



PEL[®]

Dinero Digital

Moisés Carmona R.
mcarmona@pelpago.com

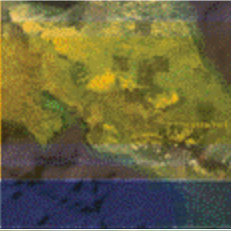


Temas

- Antecedentes
- ¿Dónde estamos?
- ¿Qué puede venir?



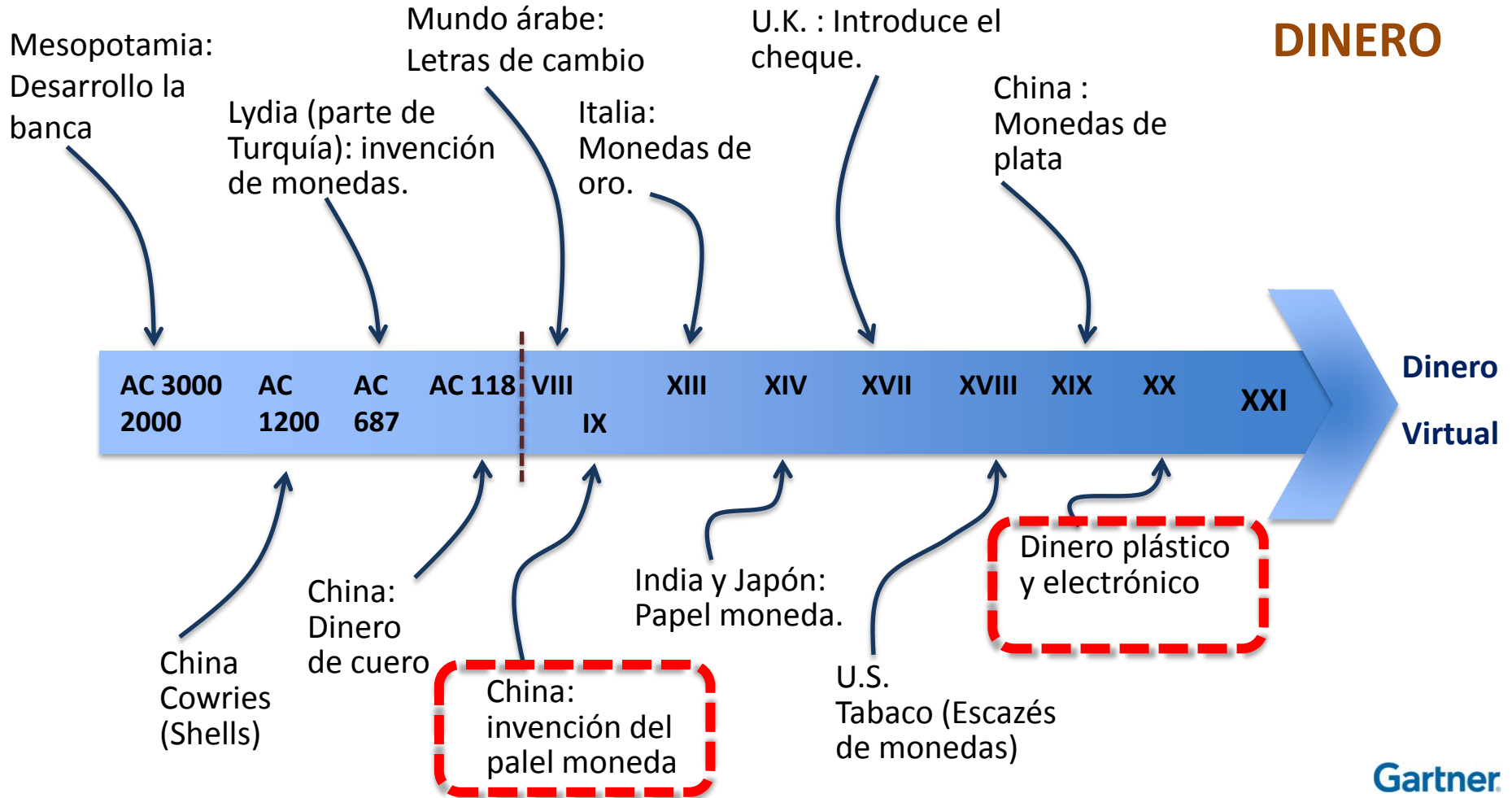
FEL®





Glyn Davies escribe en el libro "La historia del dinero desde la Antigüedad a nuestros días"

HISTORIA DEL DINERO





HISTORIA DEL DINERO



Invencción del Papel Moneda

Transfirió el control del dinero de los emperadores a los bancos.

