Martín (Afi)

05 INFOGRAFÍA  
El auge de los 'wallets'



# 01

## La conquista del nuevo mercado 'wallet'

Apple Pay y Google Wallet  
luchan por un mercado  
que va a revolucionar  
el sistema de pagos  
().



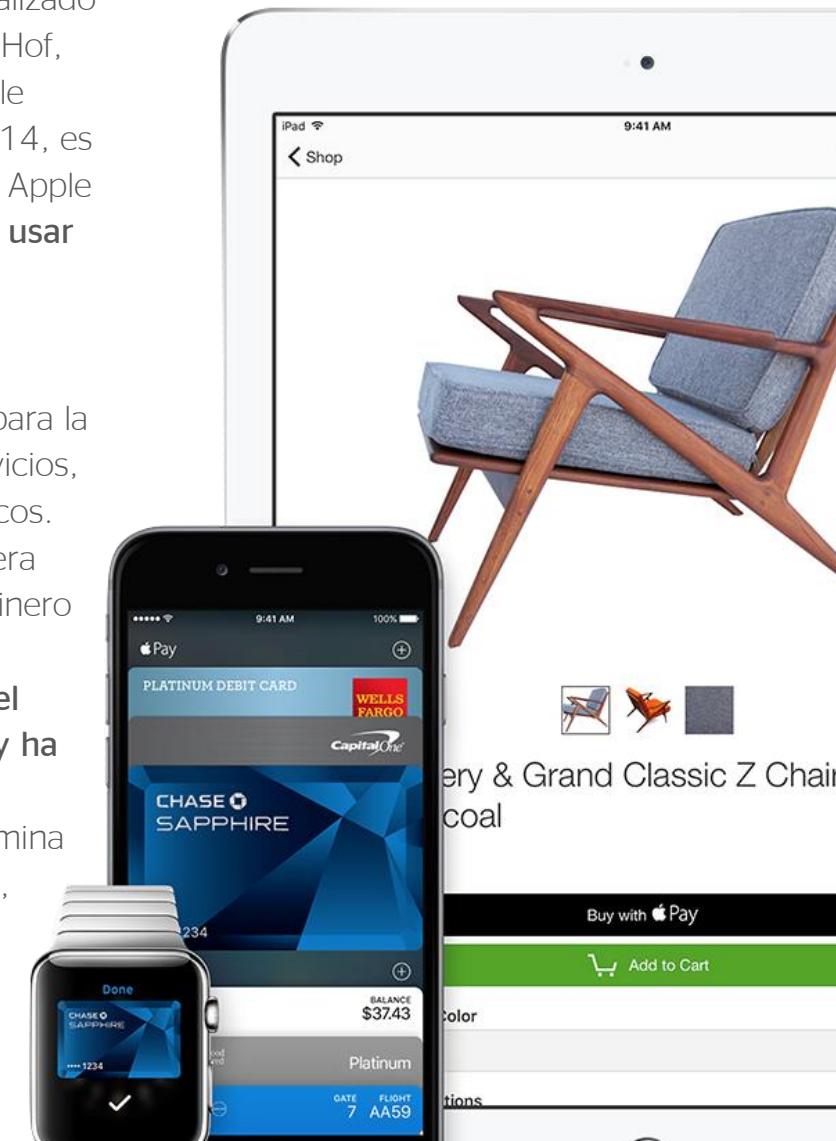
Bancos, compañías tecnológicas, marcas de tarjeta y procesadoras de pago, fabricantes de móviles y operadoras de telefonía móvil se han lanzado a la conquista del mercado *wallet*. Un negocio que despierta y que va íntimamente ligado al *boom* de la telefonía móvil. Son **monederos virtuales donde es posible almacenar información sobre tarjetas de pago, cuentas bancarias y otras herramientas financieras personales.** Y, lo que es más importante: permiten realizar pagos de forma virtual.

La lucha por la hegemonía de este mercado en Estados Unidos está protagonizada por [Apple Pay](#) y [Google Wallet](#). Una lucha a la que se ha

unido Samsung con bastante ambición.

Para el periodista especializado en tecnología Robert D. Hof, la [clave del éxito](#) de Apple Pay, que se lanzó en 2014, es la sencillez: “Al igual que Apple hizo que fuera **más fácil usar** un ordenador, escuchar música y comunicarte rápidamente, Apple Pay intenta hacer lo mismo para la compra de bienes y servicios, en línea y en lugares físicos. Cada innovación financiera desde la invención del dinero a la tarjeta de crédito **ha reducido la fricción en el intercambio comercial y ha acelerado el ritmo del comercio.** Apple Pay elimina el garabato de las firmas, tener que enseñar una tarjeta de identificación

u otras molestias ligadas a las [anteriores formas de pago](#)” ([f](#))



Asimismo, Hof destaca que “también marcha **mejor que otros servicios móviles anteriores**. Apple Pay funciona automáticamente cuando el teléfono se coloca junto al terminal de pago, **sin necesidad de abrir una aplicación** como ocurre con Google Wallet o PayPal. Al presionar la huella del pulgar en el teléfono se evita la necesidad de utilizar un PIN y se acelera la transacción. Funciona tanto para reservar una habitación en Airbnb o comprar un sándwich en Subway. Fusiona los mundos virtuales y físicos del comercio de una forma que ningún otro sistema de pago ha logrado”.

La gran novedad que incorpora Apple Pay es que la **identificación se realiza a**

**través de la huella digital del usuario**, lo que refuerza la seguridad, aunque no todo es perfecto en Apple Pay, como señala Hof: “Actualmente **solo las personas con el nuevo iPhone 6 pueden usar Apple Pay** en tiendas, pero el 98% de las tiendas del país carecen de terminales de pago que lo acepten”.

En opinión de Hof, “Apple Pay está muy lejos de sustituir algunas de las cosas que solemos llevar en nuestras carteras, en particular las populares tarjetas de recompensas de las tiendas. La aplicación de Starbucks, que es una combinación de localizador de tiendas, tarjeta de recompensas y motor de pago todo en uno, sigue siendo la más utilizada para los

pagos móviles en tiendas al por menor”.

En julio de 2015 Apple Pay desembarcó en el Reino Unido, lo que confirma el deseo de la compañía por luchar firmemente con Google en la carrera por liderar los pagos electrónicos.

