

Estudio de mercado:

Los medios de pago según percepciones de consumidores y comercios

Informe de resultados
Observatorio 18/12/07

Análisis del estado actual de los comportamientos, ideas y actitudes de los consumidores y establecimientos comerciales con respecto a las tarjetas bancarias como medios de pago.

Índice de contenidos

1. Introducción

- Objetivos del estudio
- Ficha técnica
 - 1: Metodología
 - 2: Las cuatro muestras
 - 3: Detalle de las muestras de consumidores y establecimientos

2. Conclusiones referidas a los consumidores

- **¿Qué diferencias hay entre poseedores y no poseedores de tarjetas?**
- **La realidad de los consumidores no poseedores de tarjetas**
 - Tipología de consumidores no poseedores de tarjetas
 - No poseedores: motivos de rechazo y de atracción por las tarjetas
 - Motivos y creencias que influyen en que los consumidores no tengan tarjetas
 - Permeabilidad a la posibilidad de llegar a tener tarjetas
- **La realidad de los consumidores poseedores de tarjetas**
 - Tipología de consumidores POSEEDORES DE TARJETAS
 - Factores que más intervienen en el nivel de simpatía hacia las tarjetas en los poseedores
 - Comportamientos de uso o no uso de las tarjetas
 - Motivos que determinan la preferencia o no del pago con tarjeta
 - Argumentos que más intervienen en el nivel de utilización
 - Factores determinantes del uso o no uso de la tarjeta
 - La utilización de la tarjeta para financiar compras

3. Conclusiones referidas a los establecimientos comerciales

- **¿Qué diferencias hay entre establecimientos aceptadores y no aceptadores de tarjetas?**
- **La realidad de los establecimientos no aceptadores de tarjetas**
 - Tipología de los establecimientos comerciales NO ACEPTADORES DE TARJETAS
 - Predisposición (en una escala de 0 a 10) a aceptar tarjetas según sectores comerciales
 - Motivos de rechazo y de posible interés hacia las tarjetas
 - Permeabilidad a aceptar tarjetas en un futuro
 - Factores que más intervienen en la permeabilidad o no hacia las tarjetas
- **La realidad de los establecimientos aceptadores de tarjetas**
 - Tipología de los establecimientos comerciales ACEPTADORES DE TARJETAS
 - Porcentaje de aceptación de tarjetas vs porcentaje de pagos con tarjeta.
 - Valoración del pago con tarjetas por parte de los ESTABLECIMIENTOS ACEPTADORES de tarjetas
 - Motivaciones y motivos de rechazo que más intervienen en la actitud hacia las tarjetas.
 - Grado de resistencia a que los clientes les paguen con tarjeta según sectores comerciales
 - Influencia de las actitudes y comportamientos de los comerciantes sobre los consumidores
 - Valoración del sistema EMV

Introducción

- La red de cajeros automáticos en España y de terminales de punto de venta son las mayores de Europa, y las segundas más amplias del mundo.
- Los consumidores españoles hacen un uso muy limitado de los cajeros, muy por debajo de sus funcionalidades. La inmensa mayoría usa los cajeros básicamente como dispensadores de dinero, con la finalidad de pagar sus compras en efectivo.
- En España el nivel de utilización de las tarjetas como medio de pago en los establecimientos es muy bajo.
- El extraordinario número de cajeros existentes en España contribuye a crear facilidades y reforzar las inercias culturales y hábitos arraigados de pagar las compras con dinero en efectivo.
- Las tarjetas siguen siendo usadas primordialmente para la retirada de efectivo en los cajeros.
- El presente estudio tiene una finalidad de descripción de actitudes y comportamientos por parte de los consumidores y los establecimientos comerciales, como herramienta que contribuya a elaborar estrategias para la evolución del mercado español en los medios de pago.

Objetivos del estudio

- Describir la situación actual del mercado según su distribución geográfica y los distintos perfiles de clientes y de establecimientos.
- Describir las características de consumidores no poseedores y poseedores de tarjetas, y de establecimientos no aceptadores y aceptadores de tarjetas.
- Determinar las percepciones, actitudes, motivaciones y frenos de los consumidores y de los establecimientos comerciales, que inciden sobre sus comportamientos de uso y de no uso de las tarjetas.
- Describir y analizar los comportamientos de uso o no uso de tarjetas por parte de los consumidores y de los establecimientos.

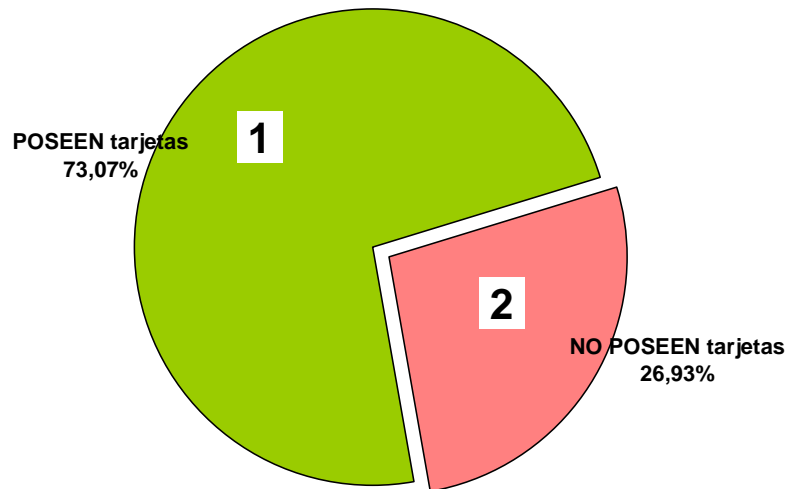
Ficha técnica 1: Metodología

- 8 focus groups con consumidores
- 112 entrevistas semiestructuradas a consumidores
- 23 entrevistas en profundidad a representantes de grandes empresas y cadenas de distribución comercial
- 241 entrevistas semiestructuradas a establecimientos comerciales de distintos perfiles y localizaciones geográficas
- 3.000 encuestas a consumidores de distintos perfiles y localizaciones.
 - Margen de error muestral: $\pm 1,8$ % para un intervalo de confianza del 95,5 %.
- 6.012 encuestas a establecimientos comerciales de distintos perfiles y localizaciones geográficas.
 - Margen de error muestral: $\pm 1,3$ % para un intervalo de confianza del 95,5 %.

Fecha del trabajo de campo: abarcando todos los procesos cuali y cuantitativos, desde el 21 de mayo hasta el 5 de noviembre de 2007.

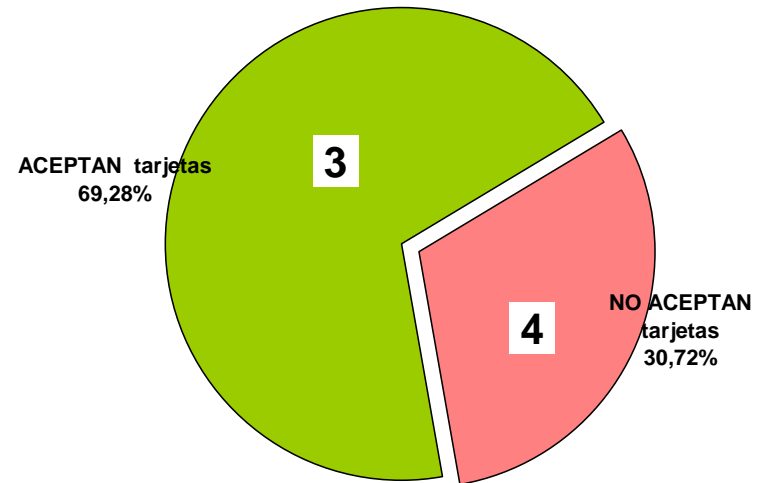
Ficha técnica 2: Las cuatro muestras

Consumidores



POSEEN tarjetas	2.192	73,07%
NO POSEEN tarjetas	808	26,93%
Total	3.000	100,00%

Establecimientos Comerciales



ACEPTAN tarjetas	4.165	69,28%
NO ACEPTAN tarjetas	1.847	30,72%
Total	6.012	100,00%

Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

Muestra de consumidores por comunidades autónomas

	POSEE tarjetas de pago		NO POSEE tarjetas de pago		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Andalucía	364	16,6%	187	23,1%	551	18,4%
Aragón	55	2,5%	20	2,5%	75	2,5%
Canarias	106	4,8%	38	4,7%	144	4,8%
Cantabria	26	1,2%	9	1,1%	35	1,2%
Castilla y León	96	4,4%	26	3,2%	122	4,1%
Castilla-La Mancha	80	3,6%	36	4,5%	116	3,9%
Cataluña	348	15,9%	139	17,2%	487	16,2%
Comunidad de Madrid	349	15,9%	88	10,9%	437	14,6%
Comunidad Foral de Navarra	29	1,3%	4	0,5%	33	1,1%
Comunidad Valenciana	248	11,3%	83	10,3%	331	11,0%
Extremadura	45	2,1%	13	1,6%	58	1,9%
Galicia	128	5,8%	61	7,5%	189	6,3%
Islas Baleares	51	2,3%	21	2,6%	72	2,4%
La Rioja	15	0,7%	3	0,4%	18	0,6%
País Vasco	122	5,6%	24	3,0%	146	4,9%
Principado de Asturias	60	2,7%	16	2,0%	76	2,5%
Región de Murcia	66	3,0%	35	4,3%	101	3,4%
Ceuta	1	0,0%	3	0,4%	4	0,1%
Melilla	3	0,1%	2	0,2%	5	0,2%
Total	2192	100,0%	808	100,0%	3000	100,0%

Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

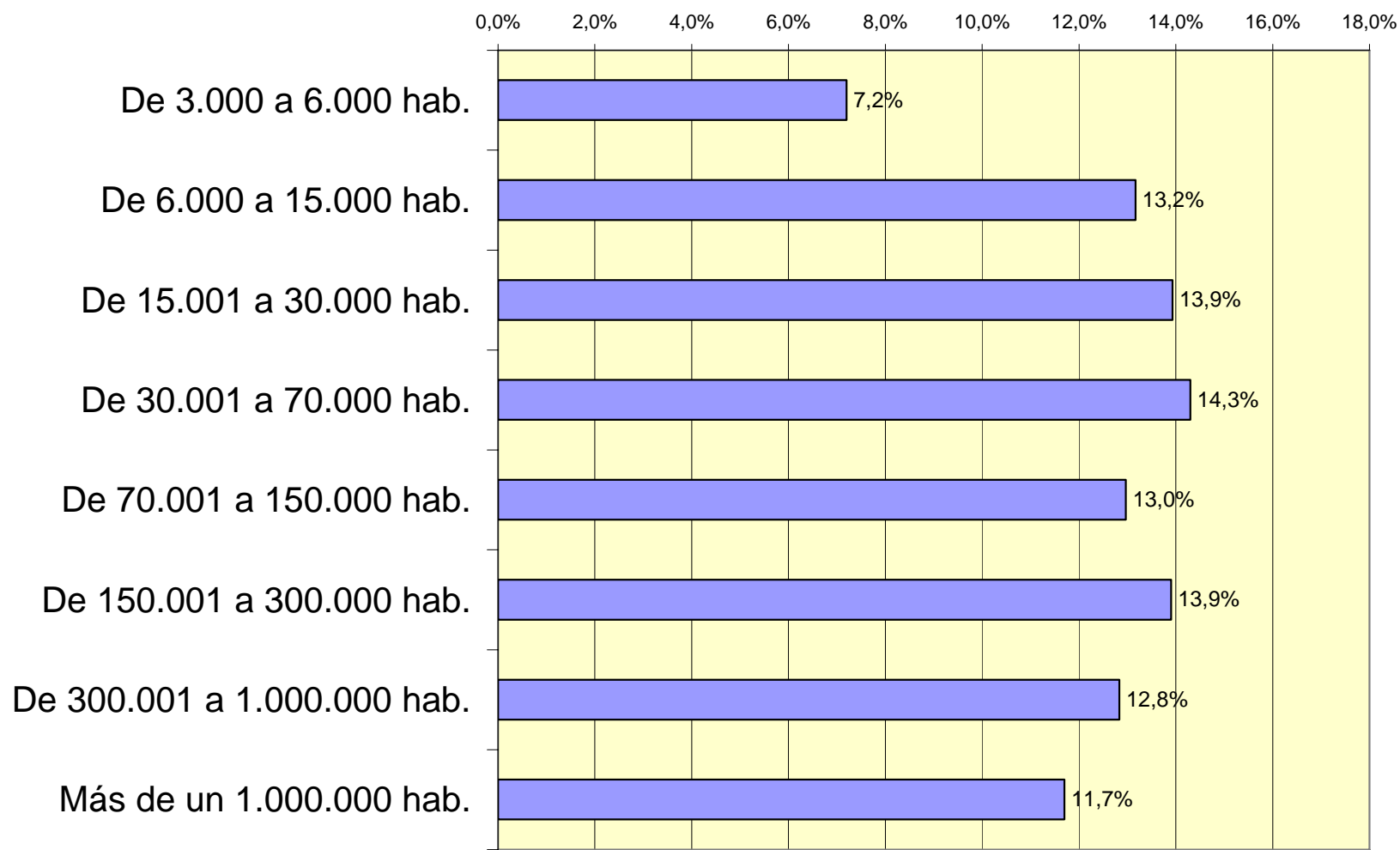
Muestra de consumidores por áreas Nielsen

Abs.	Col %	
394	13,1% %	 Zona Noreste
455	15,2%	 Zona Este
599	20,0%	 Zona Sur
257	8,6%	 Zona Centro
290	9,7%	 Zona Noroeste
241	8,0%	 Zona Norte
385	12,8%	 A.M. Madrid
235	7,8%	 A.M. Barcelona
144	4,8%	 Canarias
3.000	100,0%	



Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

Muestra de consumidores por hábitat



Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

Muestra de establecimientos por comunidades autónomas

	Acepta tarjetas		No acepta tarjetas		Total	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Andalucía	724	17,4%	363	19,7%	1087	18,1%
Aragón	110	2,6%	45	2,4%	155	2,6%
Canarias	211	5,1%	76	4,1%	287	4,8%
Cantabria	45	1,1%	25	1,4%	70	1,2%
Castilla y León	176	4,2%	97	5,3%	273	4,5%
Castilla-La Mancha	155	3,7%	71	3,8%	226	3,8%
Cataluña	713	17,1%	260	14,1%	973	16,2%
Comunidad de Madrid	643	15,4%	233	12,6%	876	14,6%
Comunidad Foral de Navarra	49	1,2%	19	1,0%	68	1,1%
Comunidad Valenciana	468	11,2%	188	10,2%	656	10,9%
Extremadura	72	1,7%	45	2,4%	117	1,9%
Galicia	260	6,2%	122	6,6%	382	6,4%
Islas Baleares	93	2,2%	47	2,5%	140	2,3%
La Rioja	20	0,5%	15	0,8%	35	0,6%
País Vasco	179	4,3%	115	6,2%	294	4,9%
Principado de Asturias	96	2,3%	58	3,1%	154	2,6%
Región de Murcia	139	3,3%	61	3,3%	200	3,3%
Ceuta	4	0,1%	5	0,3%	9	0,1%
Melilla	8	0,2%	2	0,1%	10	0,2%
Total	4165	100,0%	1847	100,0%	6012	100,0%

Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

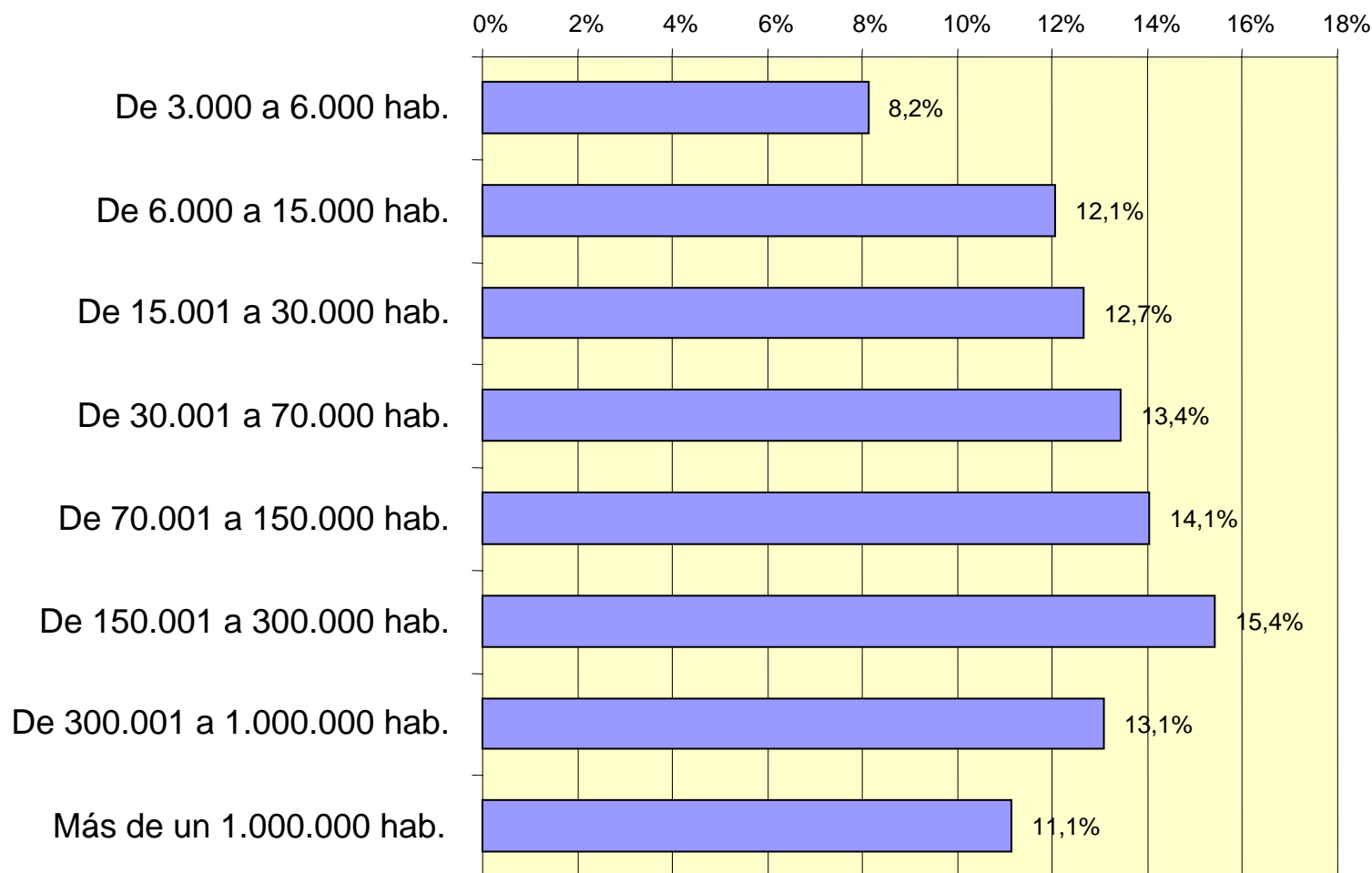
Muestra por de establecimientos por áreas Nielsen

Abs.	Col %	
746	12,4 %	 Zona Noreste
902	15,0 %	 Zona Este
1.183	19,7 %	 Zona Sur
438	7,3 %	 Zona Centro
588	9,8 %	 Zona Noroeste
485	8,1 %	 Zona Norte
876	14,6 %	 A.M. Madrid
507	8,4 %	 A.M. Barcelona
287	4,8%	 Canarias
6.012	100,0%	



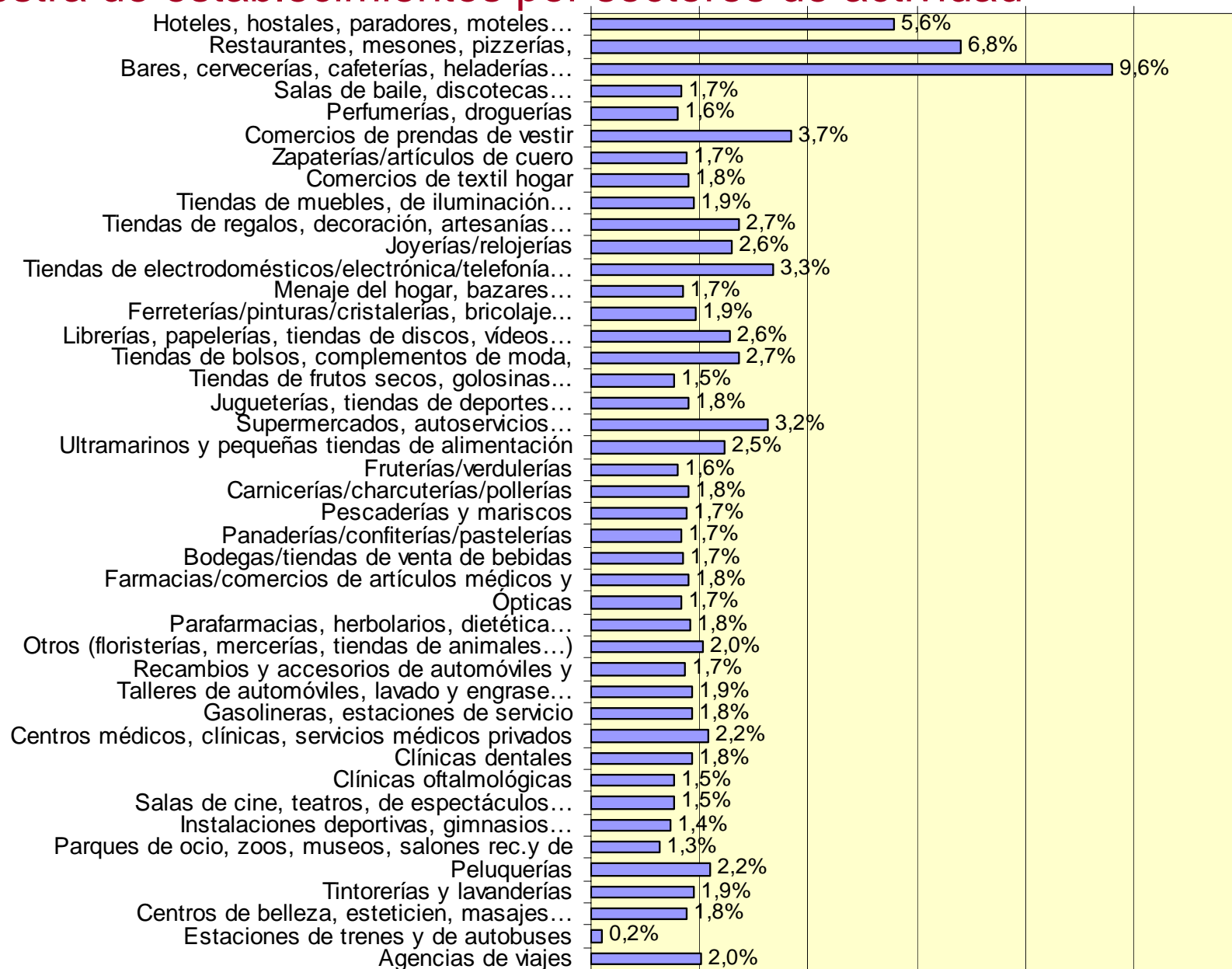
Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

Muestra de establecimientos por hábitat



Ficha técnica 3: detalles de las muestras de consumidores y establecimientos

Muestra de establecimientos por sectores de actividad



2

Conclusiones referidas a los consumidores

¿Qué diferencias hay entre poseedores y no poseedores de tarjetas?

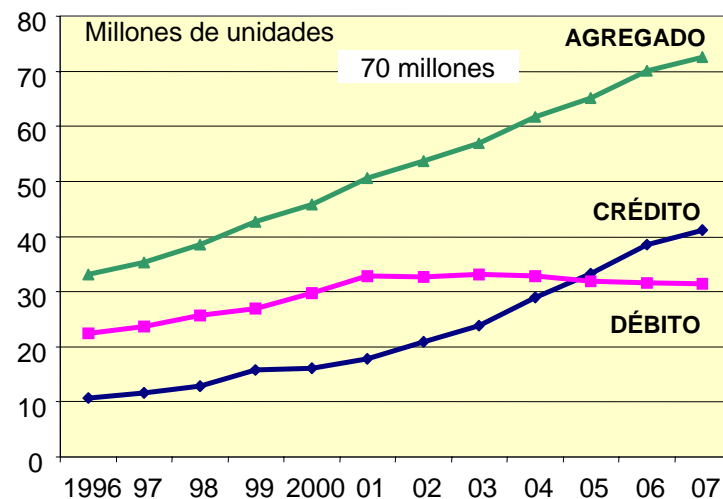
- **Hay diferencias importantes según las edades:** entre los 30 y los 40 años es la edad en que más gente tiene tarjetas (82,5%). A partir de los 40 años el porcentaje va disminuyendo paulatinamente. Sólo el 54% de las personas de entre 60 y 70 años tiene tarjeta.

“La tarjeta la veo para mí muy complicada. No lo entiendo. No quiero más preocupaciones, yo ya soy mayor. Ya no estoy para esas cosas”.