Invencción de las formas electrónicas de dinero

Está transfiriendo el control del dinero de los bancos a entidades individuales.



FEL®

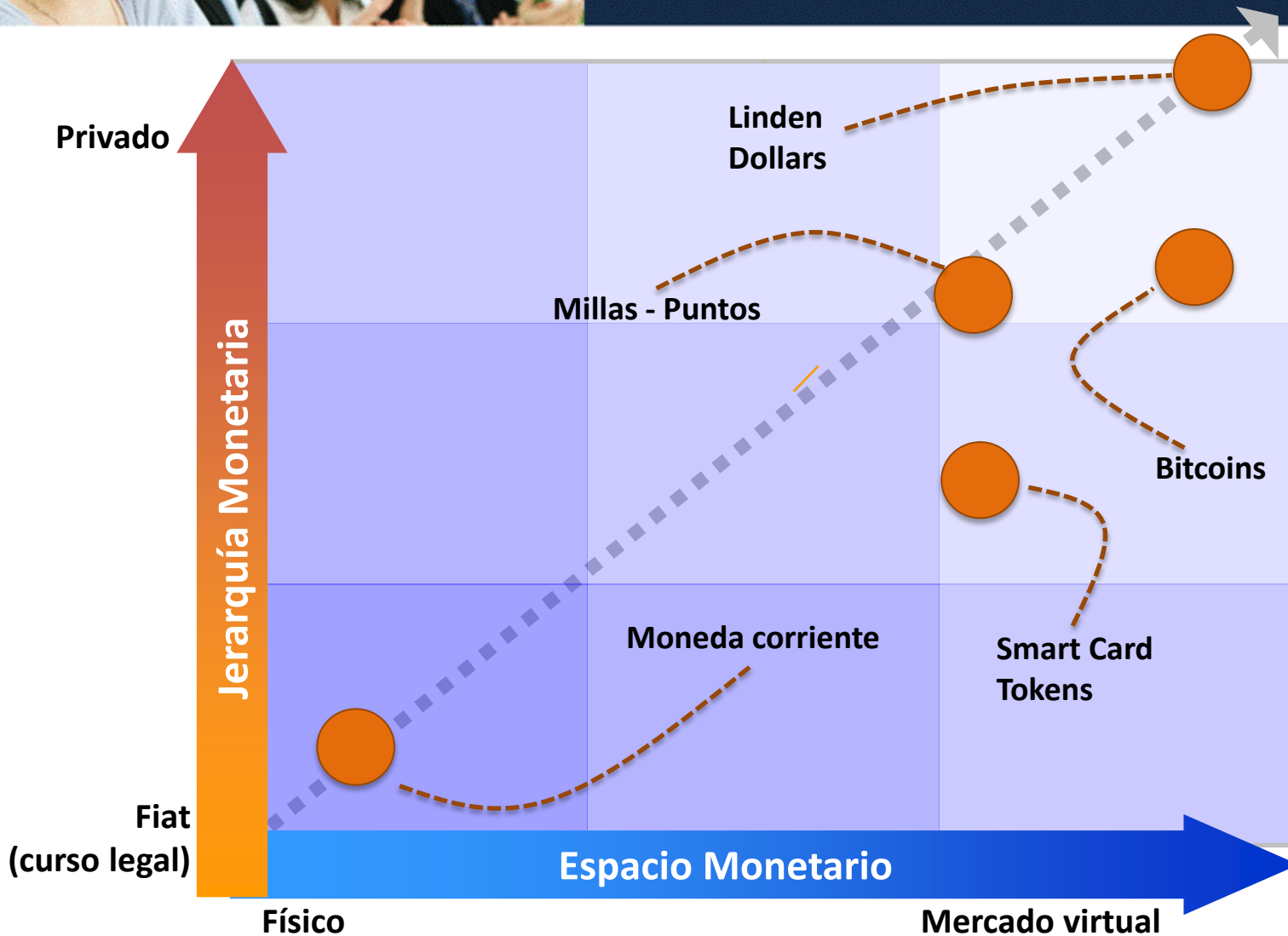


¿ESTÁ CAMBIANDO EL DINERO?