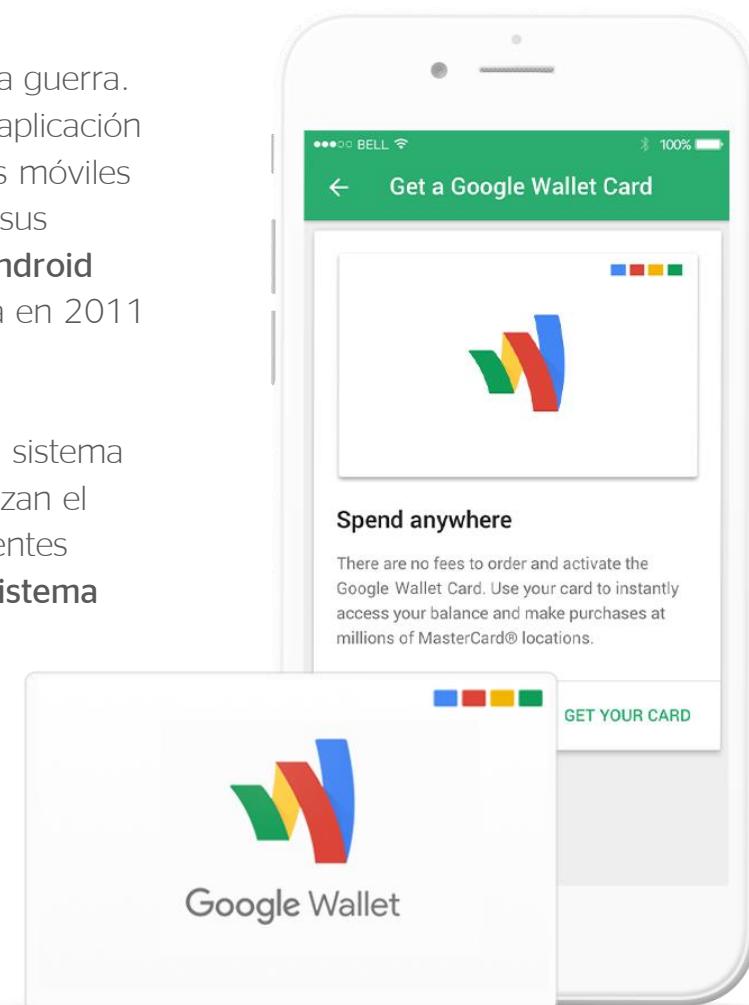


## Android Pay, la reacción de Google (in).

Google, por su parte, no se resigna y no quiere perder esta guerra. En febrero de 2015 llegó a un acuerdo con Softcard, una aplicación móvil propiedad de tres operadoras de telecomunicaciones móviles (Verizon, AT&T y T-Mobile), para instalar Google Wallet en sus teléfonos y en septiembre lanzaba **su sistema de pagos Android Pay, una versión evolucionada de Google Wallet** -pionera en 2011 pero que no consiguió hacerse con el mercado-.

Un sistema similar al Apple Pay, con la diferencia de que el sistema de Google puede usarse con los teléfonos móviles que utilizan el sistema operativo Android en lugar de los teléfonos inteligentes iPhone de Apple. **Funciona en todos los terminales con sistema operativo Android equipados con NFC**, la tecnología de comunicación de corta distancia, que permite que dos dispositivos próximos físicamente comparten información.

Para pagar con el móvil, **simplemente será necesario rozar el teléfono con la terminal** de tarjetas de crédito de forma que se realice una conexión a través de NFC.



Como explica [este informe de PWC](#), la tecnología NFC (*Near Field Communication*), “es una tecnología inalámbrica lanzada en 2003 que usa ondas de corto alcance para conectar dos dispositivos, lo cual permite hacer transacciones entre un teléfono móvil y una terminal de punto de venta previamente adaptados. Su radio de acción es de 20 centímetros, pero la distancia ideal para que funcione son cuatro centímetros, lo cual exige acercar mucho el móvil al terminal de la tienda para hacer el pago”.

La consultora destaca en su informe que es precisamente este requisito el que, aunque hace menos cómoda la operativa que en otras tecnologías, reduce las

posibilidades de que la señal sea interferida o los datos robados. La tecnología NFC la usan 100 millones de clientes en todo el mundo, según los datos de Juniper Research en 2014, y superará los 500 millones en 2019, ya que muchos teléfonos móviles nuevos la incorporan.

“También está creciendo de manera acelerada su adopción por parte de los

establecimientos comerciales. Ya hay tres millones de ellos en el mundo que aceptan NFC. El gran espaldarazo a esta tecnología lo dio Apple, al anunciar Apple Pay, lanzado en Estados Unidos en 2014, funcionaría con NFC”.



# La pugna de Samsung Wallet



[Samsung Wallet](#) ha sido el último en sumarse a la pelea por el pago móvil. Para ello, el Samsung Galaxy S6 Edge y el Samsung Galaxy Note 5 ya cuenta con Samsung Pay instalado de serie. Este nuevo servicio de la compañía se lanzó en Corea del Sur en agosto y en septiembre de 2015 en Estados Unidos. Funciona con la tecnología NFC y MST (*Magnetic Secure Transmission*).

La tecnología MST permite pagar con el móvil con datáfonos que no tienen tecnología NFC, sino el receptor magnético habitual. Funciona creando campos magnéticos variables cuando el usuario quiere iniciar un proceso de pago y permite que Samsung Pay sea compatible desde el primer minuto con muchísimos datáfonos de todo el mundo.



La guerra por este mercado acaba de comenzar. Un mercado que va mover miles de millones cada día. Como señala Ed McLaughlin, jefe de pagos emergentes de MasterCard, **"Sabemos que si la gente usa el teléfono para pagar dos o tres veces, después no vuelve a su antiguo comportamiento"**. La lucha está en qué modelo utilizará.



