

Informe de Datos Estadísticos

PAY
MEETING17

 **CÁMARA PARAGUAYA
DE MEDIOS DE PAGO**

ASOCIADOS



JUNTA DIRECTIVA

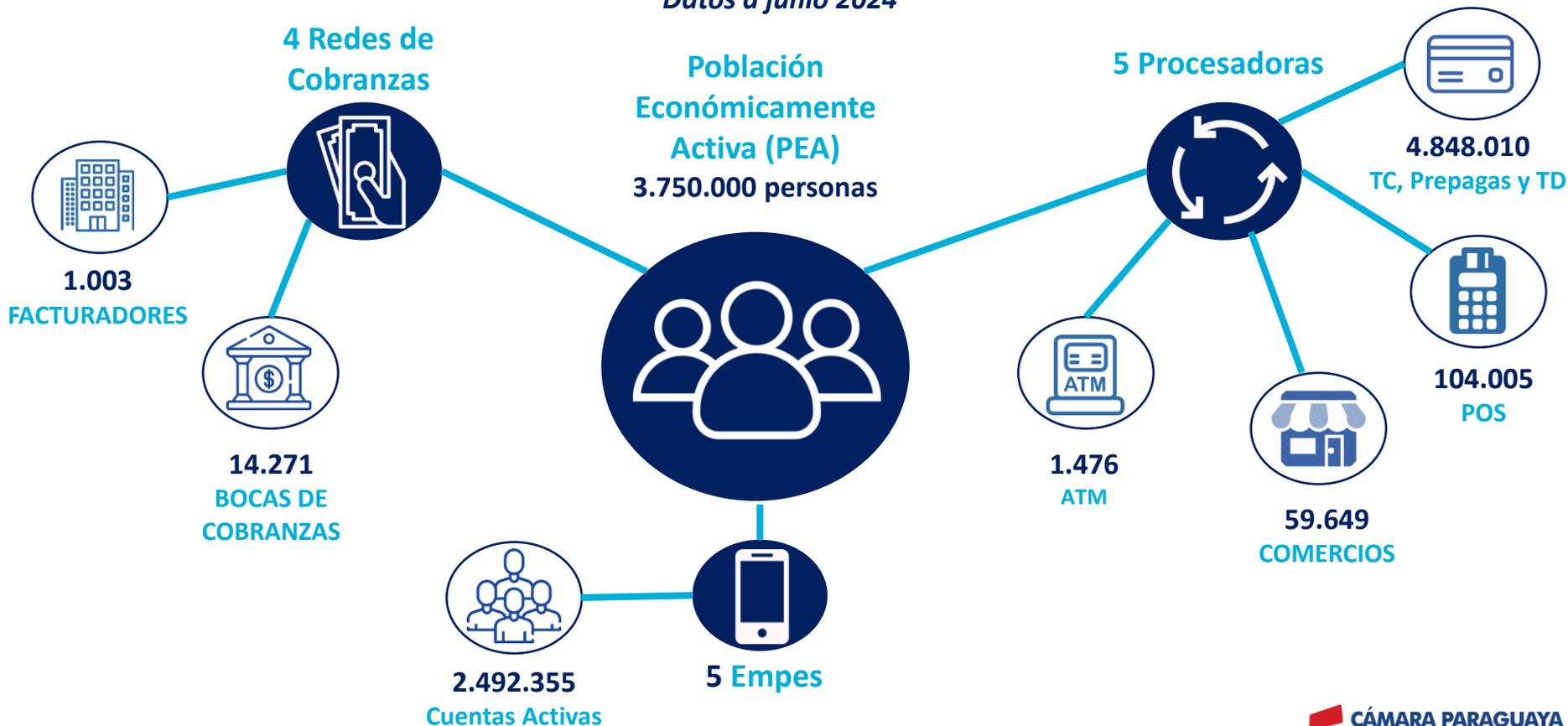
<p>Raúl Alvarenga</p> <p>PRESIDENTE</p> <p>Cabal Paraguay Ltda.</p>	<p>Diego Segovia</p> <p>VICE PRESIDENTE</p> <p>Cooperativa Universitaria Ltda</p>	<p>Fernando Grutter</p> <p>SECRETARIO</p> <p>Personal Envíos S.A.</p>	<p>Patricia Ferreira</p> <p>PRO SECRETARIA</p> <p>Operadora de Pagos Móviles de Paraguay S.A.</p>
<p>Siro Benitez</p> <p>TESORERO</p> <p>Pronet S.A.</p>	<p>Sixta Salinas</p> <p>PRO TESORERA</p> <p>Bepsa del Paraguay S.A.E.C.A.</p>	<p>José Oricchio</p> <p>VOCAL TITULAR 1°</p> <p>Documenta S.A.</p>	<p>José Torres</p> <p>VOCAL TITULAR 2°</p> <p>Pagos Electrónicos S.A</p>
<p>Fabrizio Royg</p> <p>VOCAL TITULAR 3°</p> <p>Procard S.A.</p>	<p>César Paredes</p> <p>VOCAL TITULAR 4°</p> <p>Bancard S.A.</p>	<p>Rogelio Urizar</p> <p>VOCAL TITULAR 5°</p> <p>Mobile Cash Paraguay S.A.</p>	<p>Juan Llerandi</p> <p>VOCAL TITULAR 6°</p> <p>Netel S.A.</p>

MARCAS PROCESADAS EN PARAGUAY



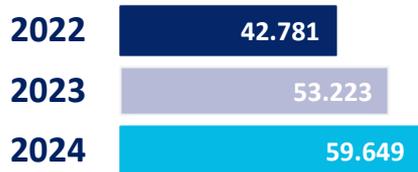
DIMENSIONES GENERALES DEL MERCADO

Datos a junio 2024

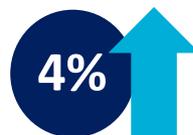


DIMENSIONES GENERALES DEL MERCADO

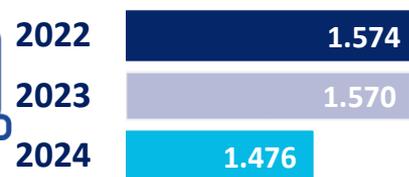
Datos a junio 2024. Var % 2024 vs 2023



POS



ATM



Si la cantidad de comercios crece más que los POS, se está ganando CAPILARIDAD, una de las claves para lograr crecimiento.

1.87 POS / comercio en 2023 vs. 1.83 en 2024

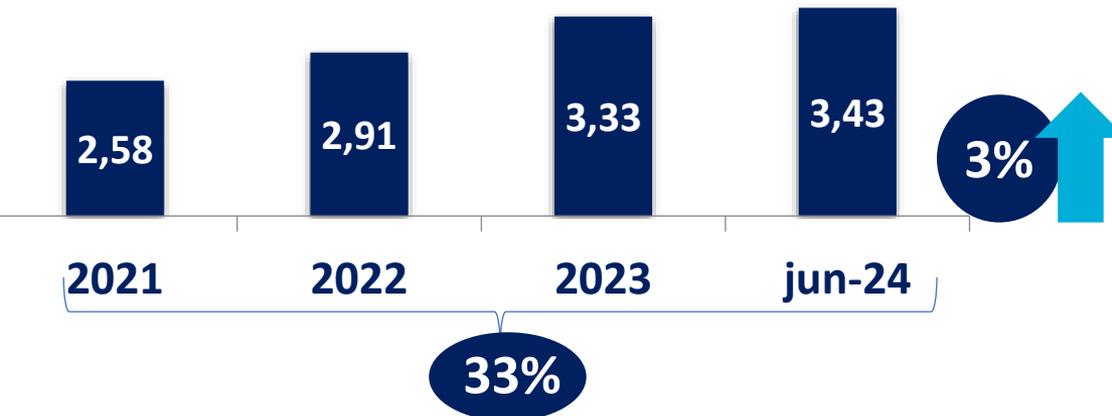
EVOLUCIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO + PREPAGAS Y DÉBITO

Expresado en Tarjetas Vigentes

TC y Prepagas



TD

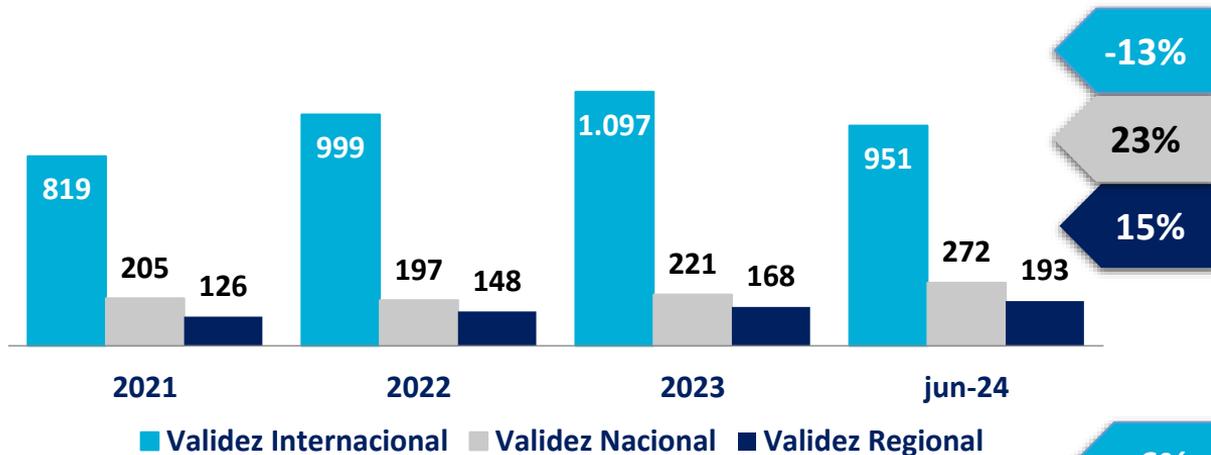


- En 4 años hay casi 1 millón más de **T_Debito**
- 33% de crecimiento en penetración
- Las **T_Debito** tienen menos “duplicación” que las **T_Credito**
- Hay x2.4 veces mas Debito vs. Credito
- Están logrando penetración / bancarización relevante

EVOLUCIÓN DE LAS TARJETAS SEGÚN SU VALIDEZ

Expresado en Miles de Tarjetas

TC y Prepagas



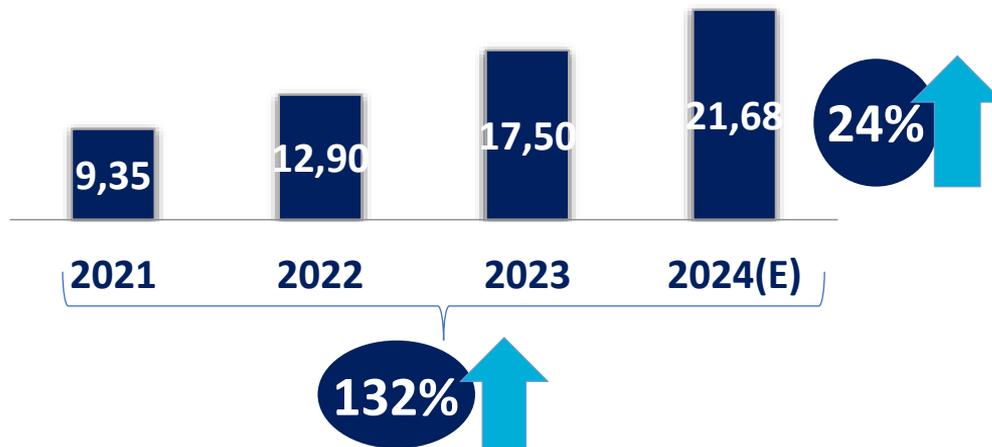
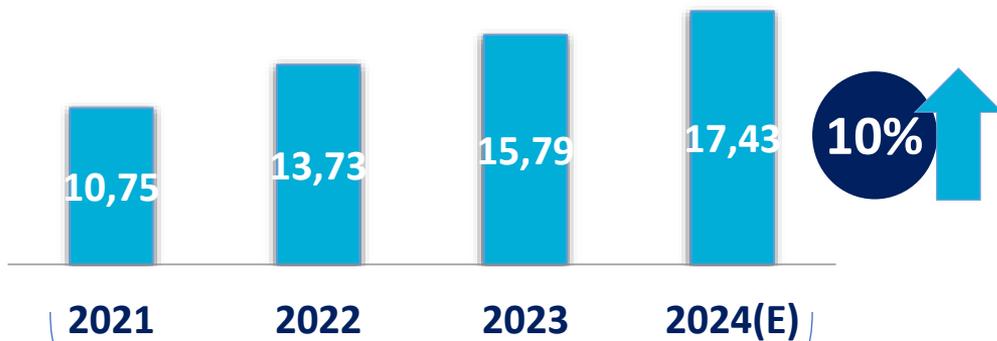
TD