PayPal™







¿ESTÁ CAMBIANDO EL DINERO?



- **Consumerización de la tecnología**



- **Redes Sociales**
- **Localización**
- **P2P**

- **Mercados emergentes**
- **Microfinanzas**



FEL®



*Inmigrante
Digital*

*Nativo
Digital*

¿Cómo Compra?

¿Cómo paga?

¿A qué hora compra?

¿Cómo se informa?

¿Satisfacción?



DESMATERIALIZACIÓN DE LA MONEDA: CONSIDERACIONES.





FEL®

LOS MÉTODOS TRADICIONALES AÚN TIENEN EL CONTROL.

Valor, Fraude, Impuestos, Herencia

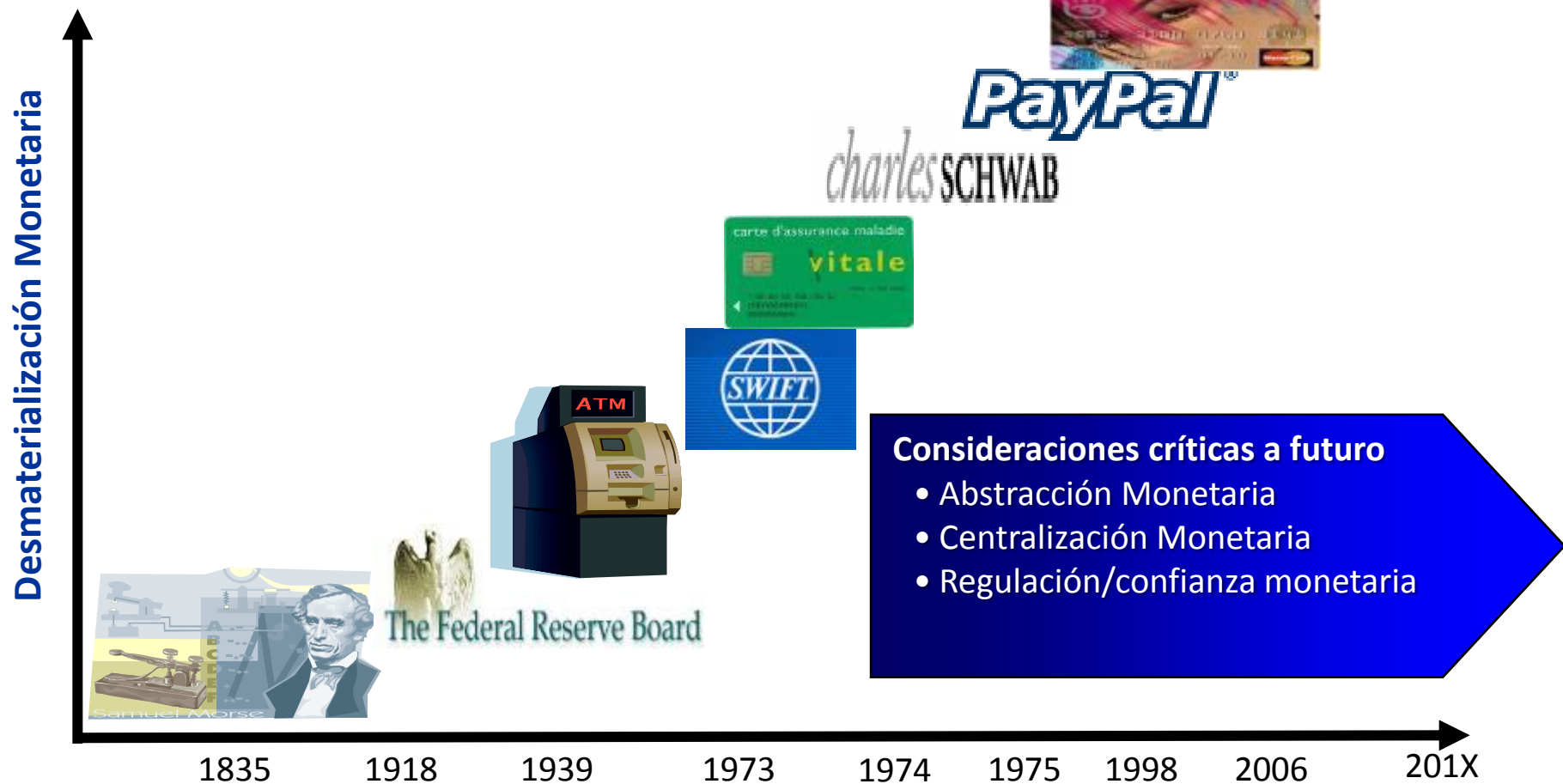
- ¿Cuál es el valor de los bienes y servicios en el siglo XXI?
- ¿Puede fijarse un valor con una gobernabilidad estandarizada?
- ¿Cómo será la interacción del cliente, el mercado y el cambio en los modelos de distribución?
- Cómo se transfiere el valor a través del tiempo?
- ¿Cómo se controla la planificación financiera para la primera y segunda vidas?
- ¿Cómo ven los gobiernos la riqueza virtual? – Las leyes de impuestos alrededor, no están estandarizadas ni sinergizadas.
- ¿De qué manera los gobiernos controlan los sistemas monetarios y los mecanismos de pago?