# 02

## ¿El fin del dinero en efectivo?

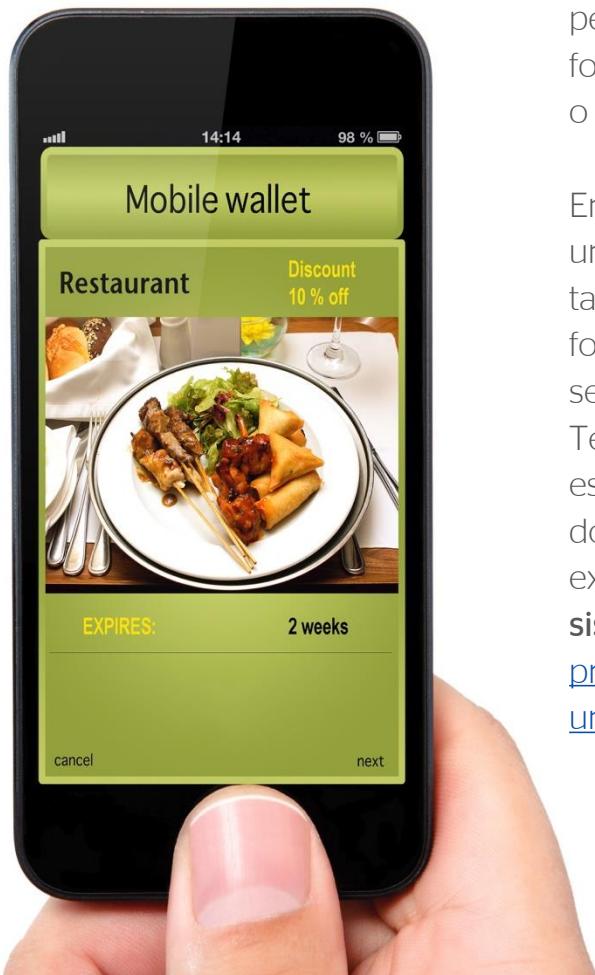
El dinero en metálico es el medio de pago más usado en el mundo, aunque en la era digital el *smartphone aspira a ser nuestra cartera* ().

“El efectivo es caro, sucio, poco fiable y no da ingresos públicos”. Con esta rotundidad el responsable de medios de pago de BBVA, Mehmet Sezgin, defendía el sistema de pagos móviles Wallet en [esta entrevista](#) el pasado mes de julio. Un año antes Francisco González, presidente de BBVA, declaraba en el Financial Times: “Los

bancos que no estén preparados para nuevos competidores como Google, Facebook o Amazon se enfrentan a una muerte segura”.

Europa parece decantarse por el fin del dinero en efectivo: **Dinamarca** ha lanzado un plan -propuesta electoral-, para acabar con el dinero físico en

muchas de las operaciones que hacen habitualmente los ciudadanos. El país nórdico aspira a acabar con el dinero de plástico en tiendas de ropa, gasolineras o restaurantes.



Con 5,6 millones de habitantes, **Dinamarca dice que dejará de acuñar moneda en 2016**. Uno de cada tres habitantes utiliza ya [MobilePay](#), la aplicación que pertenece a DanksBank y que permite transferir dinero de forma digital a otros teléfonos o cuentas.

En esta carrera por conseguir una sociedad sin efectivo también está trabajando de forma intensa **Suecia** que, según The Royal Institute of Technology de Estocolmo, está cerca de ser una sociedad donde los pagos se efectuarán exclusivamente mediante **sistemas de pago virtuales** y [predice que esta situación será una realidad en 2030 \(f\)](#).

**Alemania** tampoco se quiere quedar rezagada. Uno de sus sabios económicos, Peter Bofinger, no tenía reparos en calificar al dinero físico como “anacrónico” en esta [entrevista en el diario Spiegel](#). “Los billetes y monedas en euros son obsoletos y solo reducen la influencia de los bancos centrales. El gobierno federal debería abolir el uso de dinero en efectivo. **Teniendo en cuenta las posibilidades técnicas de hoy en día, los billetes y monedas son un anacronismo**”.

Bofinger daba un paso más: “Si nos deshacemos del dinero, el mercado negro y el mercado de las drogas acabaría. Y también sería más



fácil para los bancos centrales hacer cumplir sus políticas monetarias". Ideas que comparten el ex secretario del Tesoro de **Estados Unidos** Larry Summers o el economista Kenneth Rogoff que apunta al **dinero en metálico como el principal causante de la evasión de impuestos**.

## La entrada de los móviles en los sistemas de pago ([in](#))

Los móviles son la herramienta para acabar con billetes y monedas, como defiende Mehmet Sezgin en [El País](#): “Vamos hacia **una sociedad sin dinero en efectivo**.

Queremos movernos desde las monedas a las tarjetas, y de las tarjetas a la denominada *cashless society* [sociedad sin calderilla]. No es una evolución fácil, pero creemos que una de las mejores formas de llevar a cabo esa transformación son los teléfonos móviles. Un *smartphone* es básicamente un ordenador y, por tanto, cada uno de nuestros clientes

tiene un ordenador en su bolsillo. **Los teléfonos son la mejor forma para digitalizar, no solo el efectivo, sino también las tarjetas**. Como ocurre con la tecnología chip, de nuevo los bancos europeos han tomado la iniciativa. Mastercard y Visa ya han dicho que en 2020 todos los TPV [terminal punto de venta] tendrán servicios de *contactless*. Eso significa que podrás pagar con tu teléfono y no será necesario usar el dinero de plástico nunca más”.



Siguiendo con esta idea, el [informe](#) 'Los Medios de Pago, una paisaje en movimiento', elaborado por el Centro del Sector Financiero de PwC e IE Business School califica a los móviles de "depredadores": "Desde que empezaron a popularizarse en la década de los 90, **los dispositivos móviles han actuado como depredadores digitales**, ya que han sustituido en mayor o menor medida a cámaras fotográficas, ordenadores, libros, periódicos, reproductores de música, radios, televisiones, relojes, juegos de mesa o calculadoras, y es posible que acaben haciendo lo mismo con el dinero".

Y remacha: "Los nuevos medios de pago sustituirán poco a poco a los convencionales y llegará un momento en que casi todas las operaciones se realizarán online, sobre todo a través de los dispositivos móviles. El *smartphone* será la cartera. Reemplazará al ordenador en las compras online y acabará con las tarjetas físicas para las operaciones en las tiendas. Es un cambio radical e inevitable, similar al que representó la aparición de las tarjetas, pero se realizará de forma más paulatina. En parte, porque los nuevos medios de pago adolecen de dispersión, información insuficiente, escasos incentivos de uso y falta de liderazgo de los agentes".



Un camino lento y largo pues: “El dinero en efectivo es, de largo, el medio de pago más usado en el mundo. Según estimaciones aproximadas, el 85% de las transacciones y el 60% del valor de las mismas se realizan con dinero contante y sonante”.