- Las **T_Credito** DECRETEN sobre los plásticos de validez INTL
- Las **T_Debito** crecen sobre los plásticos de validez INTL.
- Hay un CRECIMIENTO CUALITATIVO además de cuantitativo
- Lo inverso ocurre con las T_validez nacional

COMPRAS CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO

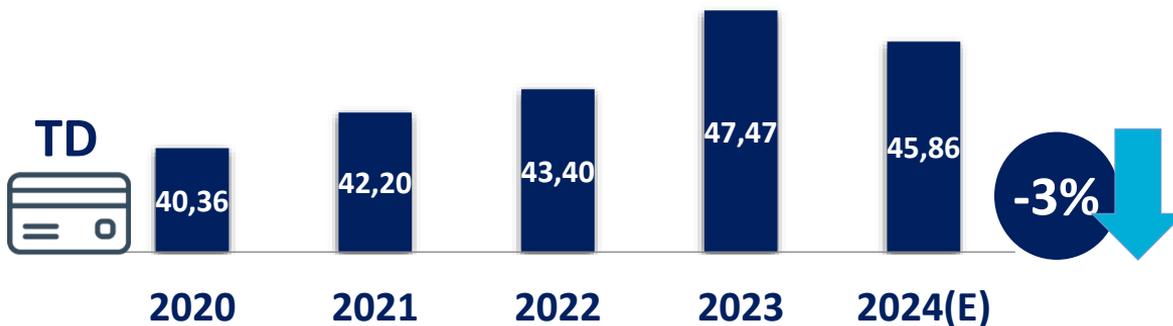
Expresado en Billones de Gs.



- Las **COMPRAS** son la TRX que tracciona de desarrollo genuino del instrumento de pago, dan digitalización y formalización.
- El DEBITO creció **3%** en cantidad de tarjetas vigentes, pero **24%** en compras
- En 4 años, la relación es de **33%** en incremento de plásticos, y **132%** crecimiento de compras
- La tasa de crecimiento de las compras con TC en 4 años es menos de la mitad vs. TD

ADELANTOS Y RETIROS EN CAJEROS AUTOMÁTICOS

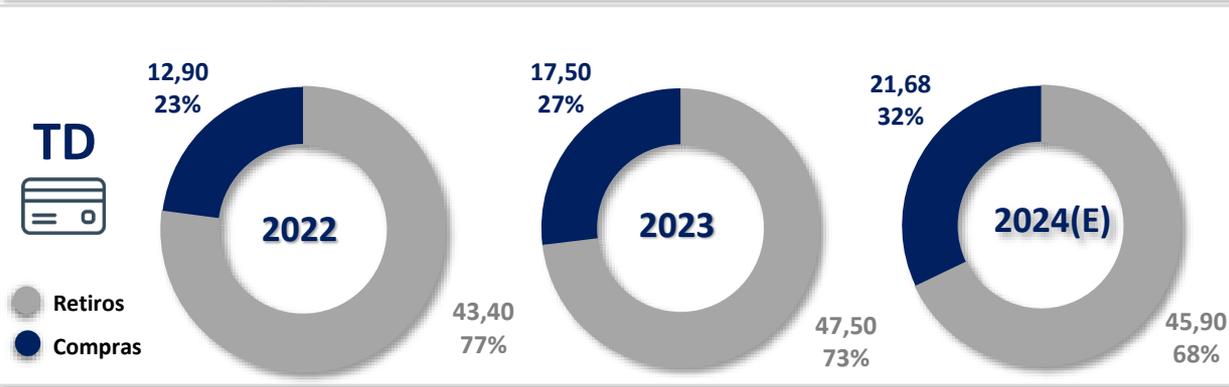
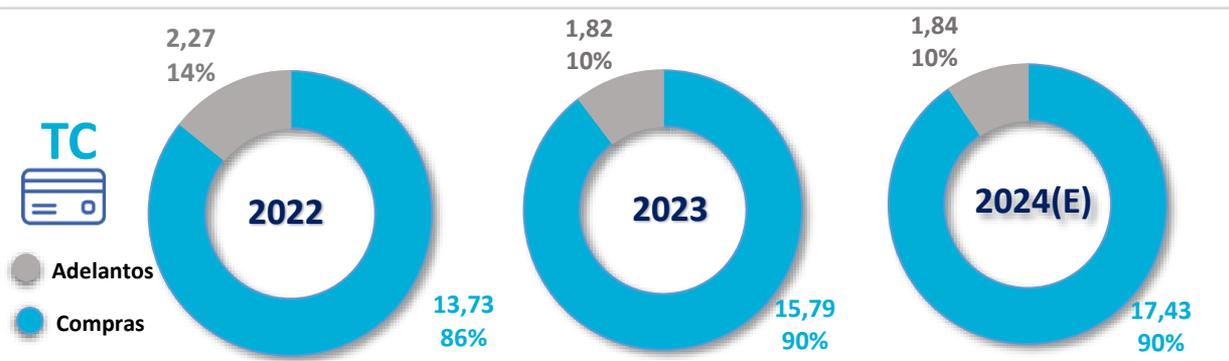
Expresado en Billones de Gs.



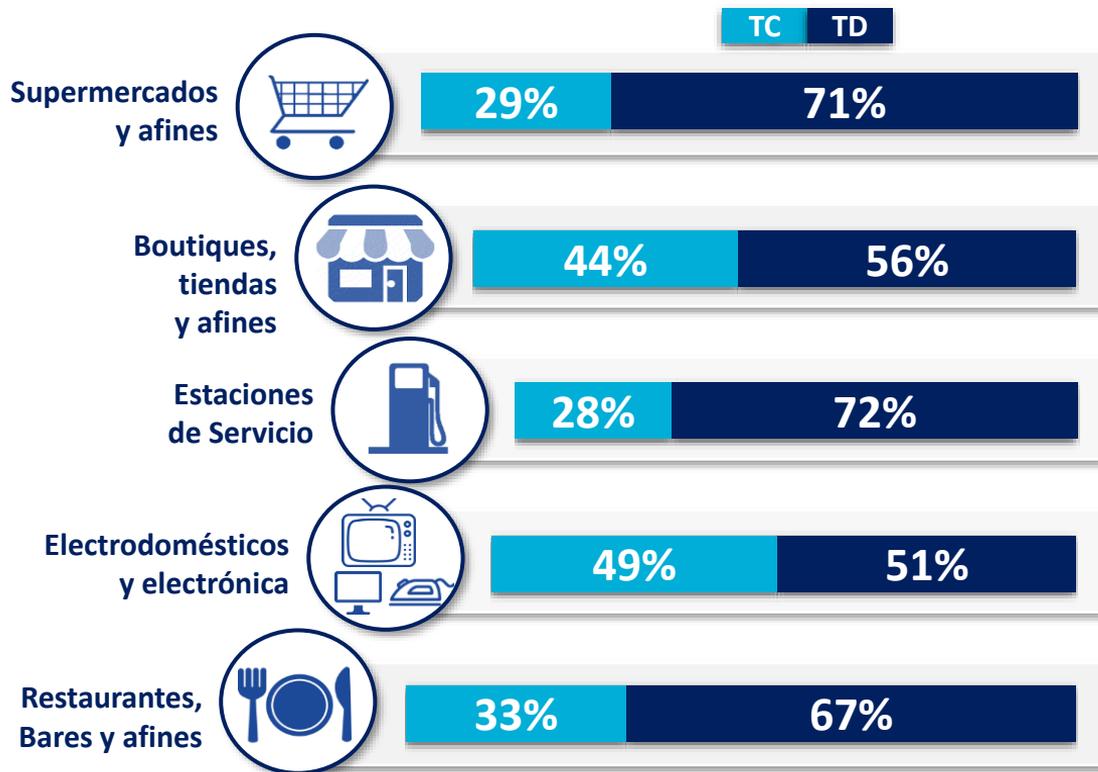
- Al mismo tiempo que las compras crecieron 24%, los retiros cayeron 3%
- Es la primera vez que los retiros **decrecen** a valor nominal en las tarjetas de DEBITO en los últimos 4 años
- Esto sugiere claramente un CAMBIO EN LOS HABITOS de uso del instrumento, la forma en que la gente COMPRA.
- Ya que cae a pesar de que crece la penetración.

COMPRAS VS RETIROS EN CAJEROS AUTOMÁTICOS

Expresado en Billones de Gs.



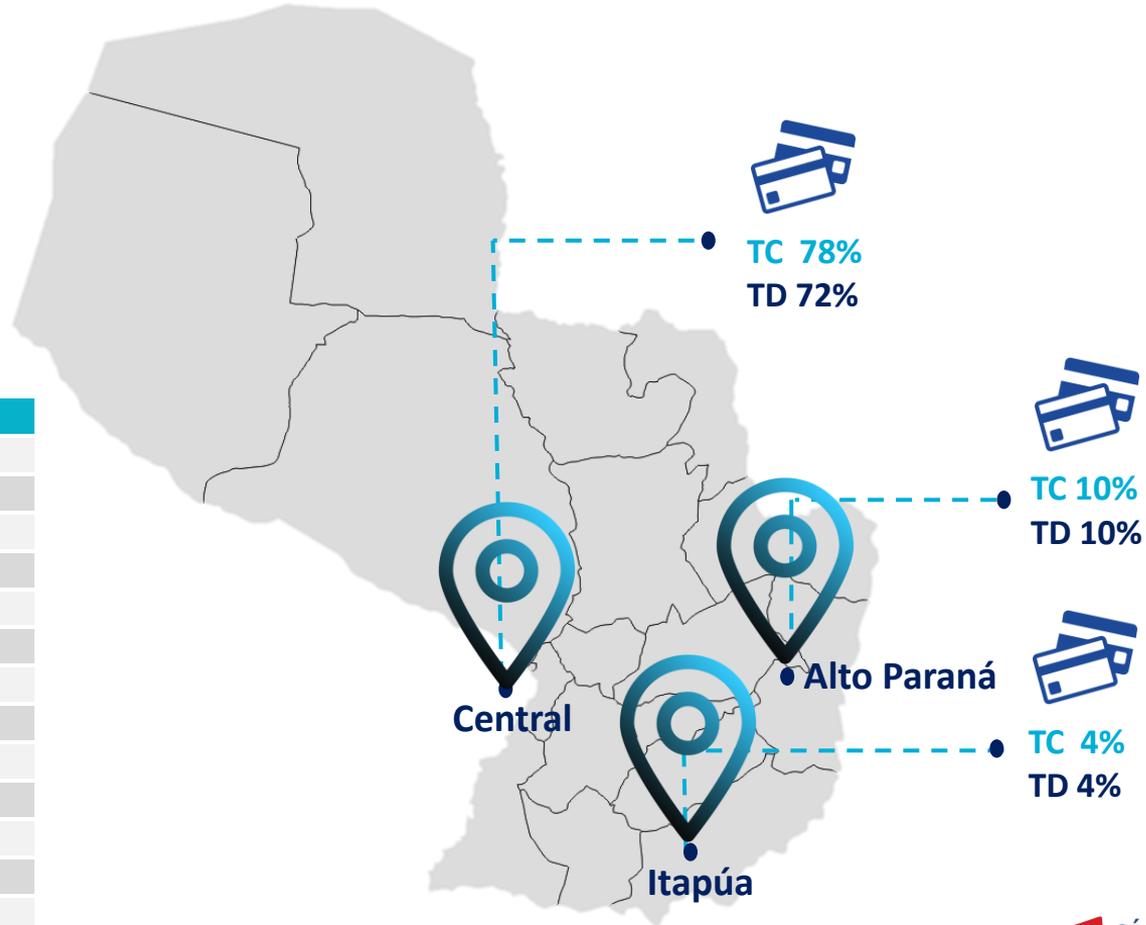
- CREDITO: Si bien los adelantos crecieron 1% vs. 2023, el peso relativo se mantiene en 10%
- DEBITO: en los últimos 3 años, las compras pasaron de ser el 23% del monto transacionado a ser el 32%
 - La tendencia a la baja es constante