(Entrevista No poseedor de tarjeta)

- **También hay una relación muy directa entre el nivel de estudios y la posesión de tarjetas:** en los extremos están los que no tienen estudios, o tienen primarios incompletos, de los cuales sólo un 30% posee tarjeta. En el otro extremo están los titulados universitarios de los que un 88% tiene tarjetas.
- Hay también diferencia según la escala ocupacional y la clase social.
- **Es llamativo que no existe diferencia de penetración de las tarjetas según hábitat:** en los pueblos de entre 3.000 y 6.000 habitantes ya hay prácticamente un 70% de adultos que tienen tarjetas, mientras que el record de penetración en las más grandes ciudades llega sólo al 78%.

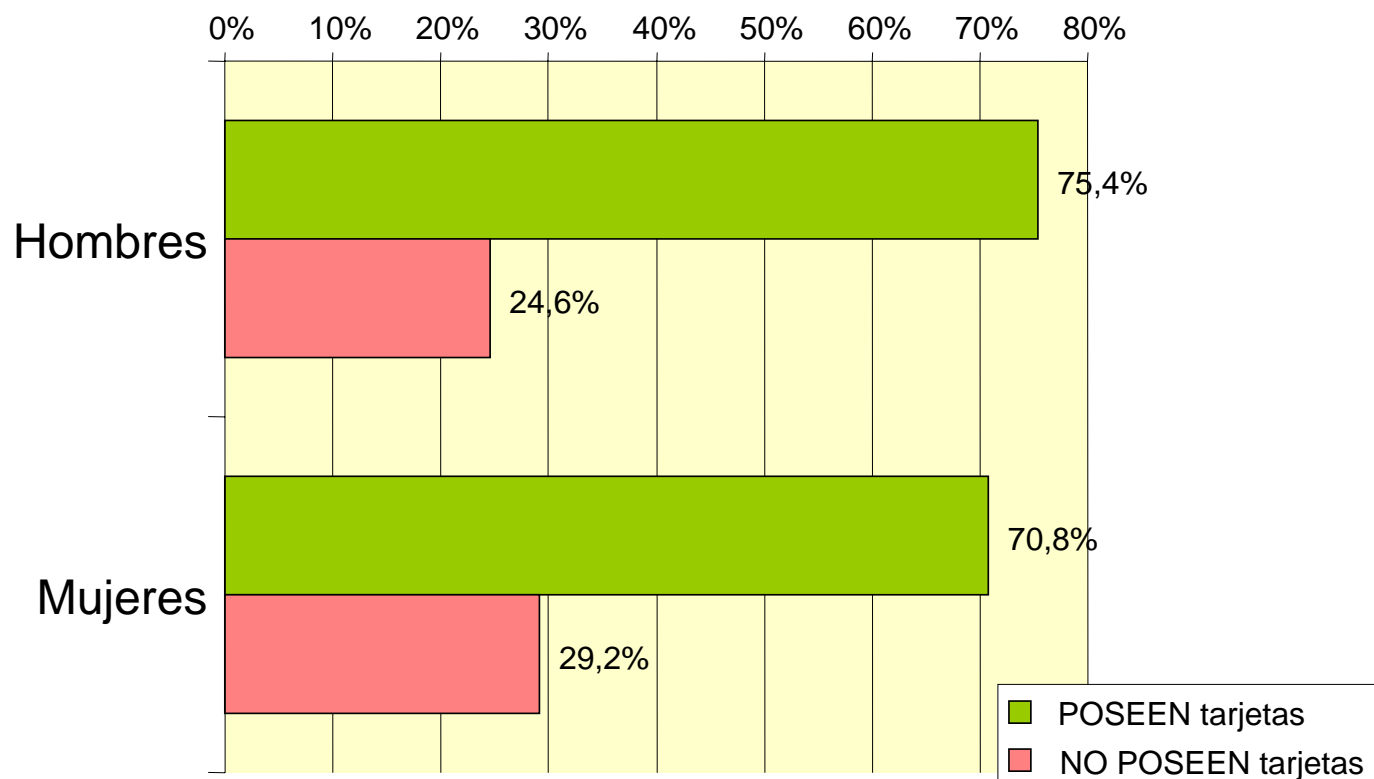
Evolución del número de tarjetas en circulación