Para acabar con esta supremacía el estudio señala: “Los *wallets* o monederos móviles son una de las opciones de medios de pago con mayor proyección, por su facilidad de uso y su adaptación al ecosistema de los teléfonos móviles inteligentes. Hay quien piensa que en un futuro no muy lejano la gente podrá salir de casa sin cartera; solo con el móvil.”

Un objetivo que parecen perseguir sin descanso tanto los gobiernos como los bancos en los últimos años.

# 03

## Sin temor a los ‘wallets’

La pérdida de datos o el robo de identidad preocupan cada vez menos ( ) a los usuarios que se acercan a este medio de pago y dejan atrás el efectivo.

Si hace unos años la seguridad era una de las preocupaciones de los usuarios cuando pagaban virtualmente, hoy día **los consumidores confían en la ubicuidad de sus móviles y en los pagos que realizan,**

aunque todavía persisten temores que les frenan a la hora de utilizar sus *wallets*, como el robo de la identidad o los cargos adicionales en las compras.



## ¿Qué buscan los clientes con los monederos virtuales? ¿Las empresas? ¿Quién ganará la carrera por el mercado wallet?

El [estudio](#) 'The Future of the Mobile Wallet: Barriers and opportunities for the next stage of the mobile payment revolution' se hace, entre otras, estas preguntas para analizar una de las tendencias financieras que puede revolucionar el mundo de los pagos.

La frase de Ed McLaughlin, jefe de pagos emergentes de MasterCard, "**sabemos que si la gente usa el teléfono para pagar dos o tres veces, después no vuelve a su antiguo comportamiento**", parece ser cierta entre los usuarios encuestados que

utilizan los monederos virtuales, ya que lo hacen con bastante frecuencia, entre dos y tres veces por semana.

En el citado estudio se destaca un dato emergente: el número de usuarios que se ha acercado al mundo *wallet* y que planea utilizar la billetera se ha multiplicado en los seis últimos meses.

Aunque la seguridad es la principal barrera para utilizar el monedero móvil, los usuarios tienen cada vez menos miedo. Si en 2013 el 73% señalaba que le preocupa la seguridad, ese porcentaje es del 62% dos años después. Aún así, la **seguridad** y la preocupación de nuevos cargos después de una compra siguen frenando este negocio.

## ¿Cuáles son los temores para no acercarse a este nuevo modelo de pago?

Las personas que no utilizan los *wallets* piensan que su identidad puede ser suplantada y les **preocupa también el robo de su información personal, la pérdida de datos** o que se puedan utilizar sus móviles para transacciones.



Aunque no todos son malas noticias para las empresas que aspiran a que todas las personas dejen el dinero en efectivo y se enganchen al pago en el móvil. Existe cada vez más familiaridad con estas aplicaciones y el miedo desaparece. Día a día las personas se encuentran más a gusto con este tipo de pagos *online* con el que se encuentra satisfecha.

### [¿Cómo puedo convencer a alguien para que utilice los wallets? \( f \)](#)

El estudio destaca que si las compañías tecnológicas, bancos, fabricantes de móviles u operadoras de telefonía móvil que luchan por conquistar este negocio son capaces de **asegurar al 100% que es imposible un fraude o**



robo de datos o identidad las personas no tendrían ningún problema en abandonar el dinero físico.

Para lograr aspirar a esa seguridad completa, bancos y compañías apuestan por cambiar los números de datos de tarjetas reales por uno cifrado. Cuando una persona realiza una compra utiliza el número de dispositivo junto con un

código de seguridad y de esta forma no comparte los números de la tarjeta reales con los comerciantes ni son transmitidos al realizar el pago. Esto permite que no se tenga que mostrar la tarjeta de crédito o débito, revelar la identidad; una capa adicional de privacidad que garantiza que esa información nunca se pierda y sea totalmente privada.



## El año clave (in)

2015 es el año del despegue de los pagos móviles. **Un 15% ha utilizado los wallets en los últimos 6 meses y un 22% prevé utilizarlo en los próximos seis meses.** Las compañías ya ofrecen descuentos u otro tipo de incentivos para captar más clientes. Según datos de PwC, “lo que está en juego en este tira y afloja estratégico es un mercado de 20.000 millones de dólares”. [estudio](#) ‘Los medios de pago, un paisaje en movimiento’ también destaca que **los bancos son los agentes del proceso de pagos que inspiran mayor confianza** a los consumidores.

Destaca tres características para lograr el ansiado mercado:

**1**

**El respaldo de las principales entidades bancarias.** Ofrece confianza y comodidad, sobre todo si se trata de tu banco, porque no tienes que cambiar el dinero de sitio para hacer pagos.

**2**

**Un sistema de identificación ágil** (nada de contraseñas complicadas) y seguro (invulnerable ante posibles robos del dispositivo o suplantaciones).

**3**

**Versatilidad.** Es decir, que pueda emplearse en todo tipo de establecimientos comerciales (físicos y virtuales).

Las barreras disminuyen y el consumidor apuesta por este mercado que despegó con la mira puesta en la conquista de los pagos. En Estados Unidos y en otros continentes. Prueba de ello son los 400.000 usuarios europeos que tiene BBVA Wallet.





# 04/ENTREVISTA

**"El cliente busca en los 'wallets' el valor añadido que no le ofrece el dinero en efectivo"**

Álvaro Martín, socio responsable del área de innovación de [Analistas Financieros Internacionales](#) (Afí), analiza el presente y el futuro del mercado *wallet*, cómo puede desarrollarse el papel de los grandes actores tecnológicos como Google y Apple, así como el rol que jugarán los bancos que apuesten por los nuevos medios de pago ([Twitter](#)).

## ¿Hacia dónde camina el mercado de pagos? ( f )

La tendencia es sustituir la cartera por el móvil. Todos tenemos ahora mismo un teléfono móvil que es un dispositivo que posee una capacidad tremenda y el mercado nos está dando la razón a los que pensábamos que la cartera física para llevar dinero va a desaparecer. Los *wallets* son las aplicaciones que van a cumplir esa función. Todavía están en fase preliminar pero ese es el camino.

### ¿Qué tipo de clientes buscan?

En esta fase normalmente son los clientes más sofisticados, con un perfil más inquieto, que quieren probar cosas nuevas y que no tienen miedo al cambio. Algunas entidades

están consiguiendo que la gente descargue la aplicación para utilizarla aunque para efectuar el pago hay limitaciones por la parte de los terminales, no todos tienen la capacidad de realizar pagos directamente desde el teléfono con la tecnología NFC.