- Las tarjetas de DEBITO tienen mayor peso relativo en el MIX DE COMPRAS TOTALES en los RUBROS de mayor cotidianidad / necesidades básicas
 - Combustible 72%
 - Supermercado 71%
 - Restaurantes 67%

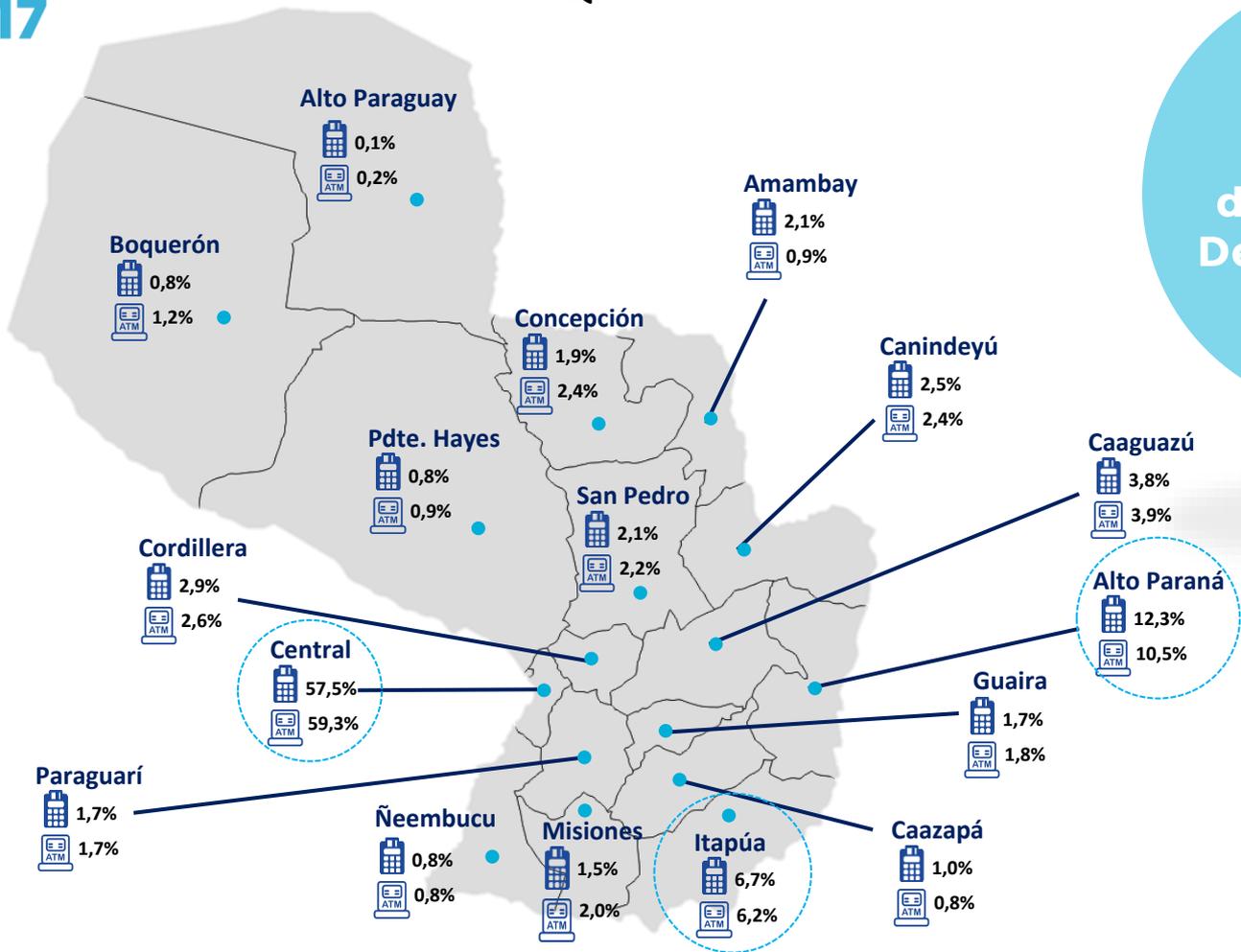
VOLUMEN DE VENTAS CON TC Y TD

Dpto	TC	TD
Caaguazú	1,0%	1,9%
Cordillera	1,3%	1,8%
Canindeyú	1,2%	1,1%
San Pedro	0,4%	0,9%
Amambay	2,0%	1,1%
Concepción	0,4%	1,1%
Guairá	0,5%	0,9%
Paraguarí	0,3%	0,8%
Misiones	0,4%	1,0%
Boquerón	0,6%	1,0%
Caazapá	0,1%	0,2%
Presidente Hayes	0,3%	0,6%
Ñeembucú	0,1%	0,3%
Alto Paraguay	0,01%	0,04%



PARQUE DE POS Y ATM

100%
de Cobertura
Departamental



EVOLUCIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO

Por Rango de Limite de Credito

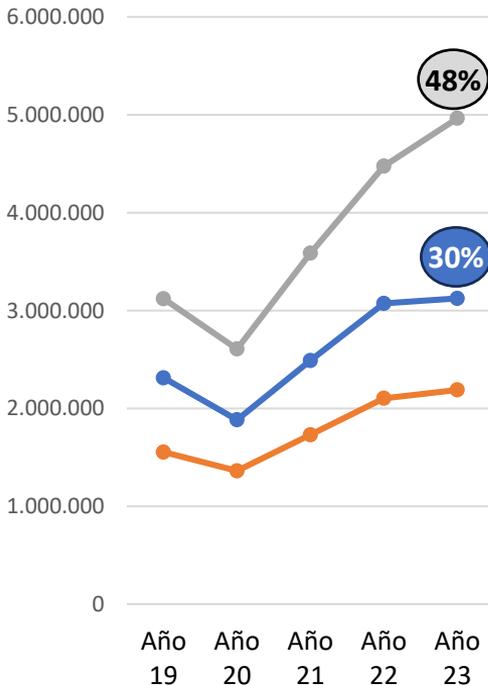
TC y Prepagas



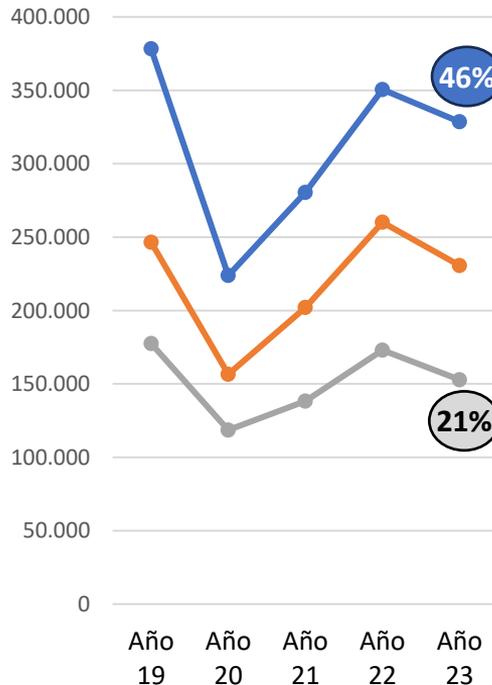
TC por Rango Credito



Compras x Rango en MM Gs.



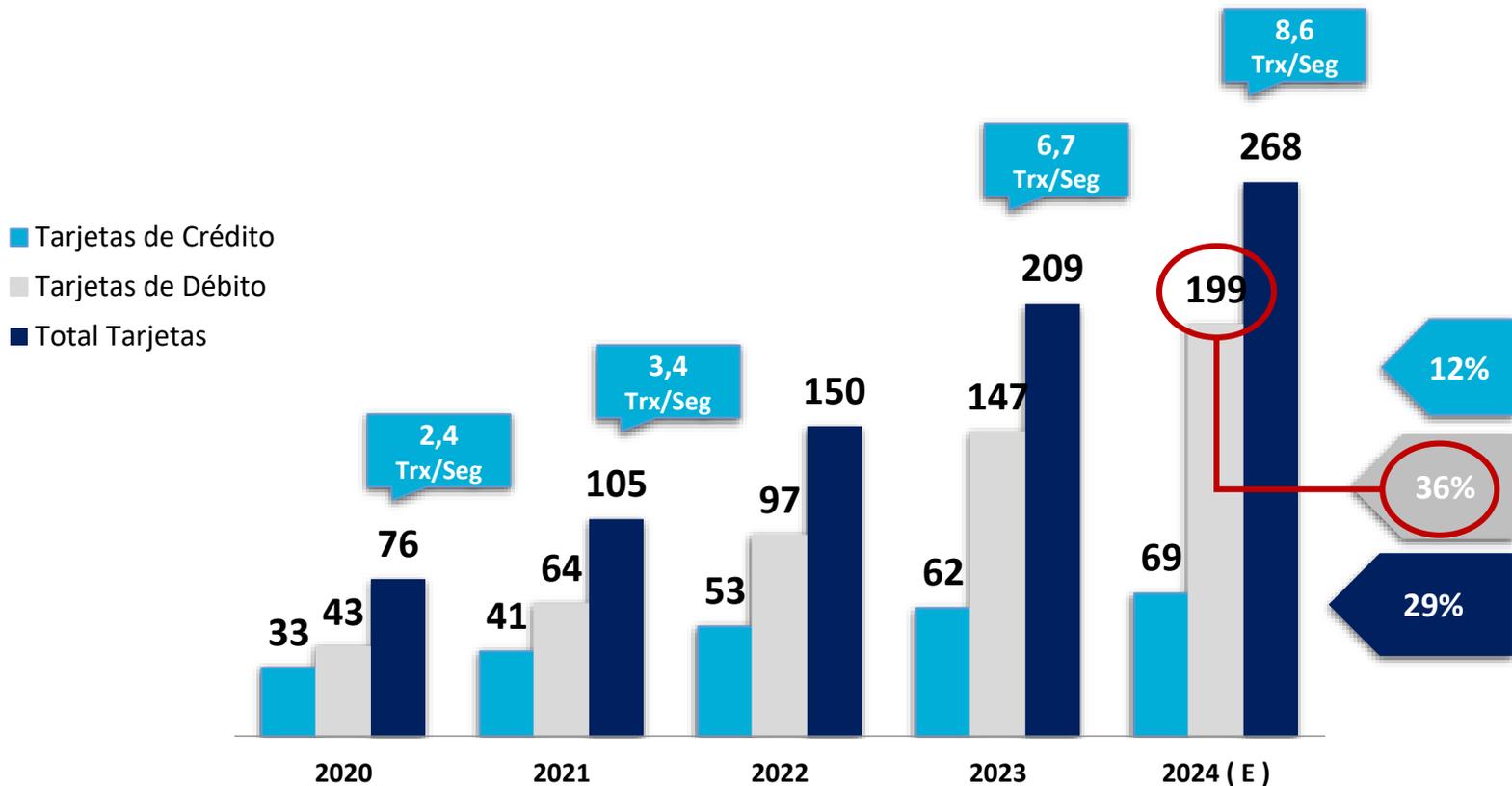
Adelantos x Rango en MM Gs.



- Las **T_Credito** concentran la mayoría de las TRX (Gs.) en **compras**, los adelantos son el 7% de las compras
- El 48% de las compras provienen de las tarjetas de alto rango, que son solo el 14% de las **T_Credito**

TRANSACCIONES CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO

Expresado en Millones



TICKET PROMEDIO

Expresado en Miles de Gs.