Fuente: Banco de España

Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas

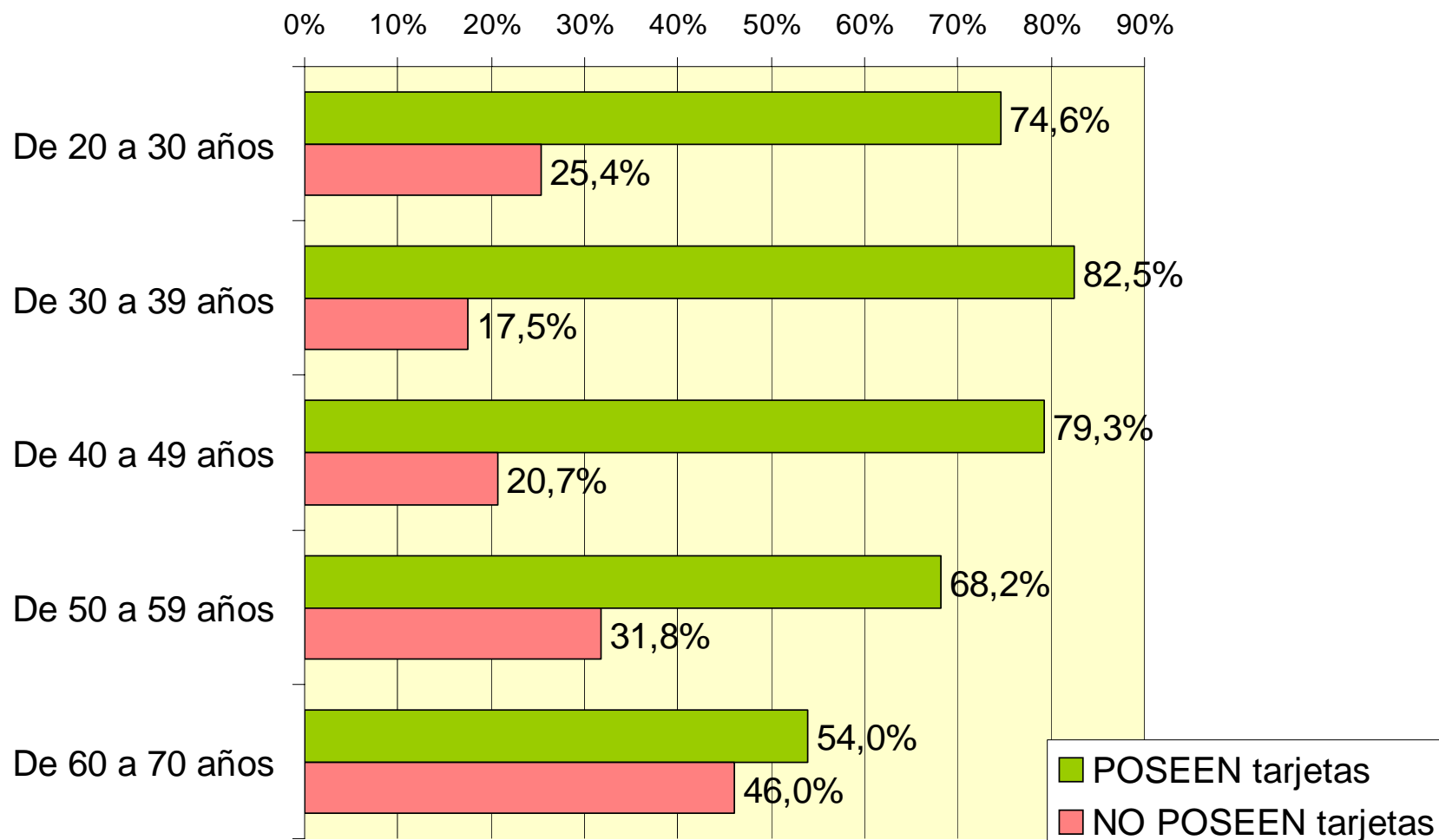
Sexo



Base: Muestra total Consumidores

Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas

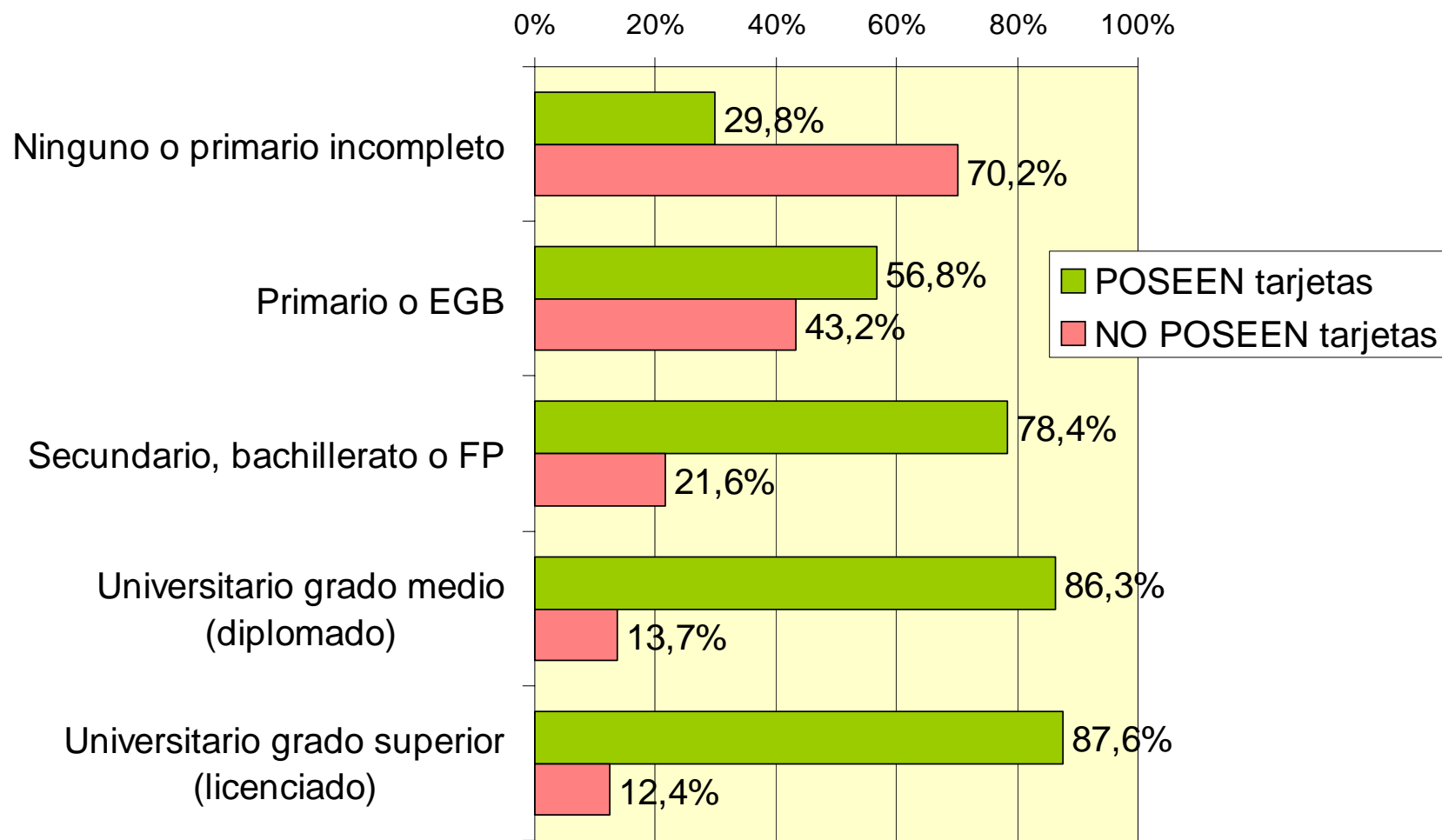
Edad



Base: Muestra total Consumidores

Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas

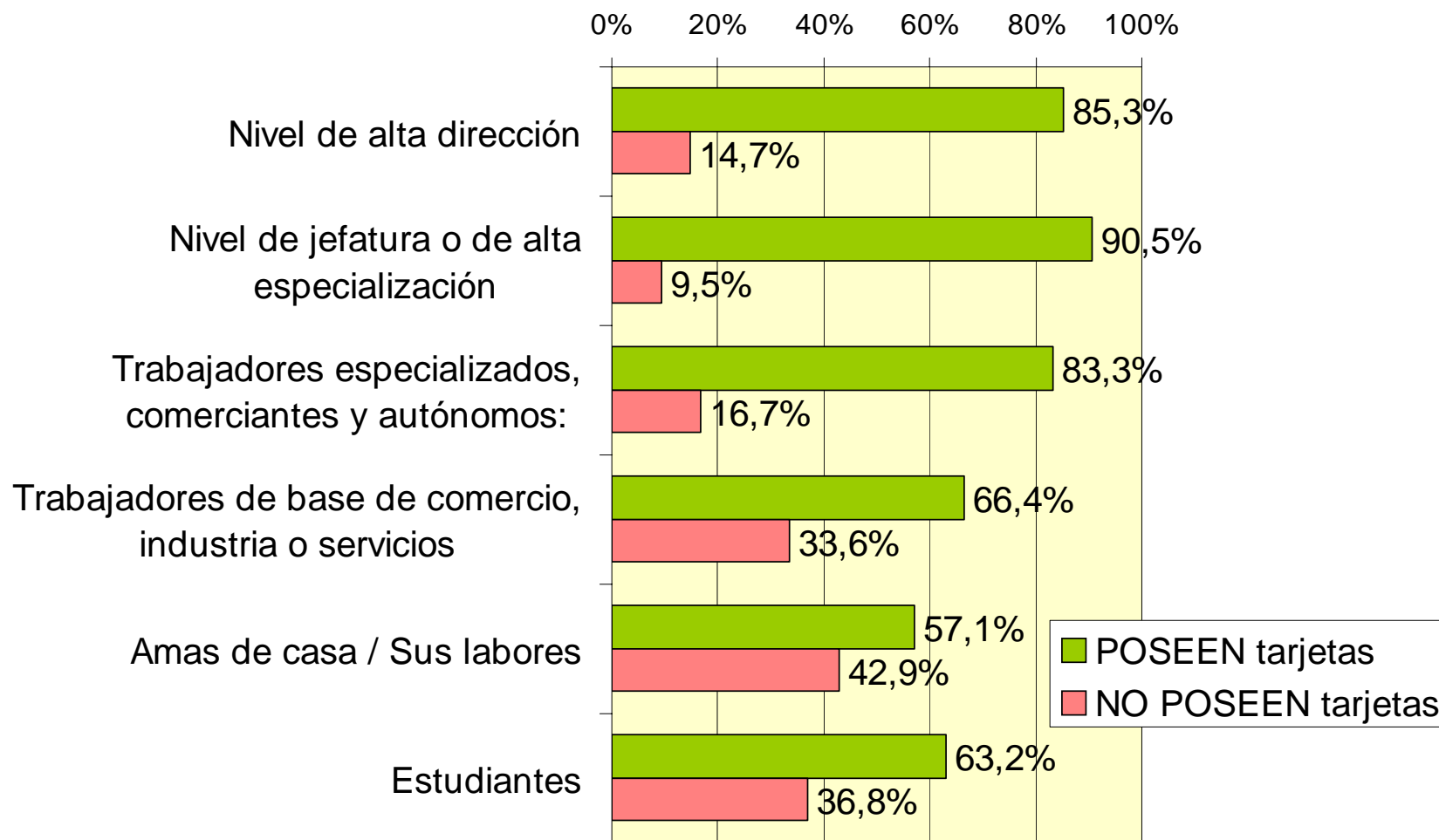
Nivel de estudios



Base: Muestra total Consumidores

Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas

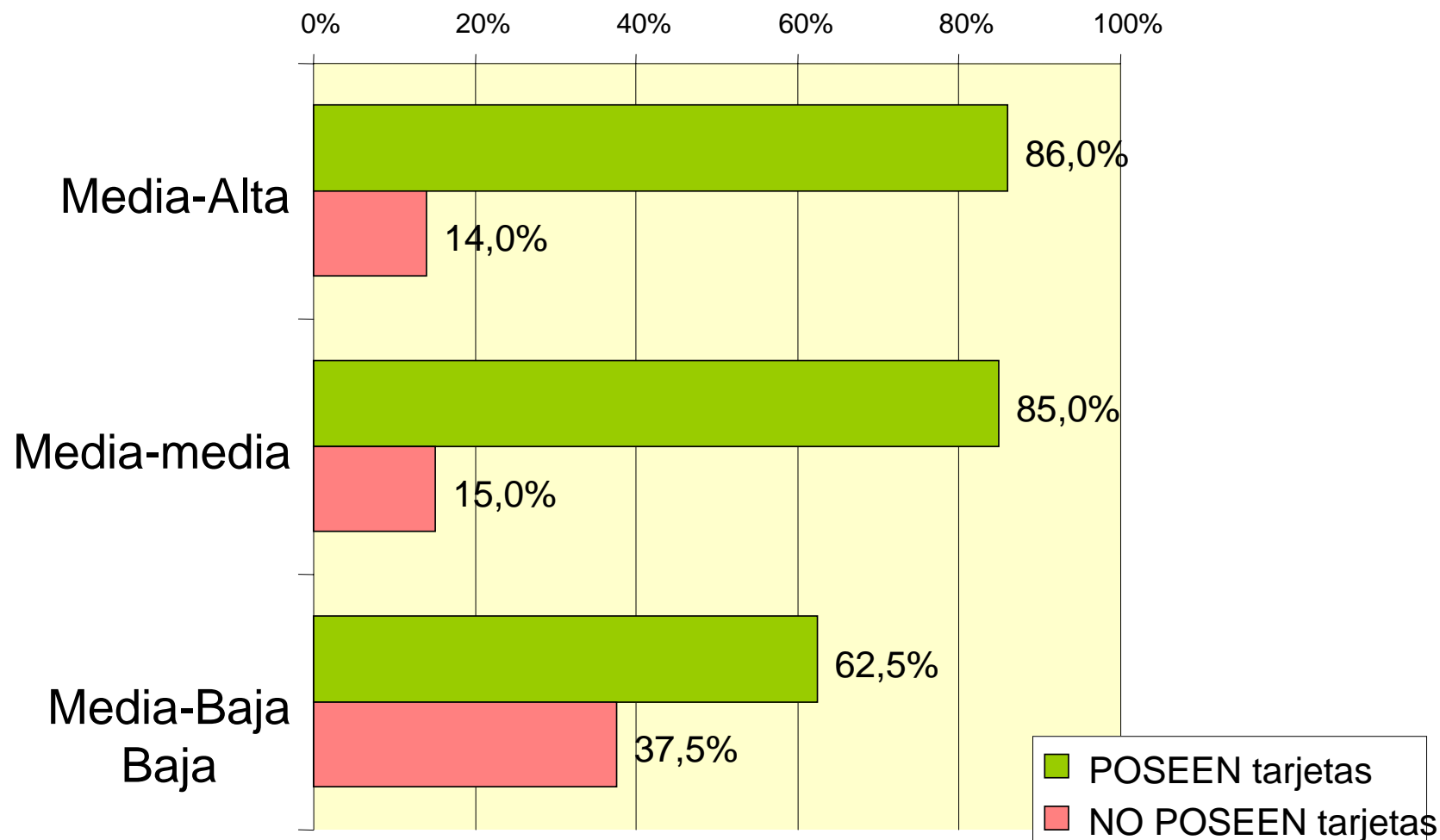
Ocupación del entrevistado



Base: Muestra total Consumidores

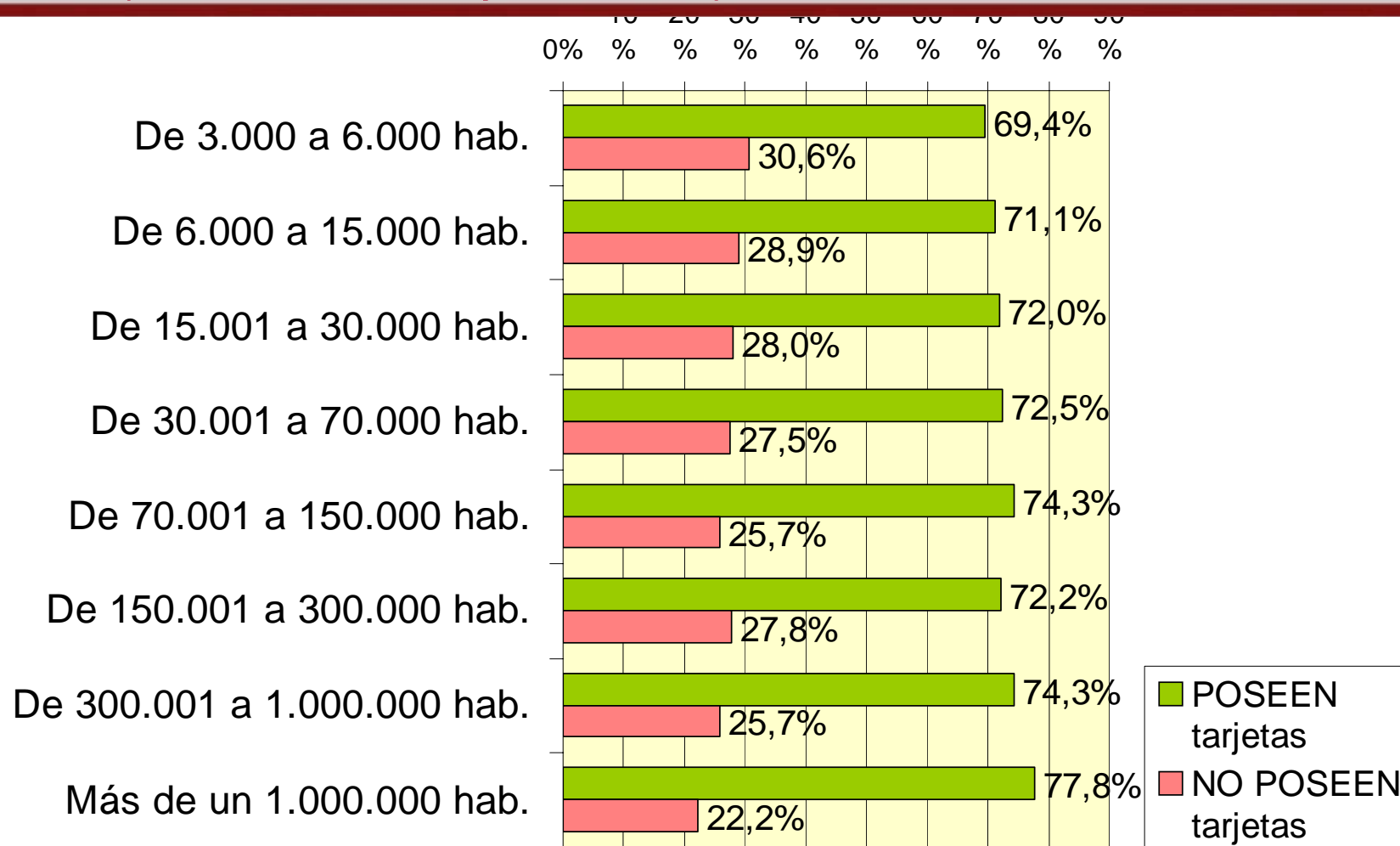
Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas

Clase social



Base: Muestra total Consumidores

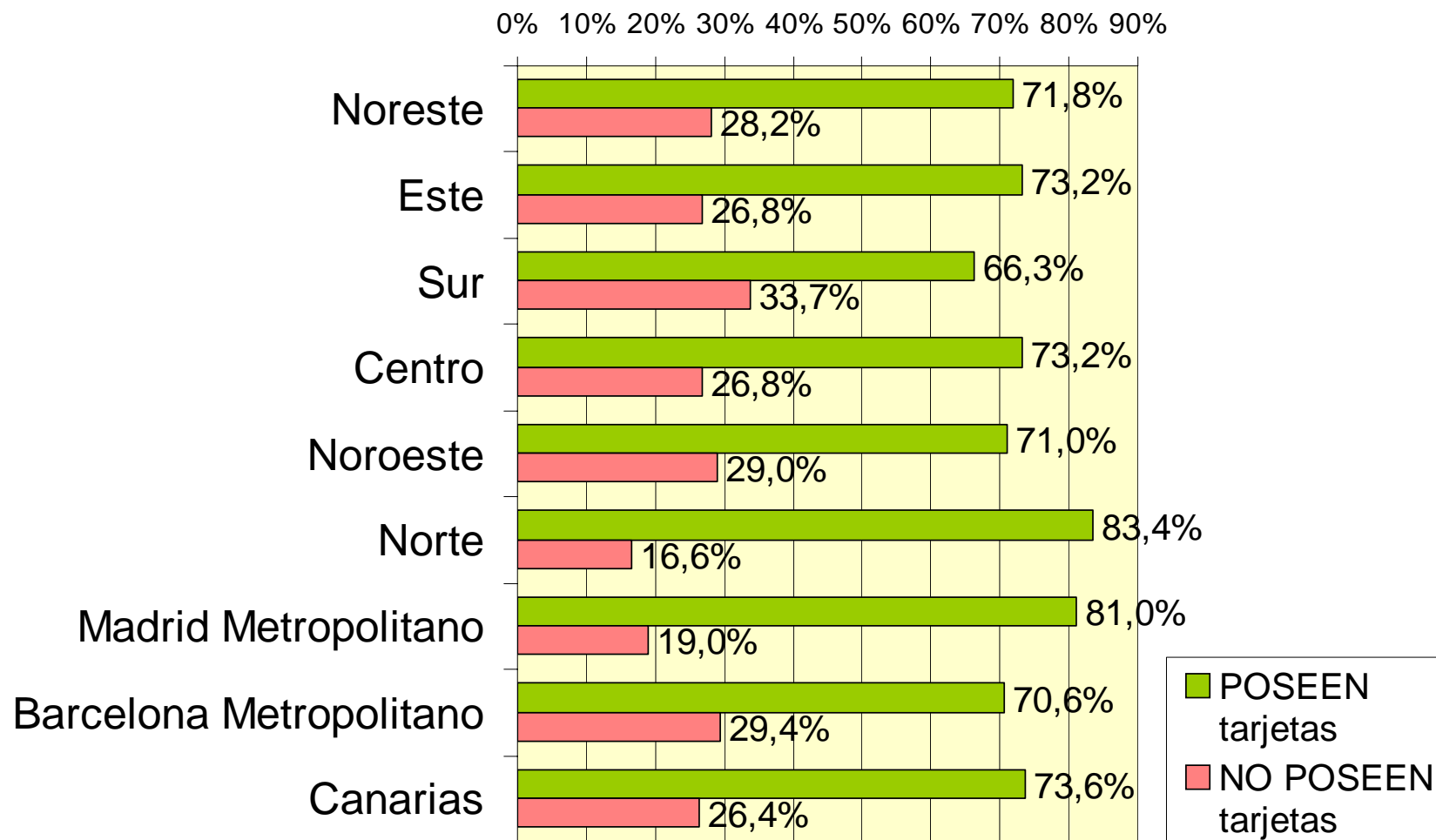
Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas Hábitat (Tamaño de la población)