## **¿Los bancos deben temer a Apple, Google en el sector de los *wallets*?**

Más que un peligro creo que es un terreno que todavía no está definido. Ya no es solamente que los bancos piensen que este mercado pueda llevarlo Google o Apple, es que hay otros actores que también están desarrollando *wallets*. No se sabe todavía quién se va a llevar el gato al agua por decirlo de alguna manera. Los bancos,

normalmente, están apostando por soluciones cerradas para sus propios clientes. La diferencia con lo que ofrecen Apple o Google es que generalmente estos son abiertos y permiten utilizar medios de pago de distintas entidades. También pueden aparecer otros actores que ofrezcan soluciones al cliente.



La experiencia de usuario, lo que se está ofreciendo al cliente final cuando maneja esa billetera electrónica, es lo que va a determinar en buena medida cuál es la solución que se va a imponer. Hoy en día no está claro si ganaran los bancos, las grandes compañías tecnológicas o terceros. BBVA, por ejemplo, es pionero en España, lo ha impulsado y sigue apostando por ello tanto en aquí como en otras geografías; y muchas más entidades están trabajando en ese ámbito.

### ¿Qué aportan estos monederos virtuales? (in)

La propuesta de valor inicial va ligada a la virtualización del medio de pago. En lugar de utilizar la tarjeta física tengo el teléfono y me ahorro llevar tarjetas y de entrada lo que voy a poder tener son muchas más tarjetas pues no ocupan espacio. Pero eso no es suficiente para justificar un despliegue tecnológico ni conseguir un cambio de hábito en el consumidor.

Lo que hay que conseguir es que estos monederos tengan más funcionalidades. Ofrecerle al cliente ofertas personalizadas, analizando cómo se

comporta, qué tipo de intereses tiene... con la información que tienen las entidades financieras ofrecerle descuentos, promociones, facilitarle la actividad diaria ligándola con el medio de pago. Esa es la siguiente fase -algunas entidades ya lo están haciendo- fidelizar y darle valor añadido a este modelo de pago. Al cliente le tienes que ofrecer algo que sea útil, que sea interesante y que no le haga dar muchas vueltas a la mente a la hora de pensar qué aplicaciones tiene que abrir o cómo encuentra su tarjeta. Si la experiencia es sencilla y tiene valor



añadido sobre lo que es la pura transaccionalidad, más atractivo será este mundo para el cliente.

¿Tienen más ventajas Google o Apple frente a las entidades financieras para llevarse este mercado?

La ventaja que tienen Google y Apple en particular es la relación especial que tienen con el cliente, les vienen ofreciendo productos y servicios desde hace tiempo; ya están interiorizados en su vida diaria y esa es la parte que tienen ganada. La dificultad es que los asuntos de dinero son un poco más complejos que las puras comunicaciones o las búsquedas que son funciones tremadamente útiles pero que no conlleva el factor crítico que tiene manejar dinero.



Lo que uno ve cuando aparecen servicios que conectan las cuentas bancarias con las tarjetas es que la gente tiene precaución y vigila cómo se va a utilizar su información y cómo se va a acceder a su dinero. En eso los bancos tienen todavía una confianza que no tienen Apple y Google. De hecho las iniciativas de pago que han lanzado estas compañías se sustentan en las propias tarjetas de los bancos.

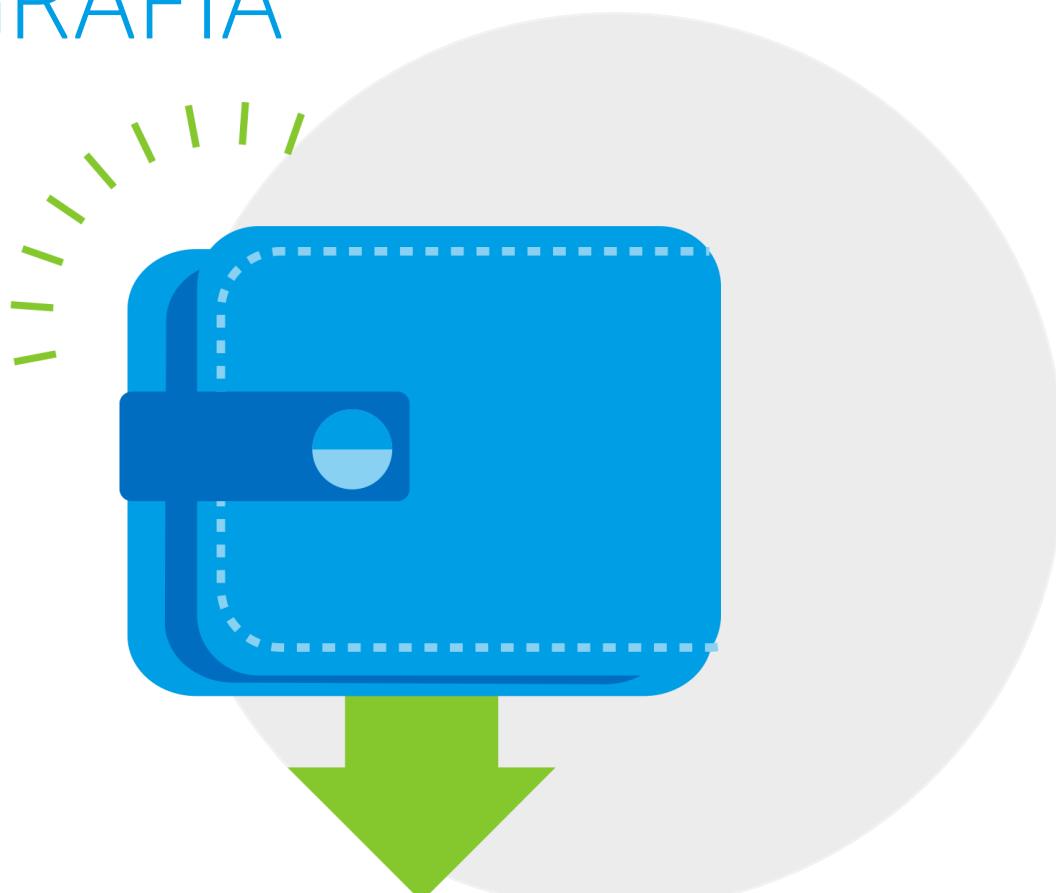
¿Desaparecerá el dinero en efectivo?  
Esa es la pregunta del millón. Cuesta imaginarse un futuro sin dinero en efectivo por los problemas prácticos pero no lo descarto. Cada vez tiene menos sentido. Por todas las ventajas que tiene el dinero electrónico, no solo para la persona individual sino para el conjunto del sociedad, yo creo que el efectivo debería desaparecer. Aunque no será a corto plazo.