COMPRAS



■ TD
■ TC



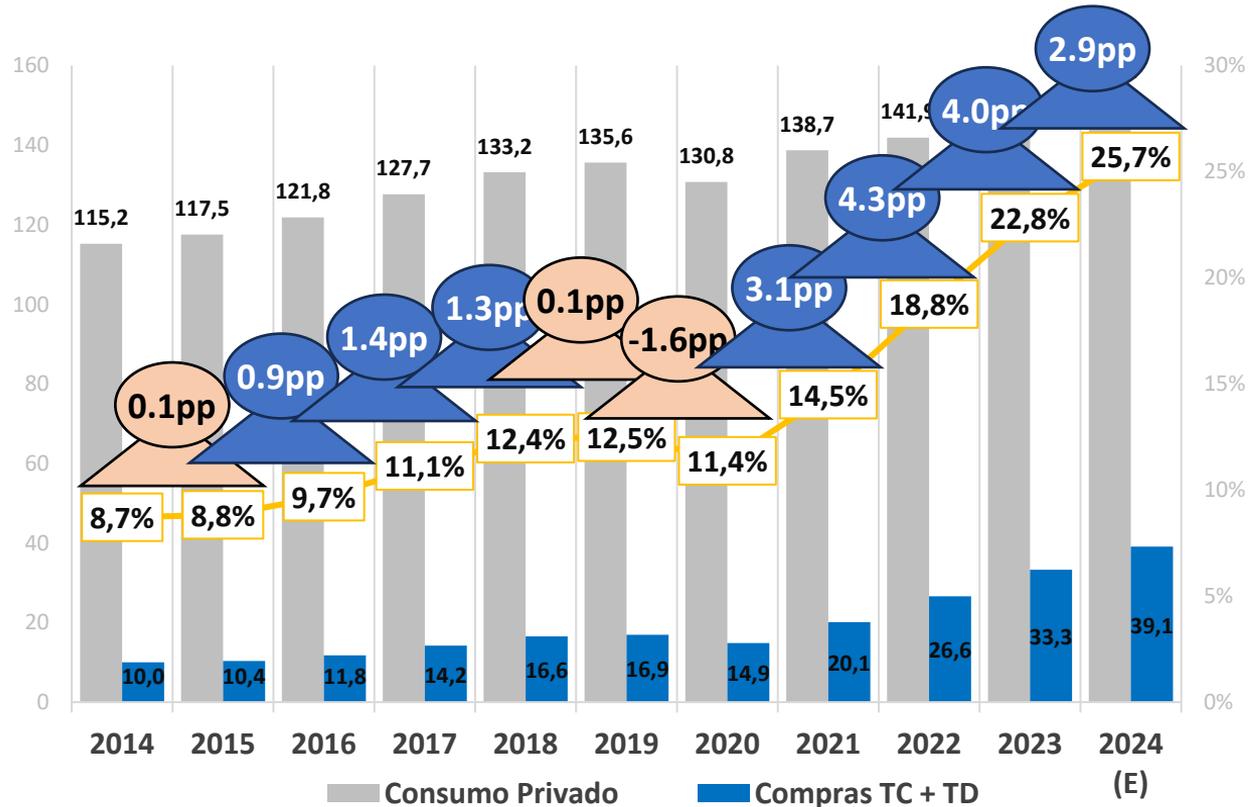
RETIROS EN ATM



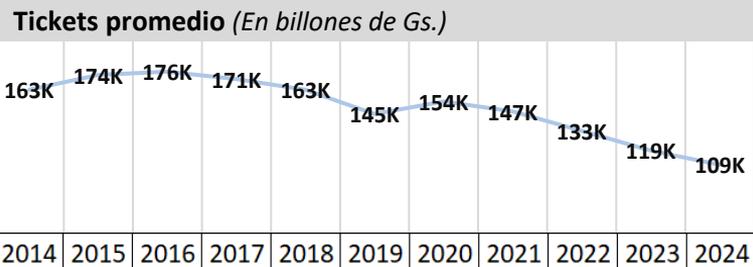
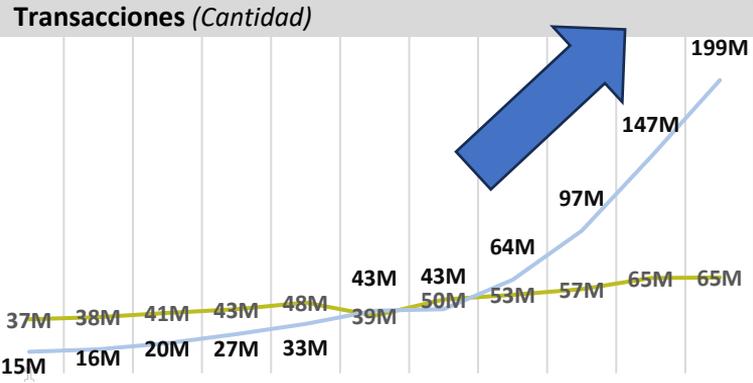
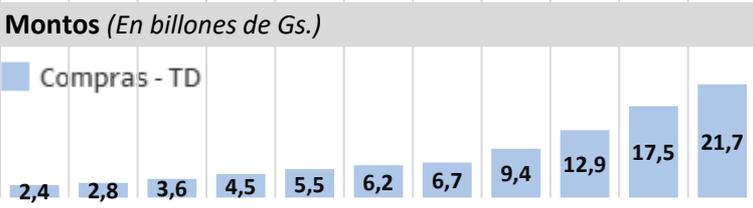
■ TD
■ TC



Peso de las Compras TC+TD en el Consumo Privado total como componente del PIB



- 2015 – 2018 tienen un crecimiento orgánico cercano a 1pp por año promedio
- 2019 – 2020, entre crisis y pandemia se frena el crecimiento y cae en 2020
- A partir del 2021 se ve una recuperación que cuadruplica los crecimientos orgánicos del inicio de la serie de análisis
- El crecimiento de los últimos años cobra relevancia en la economía nacional digitalizando casi el 26% del consumo privado



- Las **T Debito** vigentes crecieron:
 - Último Año: +3%
 - Ult. 4 años: +33%**
 - Compras en MM con **T Debito**:
 - Último Año: +24%
 - Ult. 4 años: +132%**
 - Las TRX con **T Debito** crecieron :
 - Último Año: +36%
 - Ult. 4 años: +214%**
 - Prom. compras **T Debito CAYO**:
 - Último Año: -9%
 - Ult. 4 años: -26%**
- Fuerte crecimiento sostenido en cantidad de TRX DE COMPRA
 - El 2022 marca el inicio del crecimiento exponencial
 - El ticket promedio de compras CAE (-26%)
 - Es BUENO porque denota que se incluyen más transacciones cotidianas de bajo valor
 - Se logra construir HABITO / RUTINA
 - Al mismo tiempo que tracciona PENETRACION

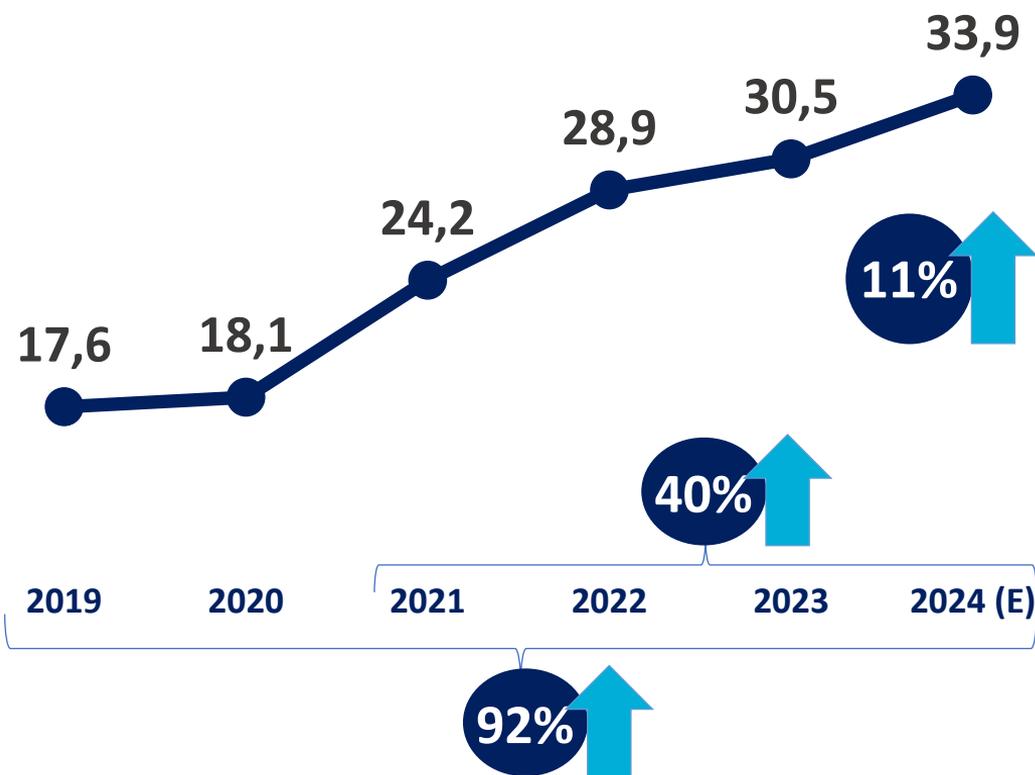
Este es el objeto de la investigación de mercado que mostramos en la segunda parte

REDES DE COBRANZAS



EVOLUCIÓN DE COBROS

Expresado en Billones de Gs.



- Los cobros crecieron 11% en el último año
- El crecimiento de los últimos 4 años (*para usar de referencia el crecimiento de las compras con TC 62% y TD 132%*) fue de 40%
- El crecimiento total de los últimos 6 años es del 92%
- NO sigue las tendencias de las Compras con TC y TD

EVOLUCIÓN DE BOCAS DE COBRO Y FACTURADORES

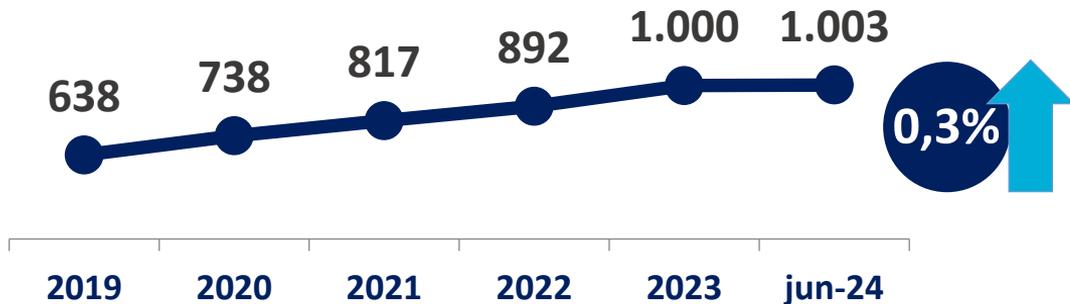
Expresado en cantidad. Datos a Junio 2024