FEL®

LA DESMATERIALIZACIÓN MONETARIA Y LA TRANSMISIÓN ELECTRÓNICA NO SON NUEVAS





SIGNIFICADO DE LOS CAMBIOS

Bancos

- Dinero = cuentas corrientes = clave de la relación con el cliente
- Pérdida de cuentas corrientes = clientes en condiciones de independencia

Minoristas

- Subestimar la complejidad de los pagos
- Mayores riesgos - algunos minoristas perderán y pagar los costos, mientras que otros cosecharán ganancias

Clientes

- Más opciones = más confusión
- Más conveniencia = mayor diversificación
- Más opciones = más riesgo





CONVENCRIENDO AL CONSUMIDOR

Producto	Efectivo	Débito Crédito	Contact- less Card	Móvil	Biométrico	
Diario	Alto	Bajo	Alto	Alto	Medio	
Lotería	Alto	Bajo	Alto	Alto	Medio	
Bebidas, snacks	Medio	Medio	Alto	Alto	Medio	
Transporte público	Medio	Bajo	Alto	Alto	Alto	
Parqueos	Medio	Bajo	Alto	Alto	Medio	
Dispensadoras	Bajo	Bajo	Alto	Alto	Medio	
Bares, cafeterías	Bajo	Medio	Alto	Alto	Alto	
Taxi	Medio	Bajo	Alto	Alto	Medio	
Comidas rápidas	Bajo	Medio	Alto	Alto	Medio	
Cinema	Bajo	Medio	Alto	Alto	Alto	
Gasolineras	Bajo	Medio	Alto	Alto	Alto	

Nivel de Interés

Alto

Medio

Bajo

Notes: Focus group respondents after they were presented the various solutions
 Source: Gartner focus groups in the U.K. and the U.S.



CONVENCIENDO AL CONSUMIDOR

- **Aplicaciones catalizadoras**— una transacción que los consumidores tienen que hacer sobre una base regular para crear el hábito de pago.
- **Comerciantes transformacionales**— complementaria a las aplicaciones catalizadoras, para educar a los consumidores.
- **Garantías de seguridad**— para prevenir el fraude, el robo de identidad o exponer la información personal.
- **Socios de confianza**— marcas fuertes para tranquilizar a los consumidores y motivarlos a adoptar un nuevo instrumento de pago.
- **Integración con e-Wallet**— el nuevo instrumento debería ser integrado en las cuentas financieras de los clientes.
- **Incentivos al consumidor**— Beneficios iguales o mejores que los existentes para sistemas de pago tradicionales.



FEL®

ADOPCIÓN... ¿HAY TRABAS?





FEL[®]



Gracias

Moisés Carmona R.
mcarmona@pelpago.com