# 05/INFOGRAFÍA

## El auge de los 'wallets'

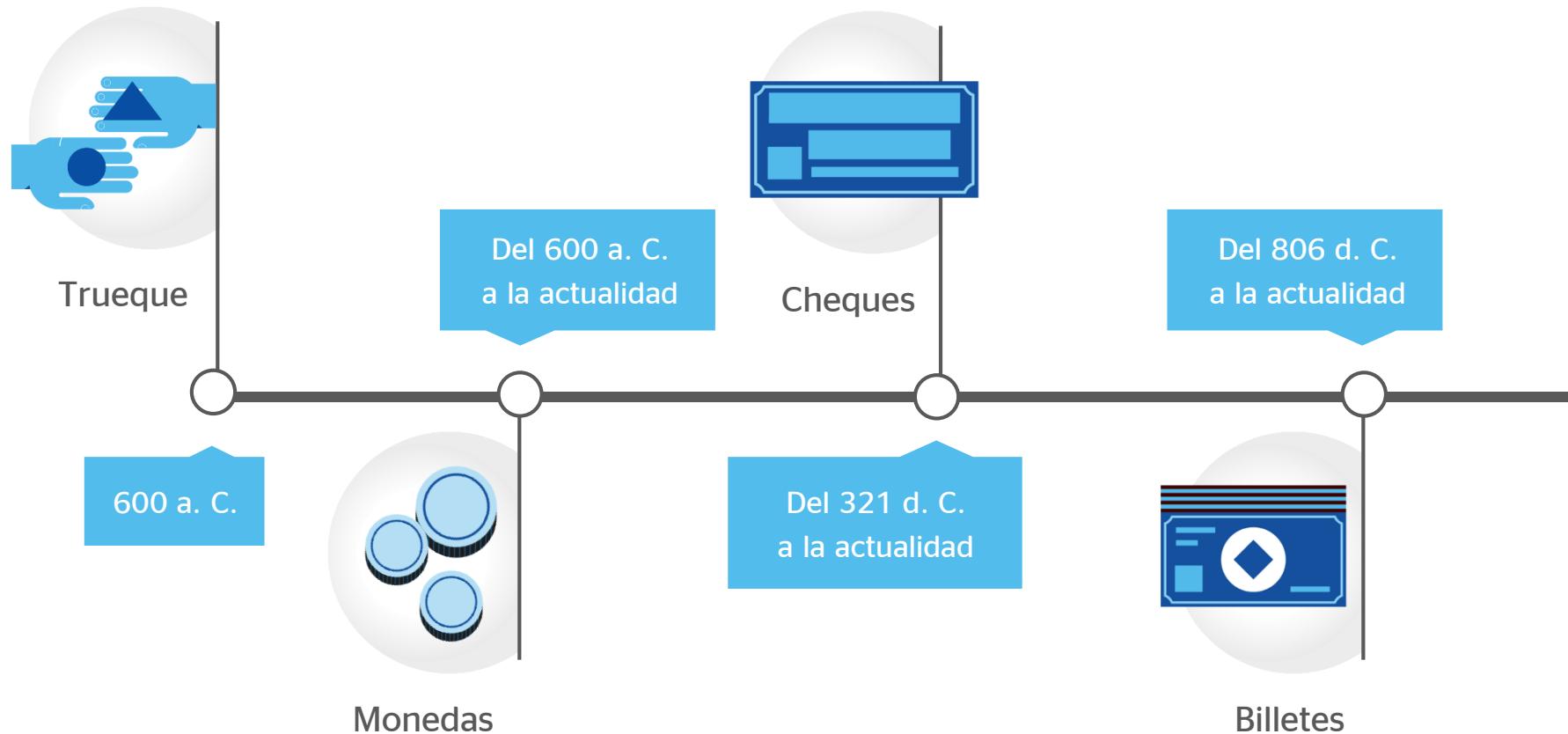
La creciente proliferación de los pagos a través de internet y, sobre todo, del teléfono móvil está cambiando la fisonomía de la industria del sector en todo el mundo.

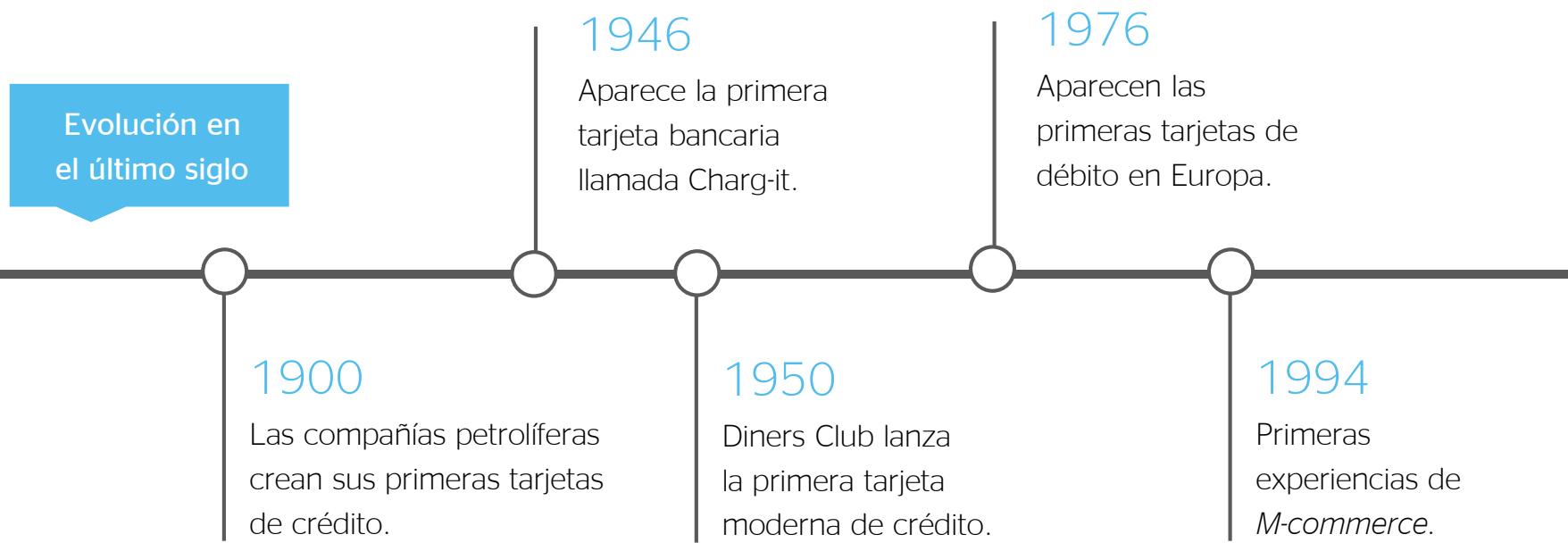
 [Compartir en Pinterest](#)