**BOCAS DE
COBRANZAS**



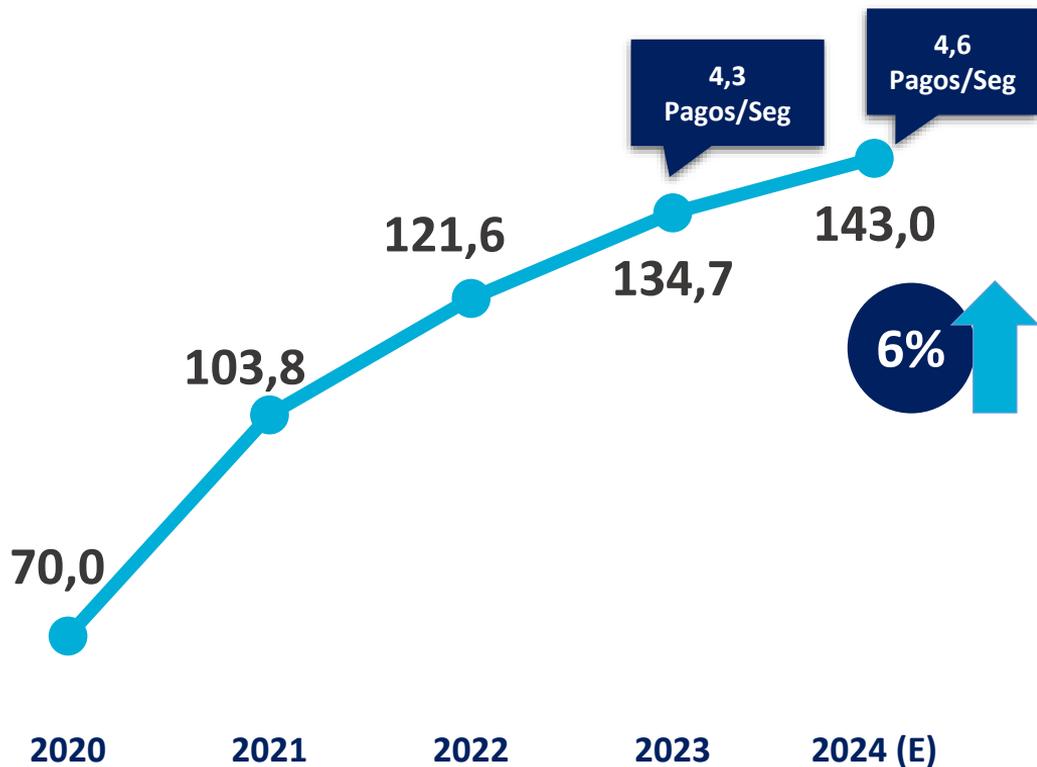
FACTURADORES



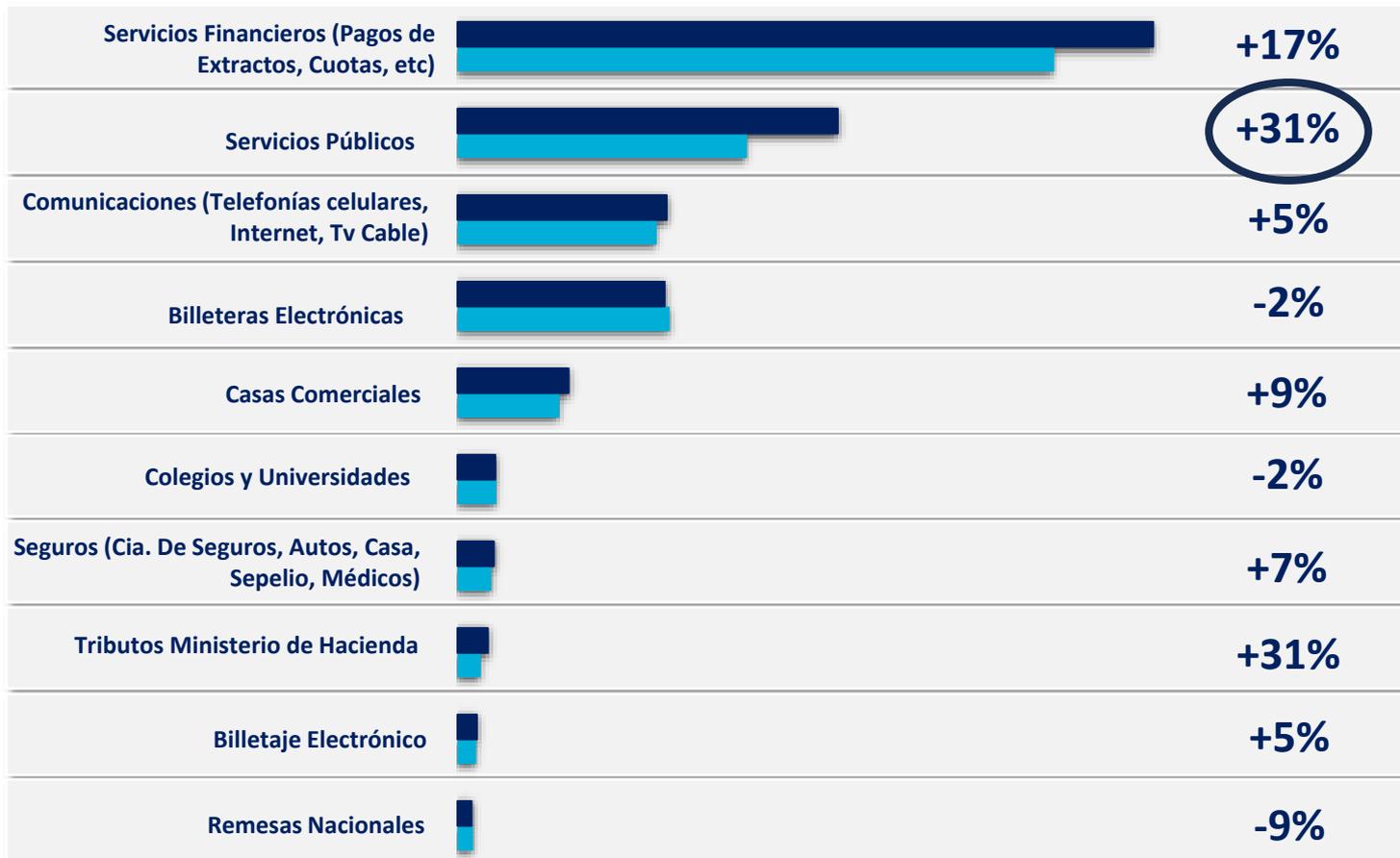
- Las bocas de cobranza crecen en la misma proporción que los cobros
- El incremento en capilaridad podría correlacionar con los cobros
- Los facturadores no crecen, fortaleciendo la teoría anterior

EVOLUCIÓN DE COBROS (TXS)

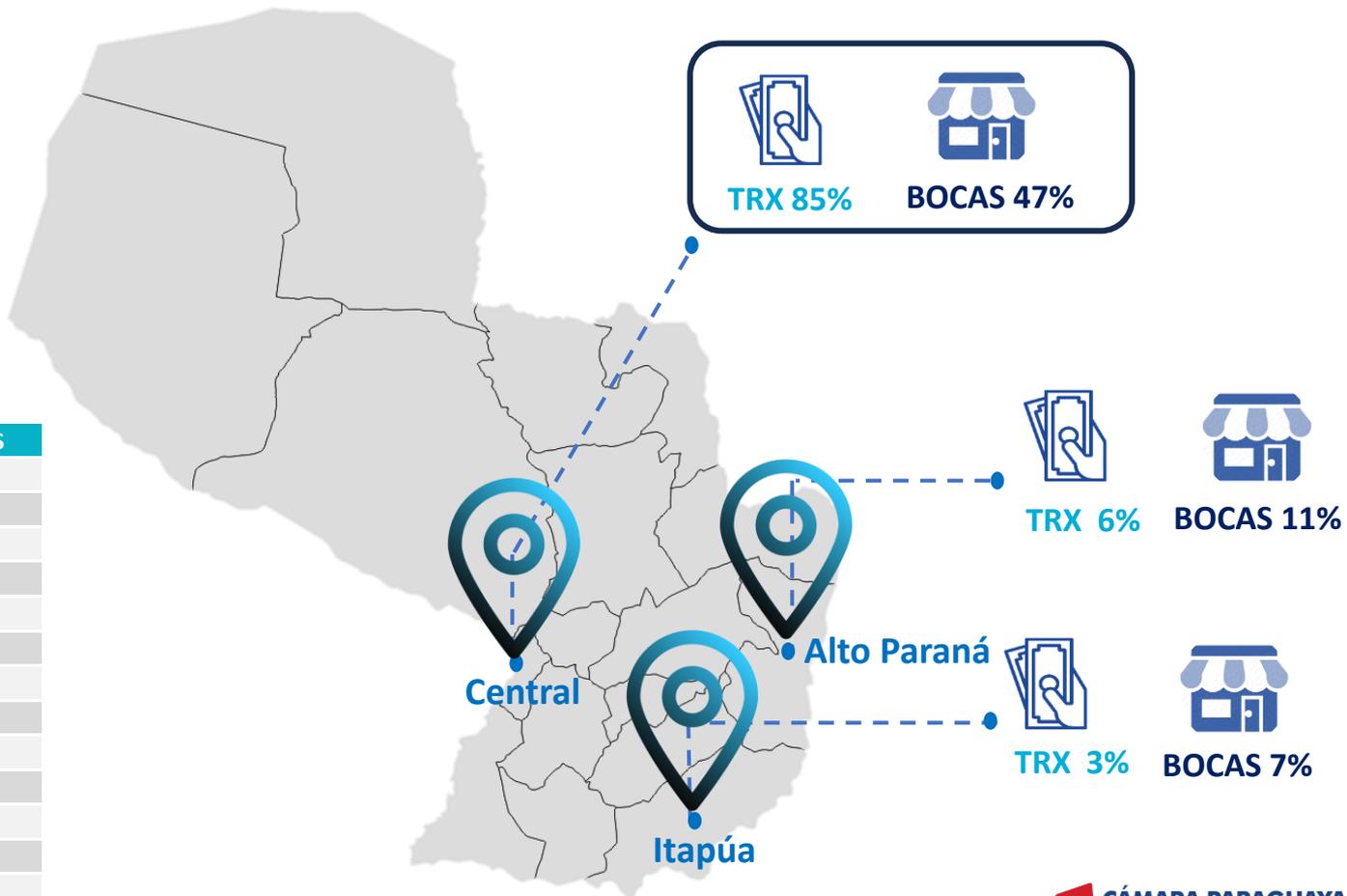
Expresado en Millones



- La cantidad de transacciones crece menos que la facturación, casi la mitad
- Esto implica que hay un incremento en el monto promedio cobrado
- Considerando que NO crece la cantidad de FACTURADORES
- Parte del crecimiento podría estar explicado por inflación



DISTRIBUCIÓN DE TRANSACCIONES Y BOCAS



ENTIDADES DE MEDIOS DE PAGO **ELECTRÓNICO**

**Giros
Claro!**



personal pay

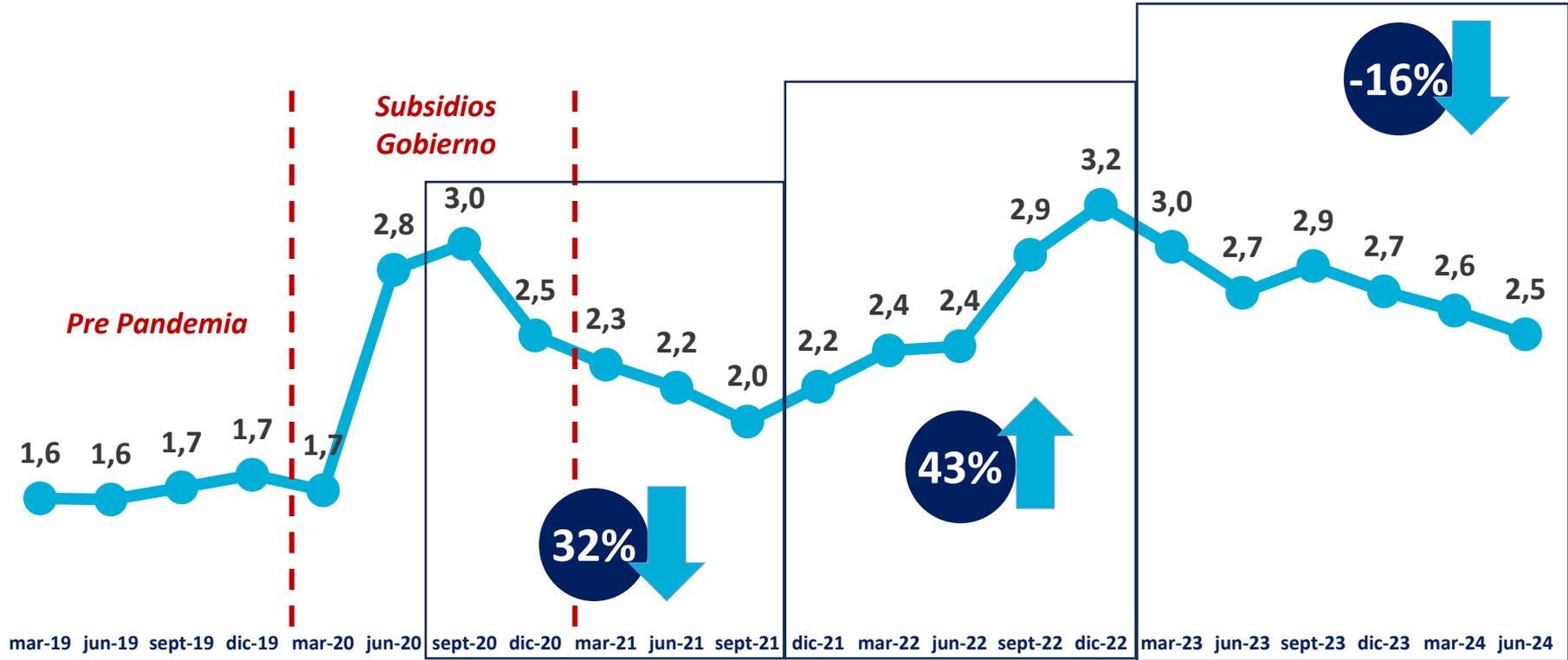
tigo money



CUENTAS ACTIVAS

Expresado en Millones

Var %
Jun 2024 vs Mar 2023



*Junio 2024 estimado

Fuente: Boletín estadístico – Financiero (Banco Central del Paraguay)

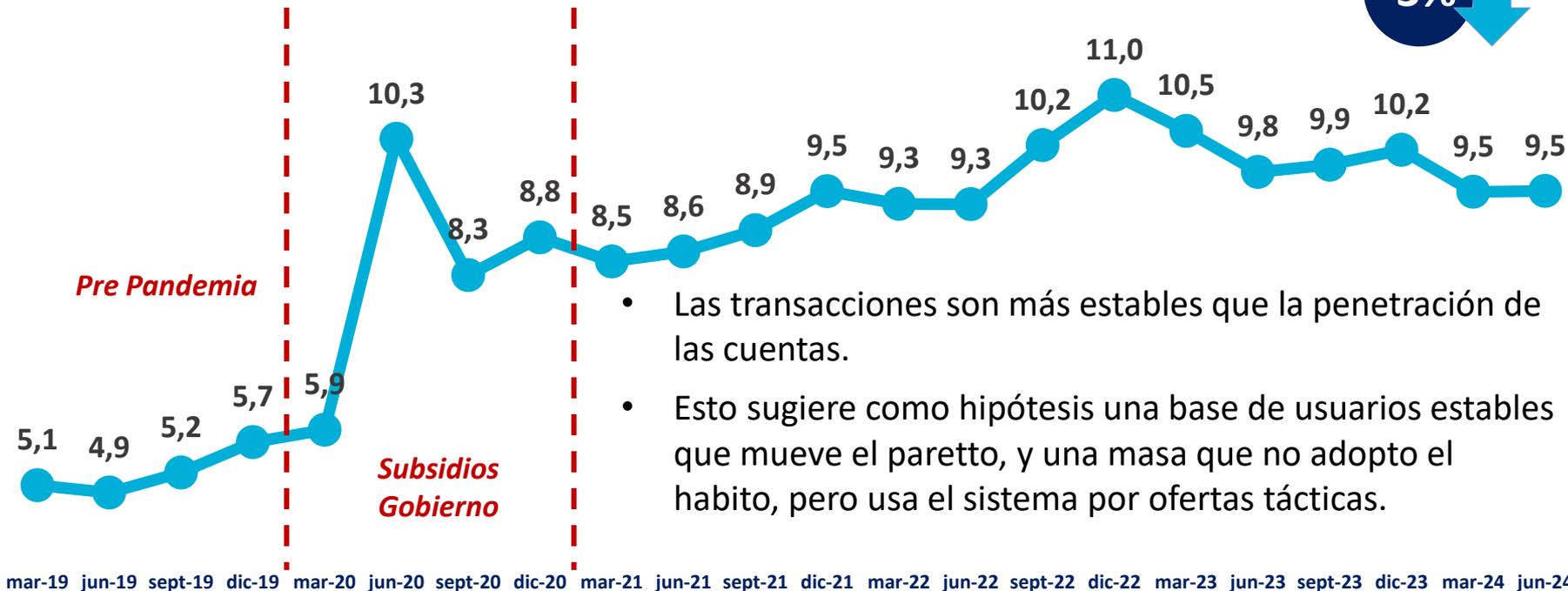
53% ↑

CANTIDAD DE TRANSACCIONES

Expresado en Millones

Var %
Jun 2024 vs Jun 2023

-3%



- Las transacciones son más estables que la penetración de las cuentas.
- Esto sugiere como hipótesis una base de usuarios estables que mueve el paretto, y una masa que no adoptó el hábito, pero usa el sistema por ofertas tácticas.

*Junio 2024 estimado

Fuente: Boletín estadístico – Financiero (Banco Central del Paraguay)

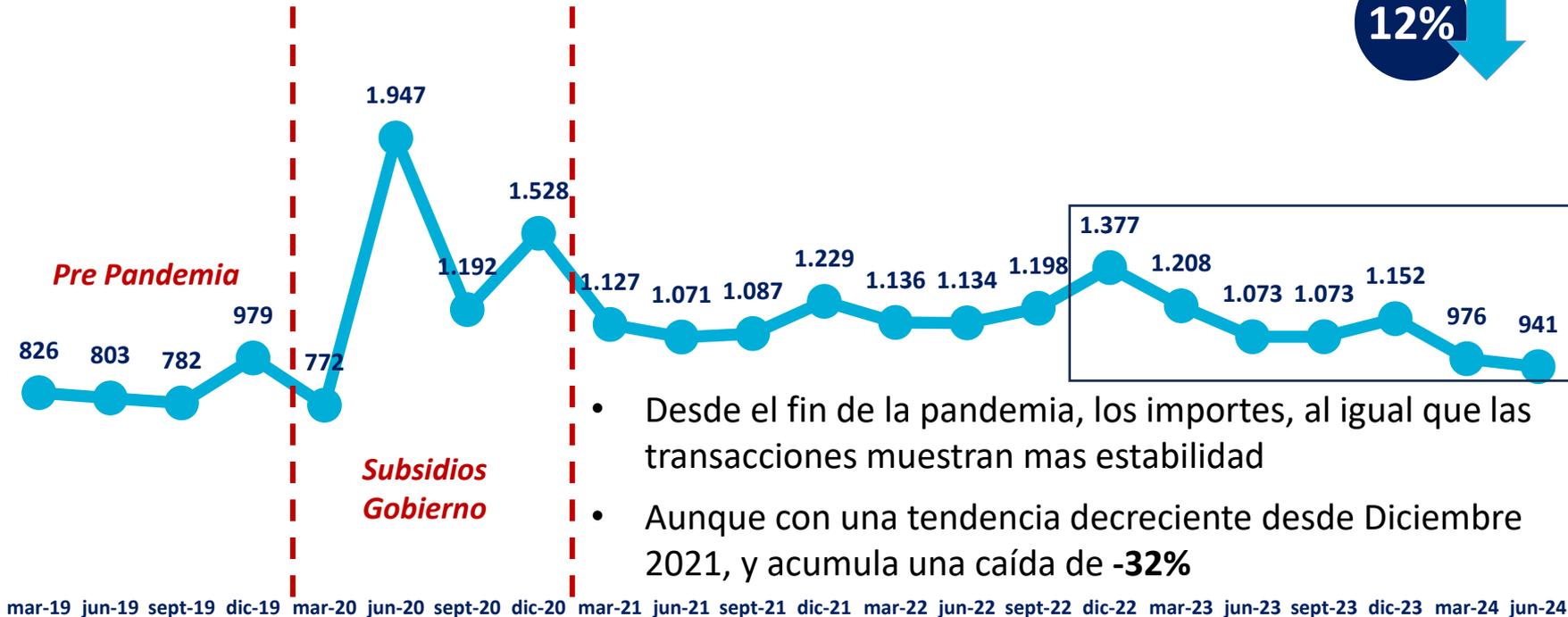
IMPORTE

Expresado en Mil Millones de Gs.

Var %

Jun 2024 vs Jun 2023

12%

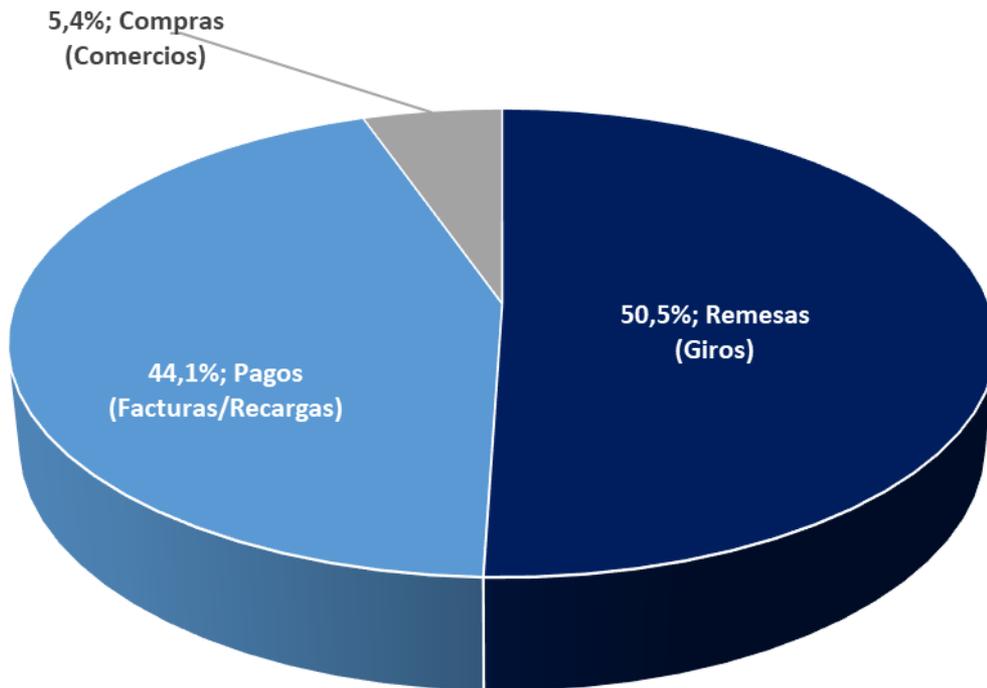


*Junio 2024 estimado

Fuente: Boletín estadístico – Financiero (Banco Central del Paraguay)

TIPO DE OPERACIÓN POR BILLETERA

Datos acumulados a Junio 2024. Share % en cantidad de Transacciones



*Junio 2024 estimado

Fuente: Boletín estadístico – Financiero (Banco Central del Paraguay)

¡Hasta la próxima!



Investigación de Mercado



- Las COMPRAS CON DEBITO tuvieron un crecimiento exponencial en los últimos años, rompieron el STATU QUO de EXTRAER EL EFECTIVO la rutina instalada.
- Hoy juegan un rol importante en la digitalización y la formalización de consumo privado que registra el PIB, habiendo duplicado su peso (12.5% pre pandemia al 25.7% proyectado para fin del 2024)
- Queremos entender las buenas prácticas que traccionaron este crecimiento para ver si se sostiene el crecimiento, y/o es aplicable a otros casos en la macro categoría de MEDIOS DE PAGO

Cuadro de la presentación 2019

El habito SOLO se transforma cuando la ventaja es GRANDE

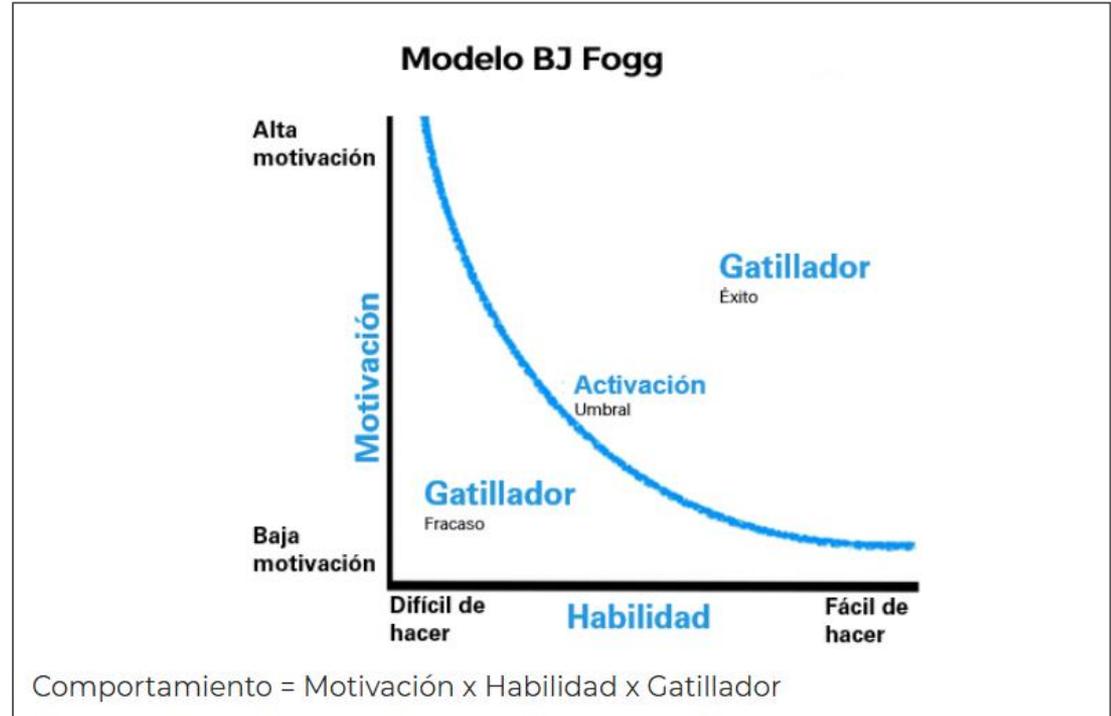
- El sistema financiero formal no logra todavía que se perciban ventajas importantes, más bien al contrario
 - El COSTO de la transacción es alto para los pequeños microempresarios
- La transacción NO ofrece CALIDAD DE EXPERIENCIA:
 - Lenta
 - Mas compleja
- Por eso, se sigue RETIRANDO el 86% del efectivo en las TARJETAS DE DEBITO
 - **El efectivo es más "efectivo" para el 90% de las transacciones de monto pequeño y alta frecuencia!**



- Para transformar el habito la industria debía ofrecer QoE
 - Sencillez
 - Rapidez
- Esto se valoraba en el uso del efectivo que gobernaba las transacciones de alta frecuencia y bajo monto
- El crecimiento de las transacciones es desproporcional respecto de la penetración, y los montos totales de compra.
- La desproporción con el monto total se da por una baja en los montos promedios.
- Por eso sabemos que las transacciones incrementales son nuevas, en los mismos usuarios, de mayor frecuencia y menor monto promedio.