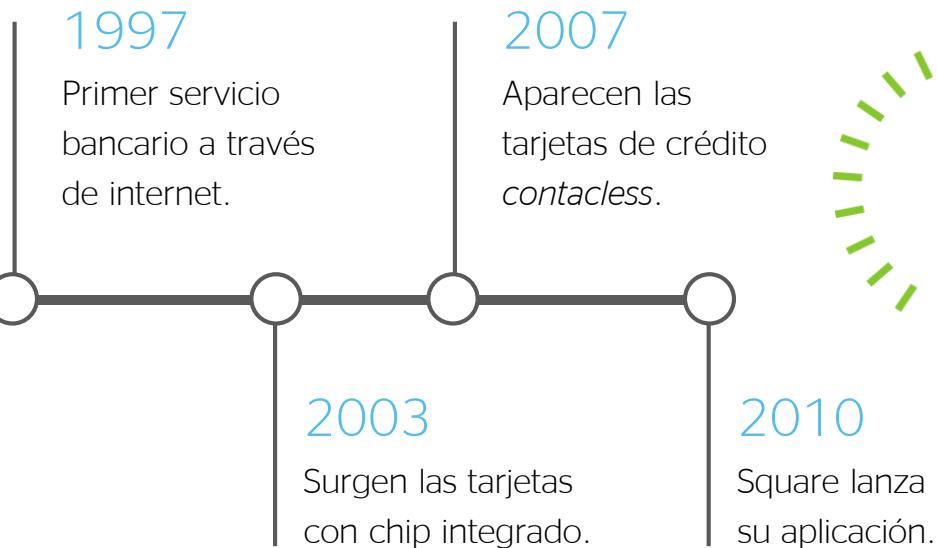




# Evolución de los medios de pago

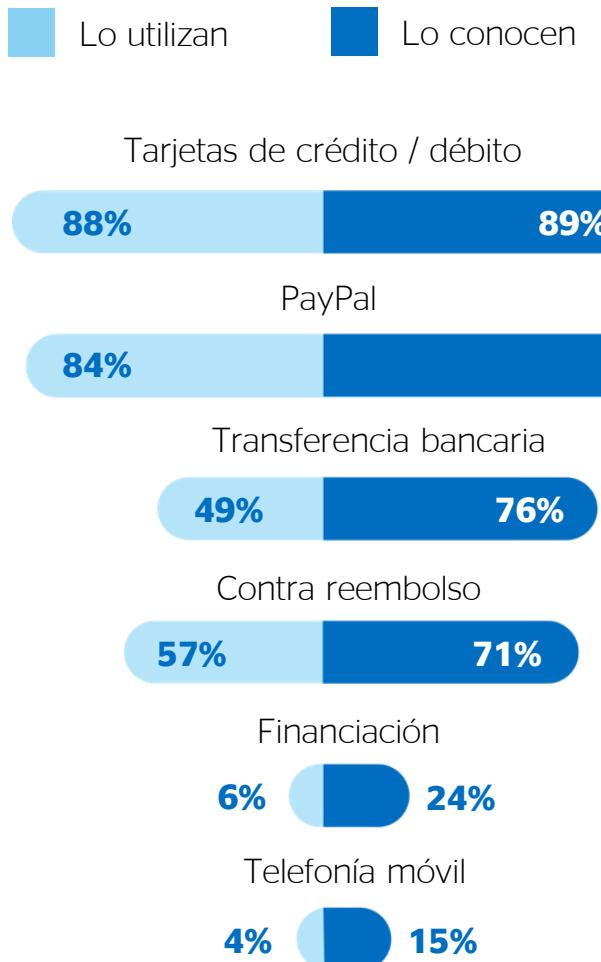






# 'Wallets' en cifras

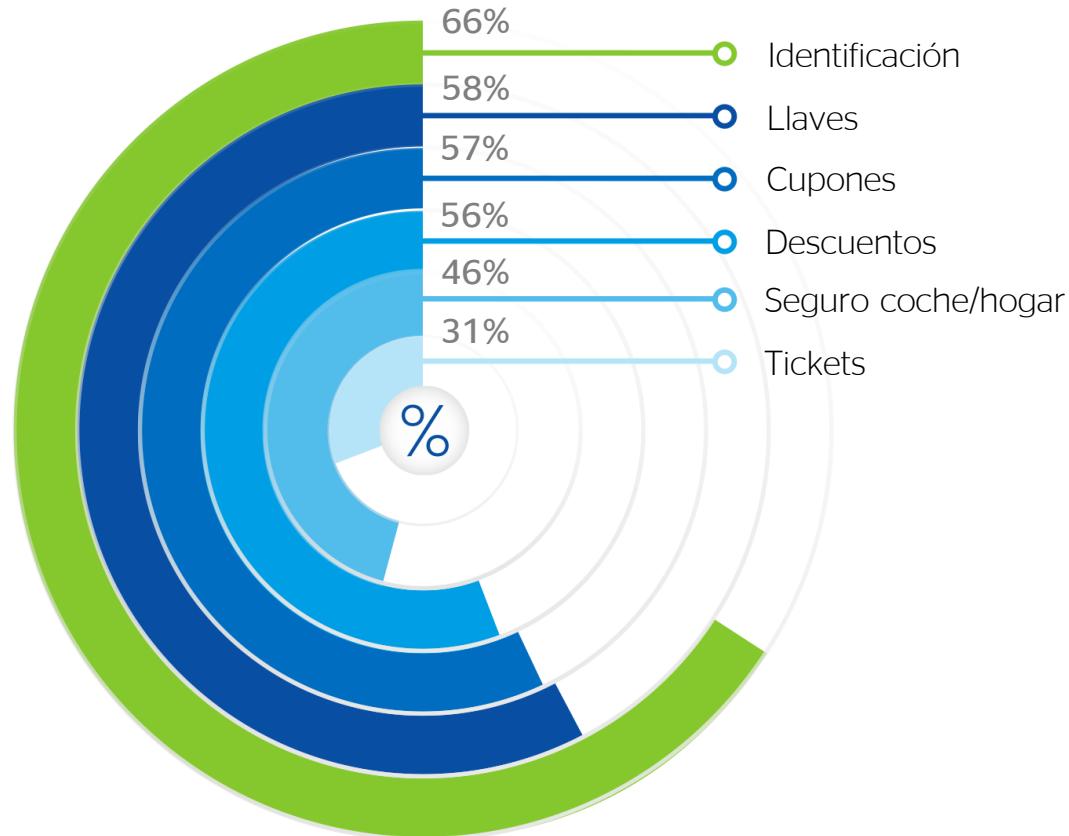
## Alternativas al pago en efectivo



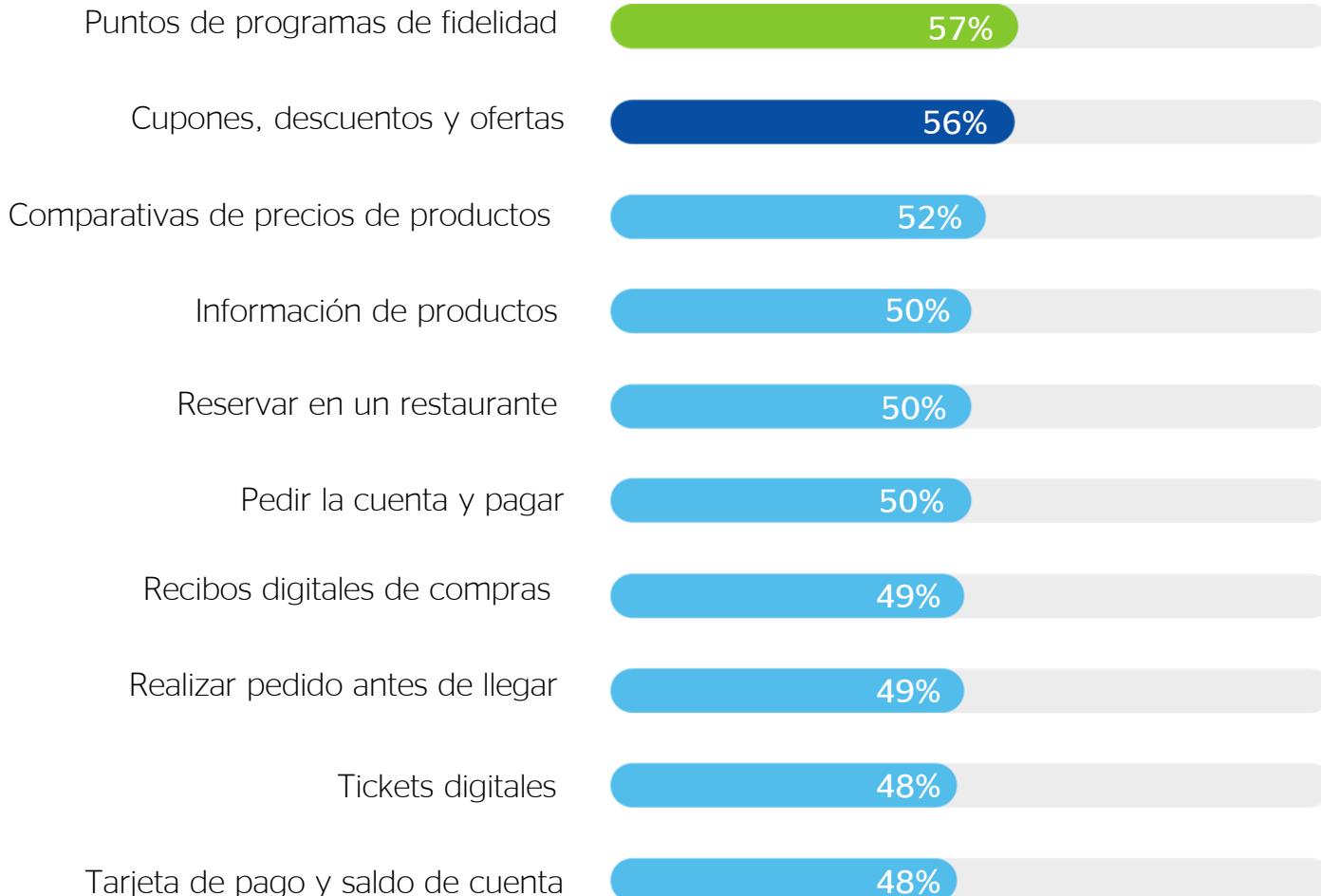
## Uso de 'wallets'



## 'Wallets' como sustituto de otras herramientas de pago



## Los clientes esperan que los 'wallets' incluyan variedad de servicios



# SERIE FINTECH BY innovation edge

BBVA Innovation Center crea la Serie Fintech By Innovation Edge para mantenerte informado de las tendencias más punteras en innovación financiera con sus claves, análisis, casos de éxito, entrevistas a expertos e infografías para visualizar los datos que describen cada una de estas tendencias.

compartir



ANTERIORES NÚMEROS



Análisis de las *startups* y emprendedores emergentes del país



Fidelizar y atraer a clientes a través de las redes sociales



La bancarización como instrumento para impulsar el desarrollo en muchos países



Los 'robo advisors' entran en escena en la gestión de finanzas

síguenos:



Regístrate  
para estar al día  
de las últimas  
tendencias

**BBVA**

INNOVATION CENTER

[centrodeinnovacionbbva.com](http://centrodeinnovacionbbva.com)

Innovation  
**edge**

[centrodeinnovacionbbva.com/innovation-edge](http://centrodeinnovacionbbva.com/innovation-edge)



BBVA no se hace responsable de las opiniones publicadas en este documento.