La observación

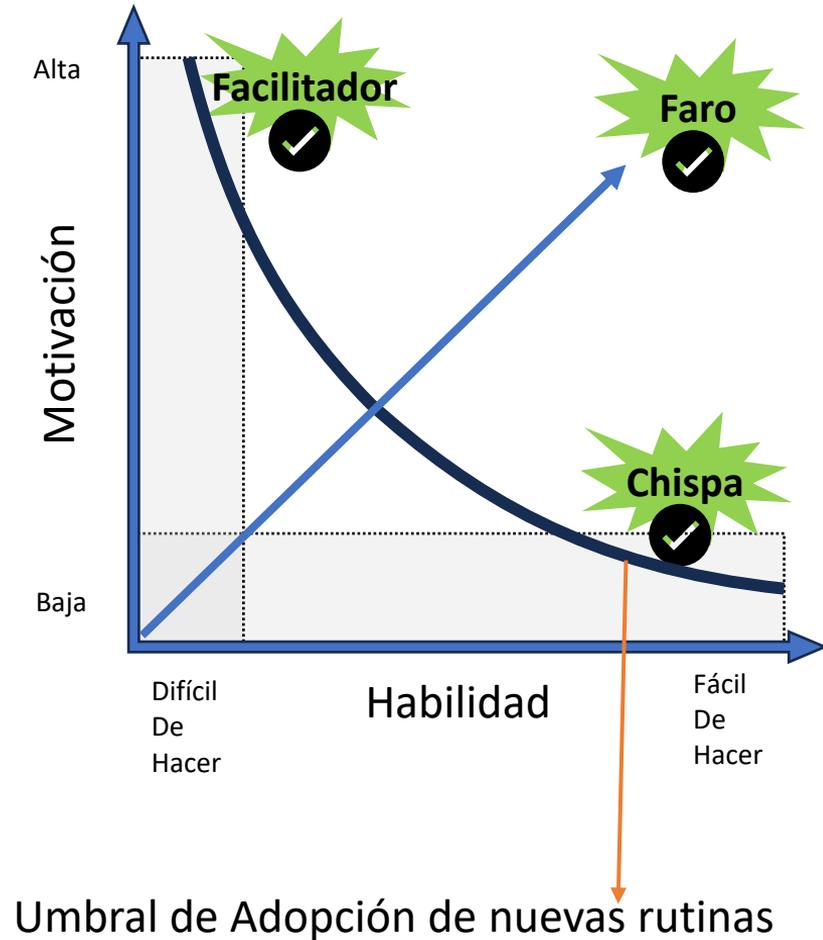
- Entender el logro de transformar el habito con marco científico
 - Profundizar sobre QUE SIGNIFICIA QoE
- Tomamos el modelo del Profesor BJ Fogg de Stanford
- Su modelo define que para cambiar un habito deben existir 3 elementos:
 - Motivación
 - Habilidad
 - Gatillador





El modelo Fogg

- Motivación, o beneficios buscados
 - Funcionales: practicidad, velocidad, seguridad, control, eficiencia
 - Emocionales: Aceptación social, Esperanza, miedo...
- Habilidad
 - Intuitivo, simple, pocos pasos, cerca
- Gatilladores: son elementos del entorno que evidencian y/o recuerdan al momento del USO el beneficio y/o la simpleza.
 - Tener poco tiempo, el bajo esfuerzo que requiere la tarea, la alta frecuencia de uso, costo de hacer, la moda - todos mis amigos lo están haciendo...





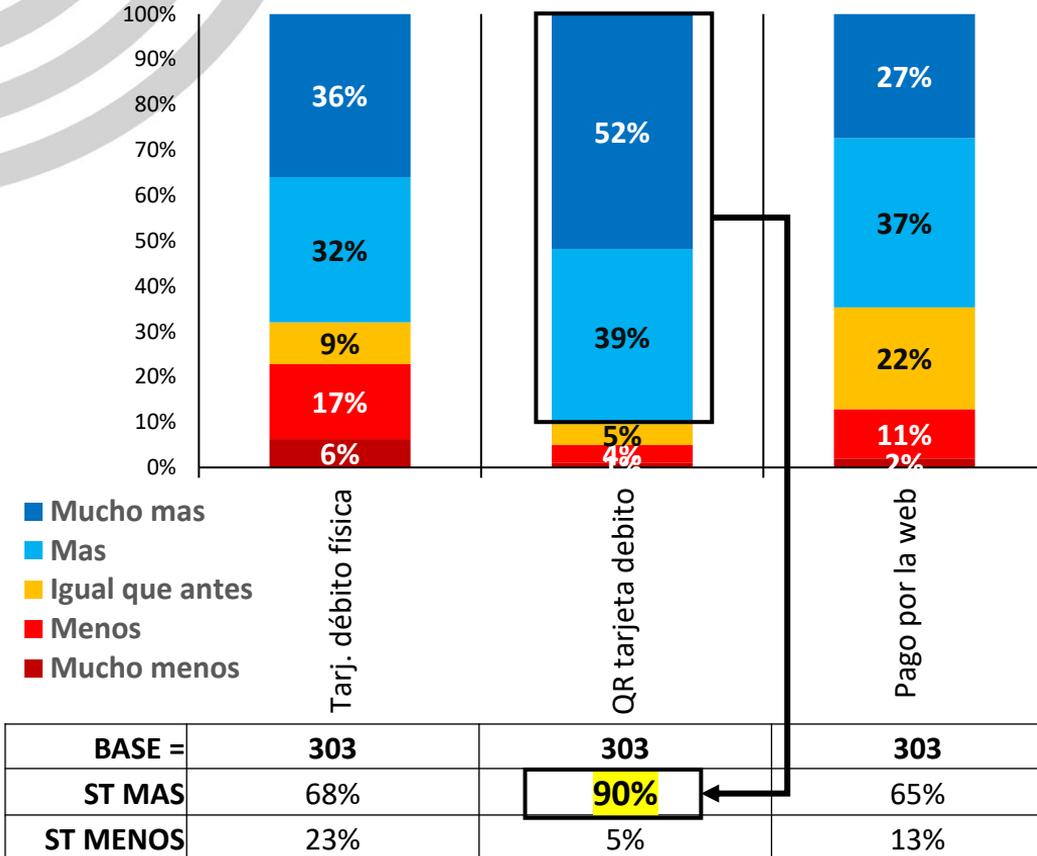
Insights Cualitativos

El fenómeno del QR,

- Alta valoración de los beneficios funcionales
 - “Con tarjeta y QR me siento más seguro porque tengo mayor control y registro de mis gastos”
 - “Me siento más seguro pagando todo desde mi celular porque no me expongo a asaltos”
 - “Es fácil de usar, menos tramite, no hace falta sacar la tarjeta, pasar, firmar...Ya no necesitas llevar tu billetera contigo, tenes todo en tu celular”
- Incremento en los beneficios emocionales
 - “Todo el mundo esta usando, te miran mal si no sabes usar QR o hacer una transferencia para una vaquita”
- Con alta motivación y fácil uso, se logra un esquema FARO y se logra la adopción exponencial
 - Testeamos estas ideas cuantitativamente para ver cuales beneficios podíamos identificar estadísticamente como los que mas traccionaron el crecimiento de las transacciones digitales



Uso comparado con años anteriores, ¿cómo esta usando la gente estos medios de pago?



- La percepción no es un descriptor exacto del habito real de la gente, pero marca tendencias
- El crecimiento del QR en transacciones esta instalado también en la percepción de la gente
 - Aun con 49% de la muestra siendo NO-usuario regular del QR
 - El 52%, mayoría absoluta reconoce que este medio de pago se esta usando MUCHO MAS que antes
 - El 2Top Box de MAS USO llega al 90% (percepción universal de crecimiento)



Perfil usuarios QR

- Los usuarios de QR tienden a ser de perfil:
 - Mas Joven
 - De ambos géneros
 - De mayor poder adquisitivo
 - Incluso hay un pequeño porcentaje que usa sin tener Tarjeta de Credito

		TOTAL	Usa QR	No usa
BASE =		303	156	147
Pesos =		100%	51%	49%
EDAD	20 a 25 años	36%	47%	24%
	26 a 35 años	34%	38%	29%
	36 años o más	30%	14%	47%



Análisis Cuantitativo

Exploramos la asociación entre los diferentes medios de pago y tipos de comercio:

- Entender la CONSIDERACION de cada medio de pago, por OCASIÓN DE USO
- En la GENERALIDAD (promedio total de menciones), tres medios son los más relevantes
 - Efectivo 65%
 - Tarjeta Física 20%
 - Código QR 19%
- El efectivo ya no es universal, cada medio de pago tiene fortalezas y debilidades en diferentes ocasiones / tipos de comercio

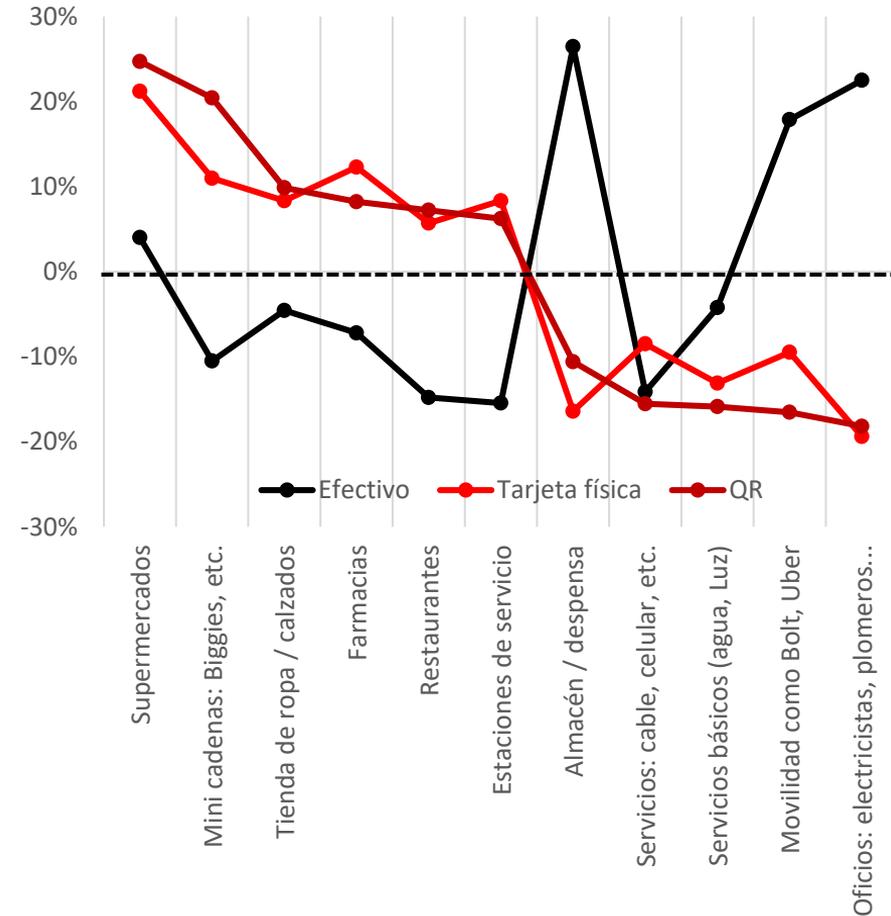
	Efectivo	ST Tarjeta física	ST QR	Transferencia	Pago a través de la web	Billetera electrónica	Cheque
Supermercados	Blue	Light Blue	Light Blue	White	Light Red	White	Red
Almacén / despensa	Blue	White	White	Red	Red	Red	Red
Mini cadenas como biggies, etc.	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Red	Red	Light Red	Red
Pago de servicios básicos (Agua, Luz)	Blue	White	White	White	Light Blue	Light Red	Red
Servicios mensuales (Cable, celular...)	Blue	White	White	White	Light Blue	Light Red	Red
Restaurantes	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Red	Red	Light Red	Red
Tienda de ropa / calzados	Blue	Light Blue	Light Blue	White	Red	Light Red	Red
Farmacias	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Red	Red	Light Red	Red
Estaciones de servicio	Blue	Light Blue	Light Blue	Light Red	Red	Light Red	Red
Pago de servicios (Plomeros, técnicos...)	Blue	Light Red	Light Red	White	Light Red	Light Red	Red
Movilidad como Bolt, Uber	Blue	Light Blue	Light Red	White	Light Red	Light Red	Red
Peso promedio como medio de pago	65%	20%	19%	5%	3%	2%	0%



Métodos de pago que usa según lugares

Fortalezas y Debilidades de los medios de pago por canal / ocasión de uso:

- Fortalezas de QR & Tarjeta son debilidades del efectivo
- Tarjeta + QR tienen fortaleza relativa (IMAGEN) en la mayoría de los canales, sobre todo más formales:
 - Supermercados + Mini cadenas
 - Tiendas de Ropa
 - Farmacias
 - Restaurantes
 - Estaciones de Servicio
- Efectivo sostiene pocos canales con fortalezas absolutas
 - Almacén / Despensa
 - Movilidad: Taxi / Bolt
 - Oficinas





Valores diferenciales del QR

- Los atributos de imagen están vinculados a entender BENEFICIOS BUSCADOS o MOTIVACION DE USO (Modelo Fogg)
- En atributos, la imagen del QR es contraspueta al efectivo en:
 - Hoy día es esencial (masividad / moda)
 - Rápido de pagar (QoE, ganar tiempo y practicidad)
 - Cómodo pagar (QoE, ganar tiempo y practicidad)
 - Descuentos (Beneficio económico)
 - Mas beneficios (Beneficio económico)
- DEBILIDADES RELATIVAS:
 - Depende de la tecnología
 - Menos seguro – compartis info (vs. efectivo)
 - No se acepta en todos lados
 - NO se asocian: control de gastos / historial de TRX

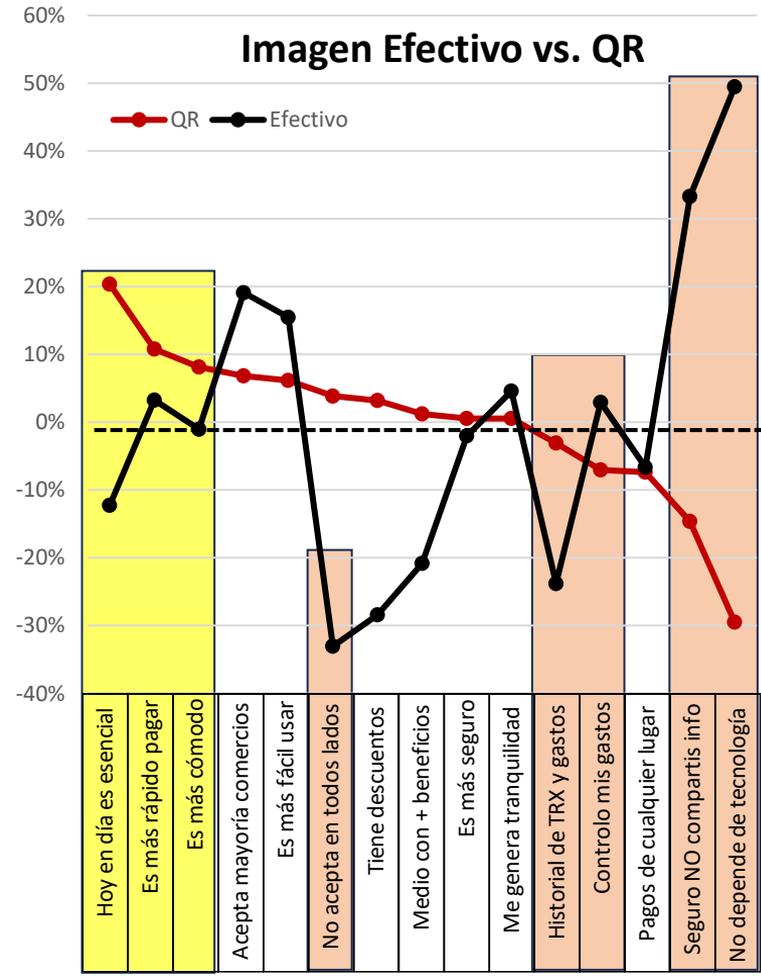




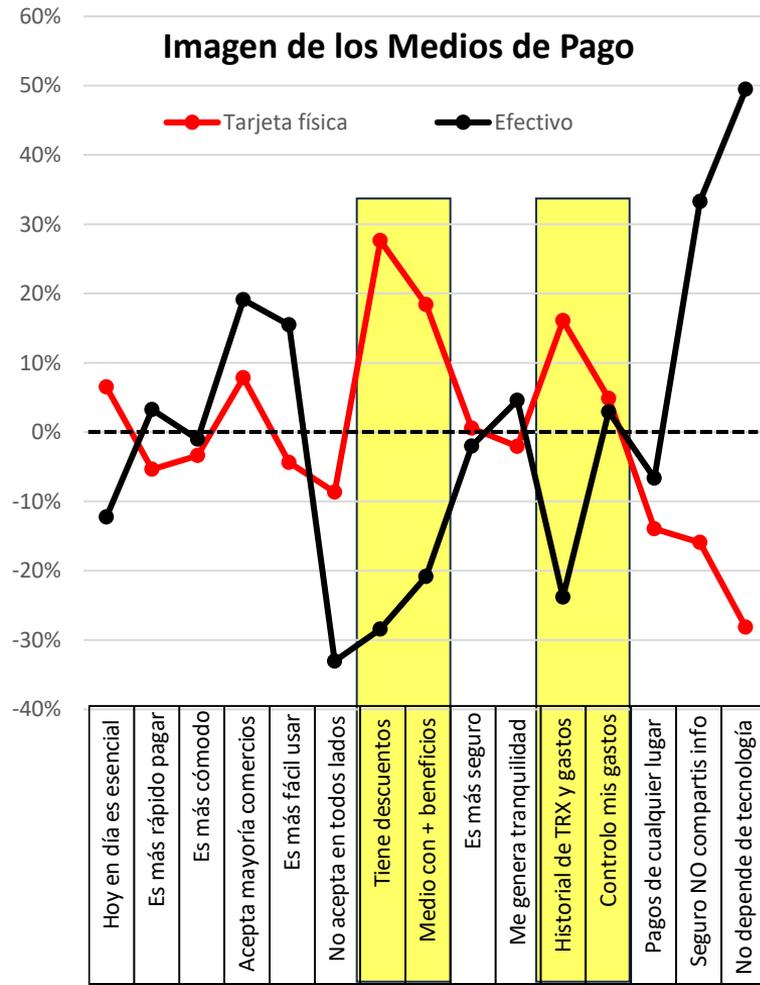
Imagen de las TARJETAS

- El QR es un facilitador de pago con tarjetas, y existe una alta correlación en los canales asociados a QR y TARJETAS.
- Por eso, sumamos las TARJETAS al análisis de valores positivos que tienen los MEDIOS DE PAGO vs. EFECTIVO. En canales se comportan igual, pero en IMAGEN se complementan.
- Las fortalezas claves de las tarjeas vs. El efectivo son:

- **Descuentos (Beneficio económico)**
- **Mas beneficios (Beneficio económico)**
- **Control de gastos (seguridad sobre efectivo)**
- **Historial de TRX (seguridad sobre efectivo)**

- Estos se suman a las fortalezas del QR

- **Hoy día es esencial (masividad / moda)**
- **Rápido de pagar (QoE, ganar tiempo y practicidad)**
- **Cómodo pagar (QoE, ganar tiempo y practicidad)**





Motivadores de Adopción del QR

- En la generalidad no parece haber un atributo CLARO que gatilla el uso del QR
- La segmentación multivariada revela grupos de personas que valoran distintos atributos (no a todos le gusta el helado de vainilla)
 - **Seg. 2:** Valora el **CONTROL** de gastos, también la comodidad y seguridad de no usar billetera, y velocidad del proceso pago
 - **Seg 4:** La **SEGURIDAD** de no usar billetera, también comodidad, proceso pago rápido, y la comodidad de no lidiar con sencillo
 - **Seg. 1:** Valora la **RAPIDEZ** en el proceso de pago como atributo primario, también le interesan la comodidad de no usar billetera y No compartir información
 - **Seg. 3:** NO tiene un valor clave, son de mayoría de bajo poder adquisitivo, posiblemente NO usuarios

	Prom	Seg1 Pago Rapido	Seg2. Control de Gastos	Seg3 Valor agregado	Seg4 + seguro / No Billet.
Mayor control de mis gastos	3.9				
Más cómodo no necesito billetera	4.0				
Más seguro sin efectivo /tarjetas	4.1				
Es más rápido el proceso de pago	4.3				
Cómodo no lidiar con el sencillo	4.7				
Más seguro sin compartir información	5.3				
QR tiene descuentos y promociones	5.0				
Más seguro evita que den mal vuelto	5.1				
Tranquilidad sin billetera/tarjetas	5.3				
Pagando con QR ahorro tiempo	5.1				
Es un método de pago fácil de usar	5.3				
Moderno, todo el mundo usa	5.4				
	Base =	42	116	80	65
	Pesos =	14%	38%	26%	21%



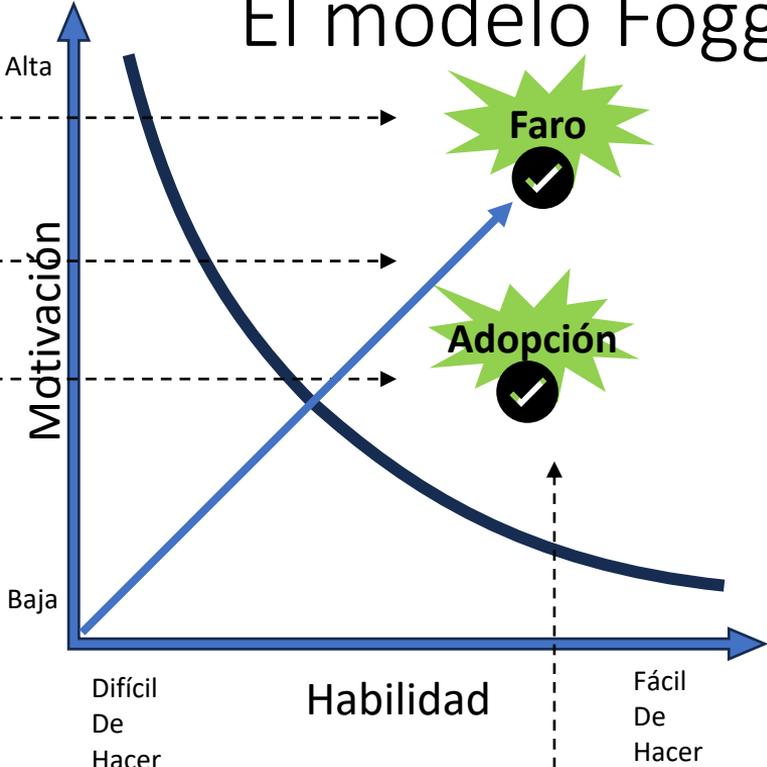
38% valora fuertemente el CONTROL de gastos (Rank 1.1)

21% valora SEGURIDAD de no usar billetera (Rank 1.5)

14% valora la RAPIDEZ del proceso de pago (Rank 1.8)

- 74% identifica ventajas UNICAS en el uso del QR
- El CONTROL es la variable que mayor adhesión genera
 - 38% lo pone consensuadamente como valor principal
 - Poder controlar gastos a partir del método de pago implica concentración, la valoración de este atributo fideliza
- La SEGURIDAD es relevante para menos gente (21%), y con menos consenso (1.5 en ranking)
- La RAPIDEZ es relevante para un 14% con un promedio de ranking de 1.8

El modelo Fogg



La FACILIDAD DE USO es un rasgo de imagen del sistema de pago QR



¡Gracias!

28 años

Cumpliendo con nuestra misión de...

“Proveer a nuestros clientes con información útil, importante y relevante para la toma de decisiones y desarrollo de estrategias a corto y largo plazo.”