Base: Muestra total Consumidores

Características diferenciales entre poseedores y no poseedores de tarjetas

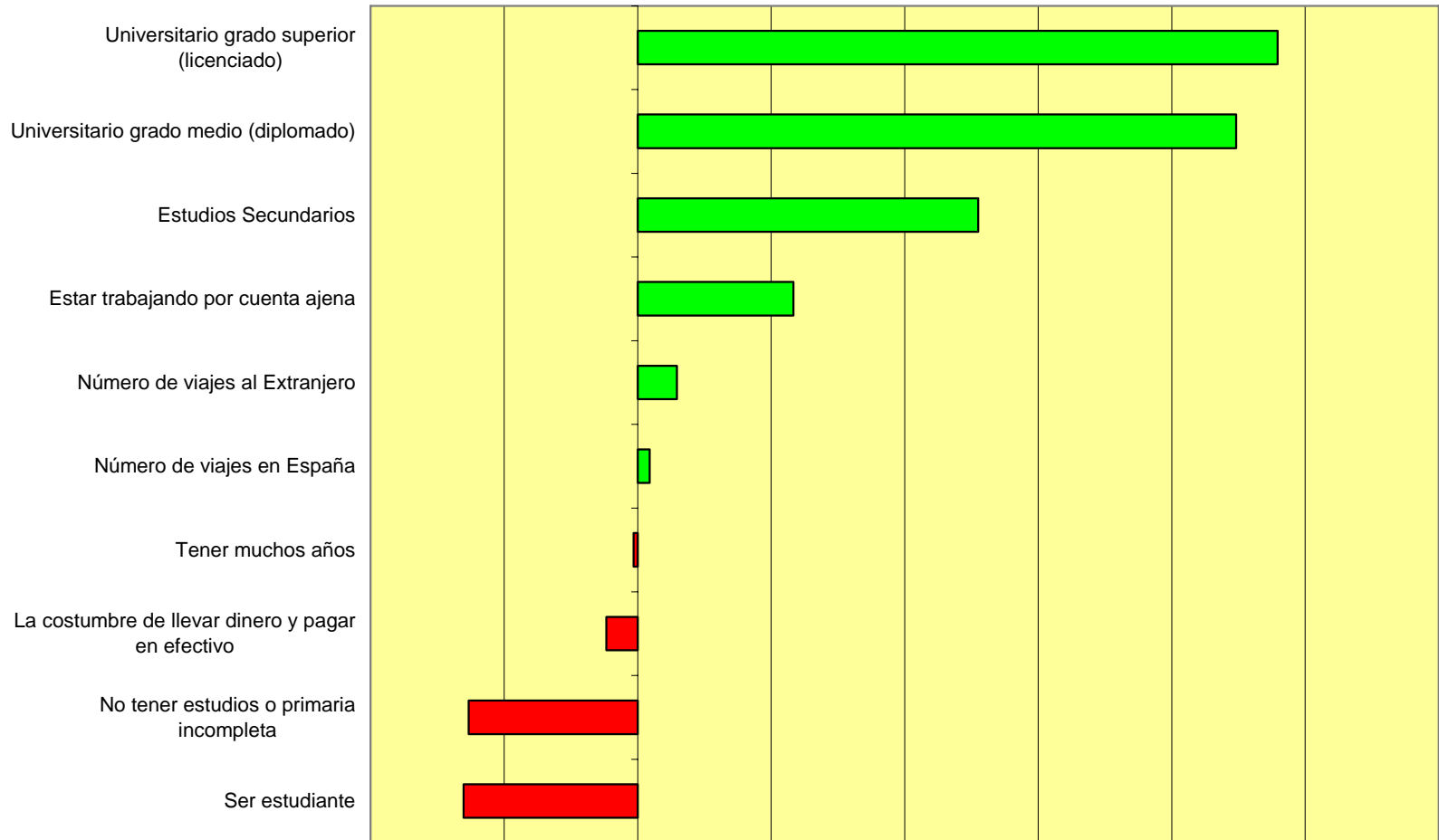
Áreas Nielsen



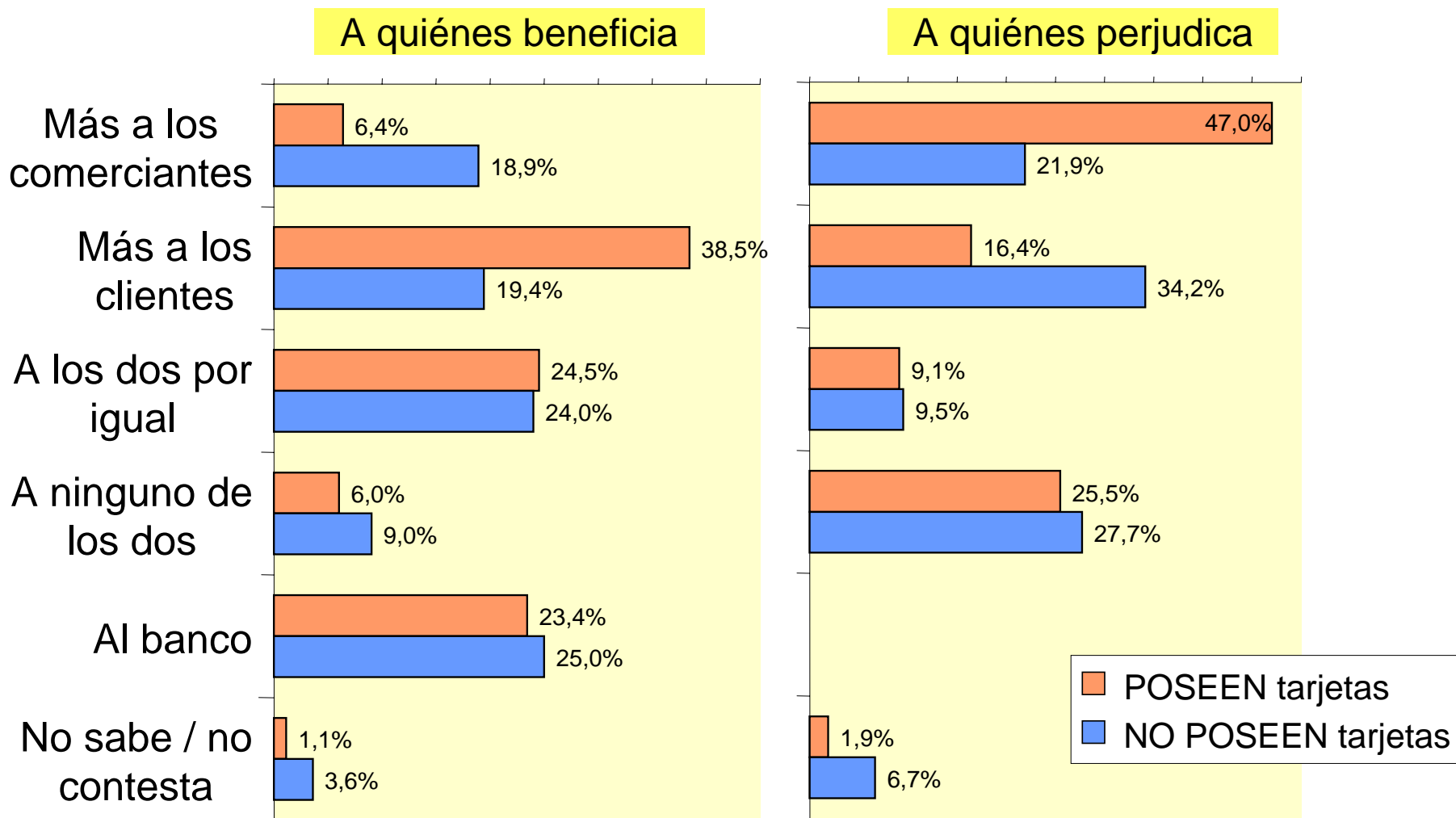
Base: Muestra total Consumidores

Poseedores de tarjeta versus no poseedores de tarjeta. (Logit)

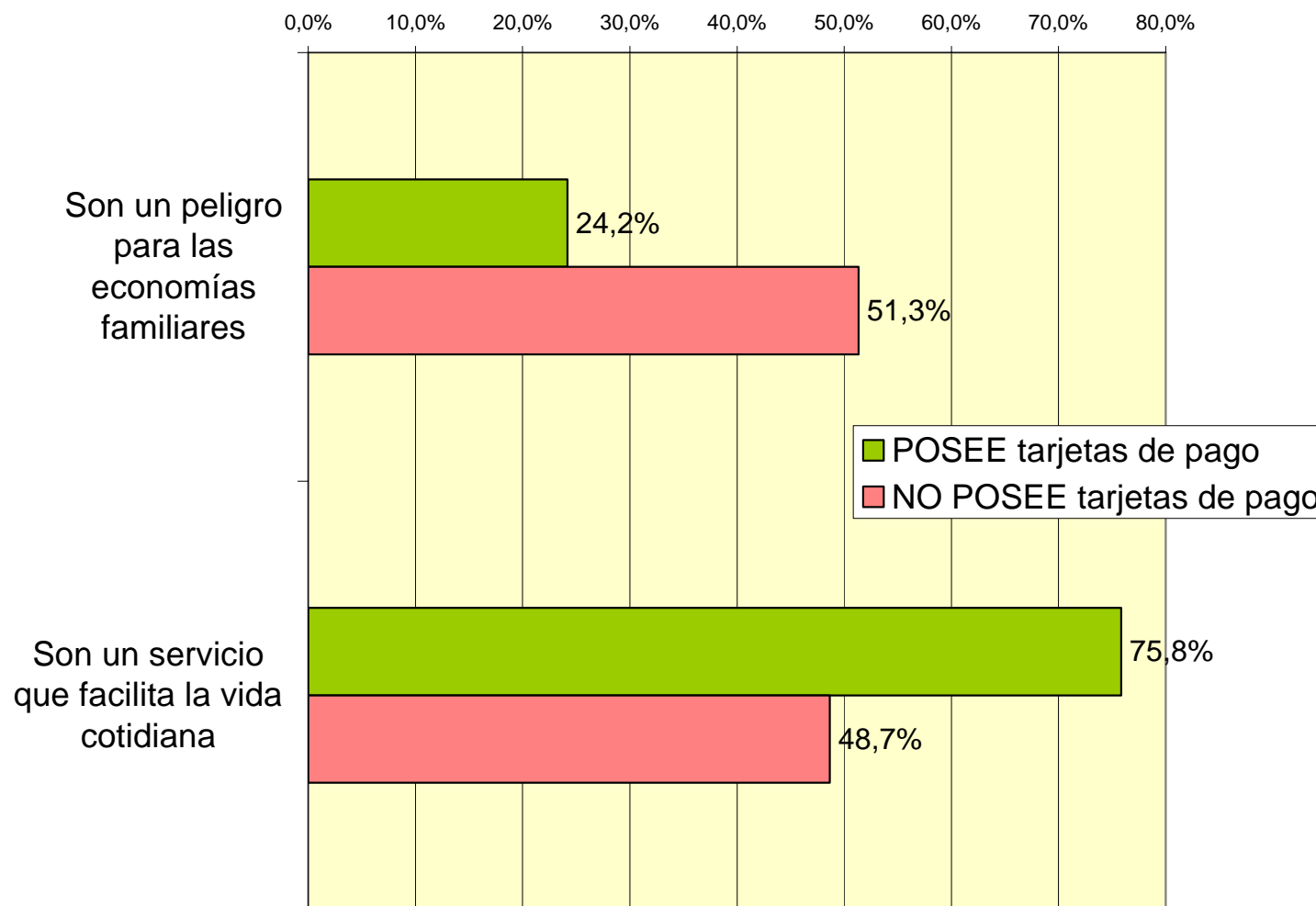
Datos de clasificación que influyen en tener o no tener tarjetas



A quiénes creen que beneficia o perjudica que la gente use tarjetas



¿Cómo juzgan unos y otros a las tarjetas?

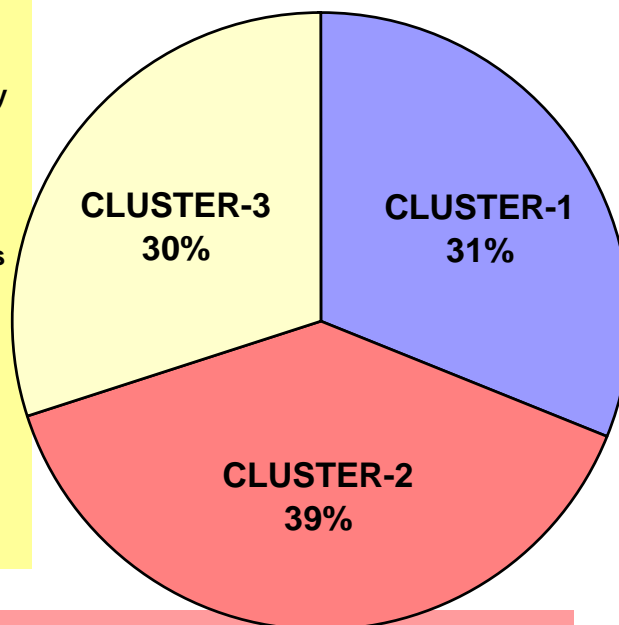


La realidad de los consumidores
no poseedores de tarjetas

Tipologías de consumidores NO POSEEDORES DE TARJETAS

3. Recelosos y reacios

- Valoran que con la tarjeta podrían sacar dinero de un cajero en caso de necesidad, y que con ella tendrían la seguridad y la comodidad de no llevar dinero encima.
- A pesar de eso, consideran poco probable tener tarjeta en un futuro.
- La principal causa de no tenerlas es que les molesta la cuota que cobran las entidades financieras.
- Piensan que las tarjetas no benefician a nadie, o que en todo caso benefician sólo a los comerciantes.
- Temerían que les robaran la tarjeta.
- Piensan que con las tarjetas podría haber errores en los cobros
- Tienen entre 30 y 40 años.



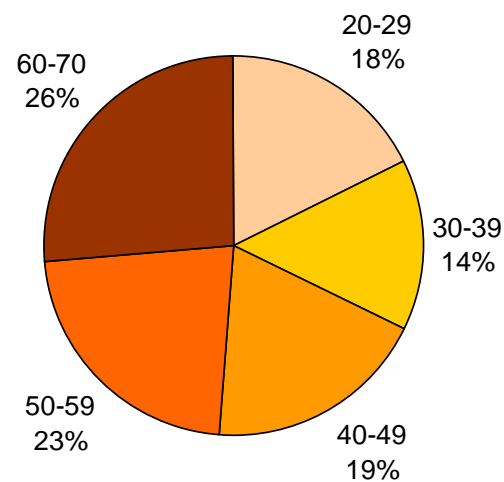
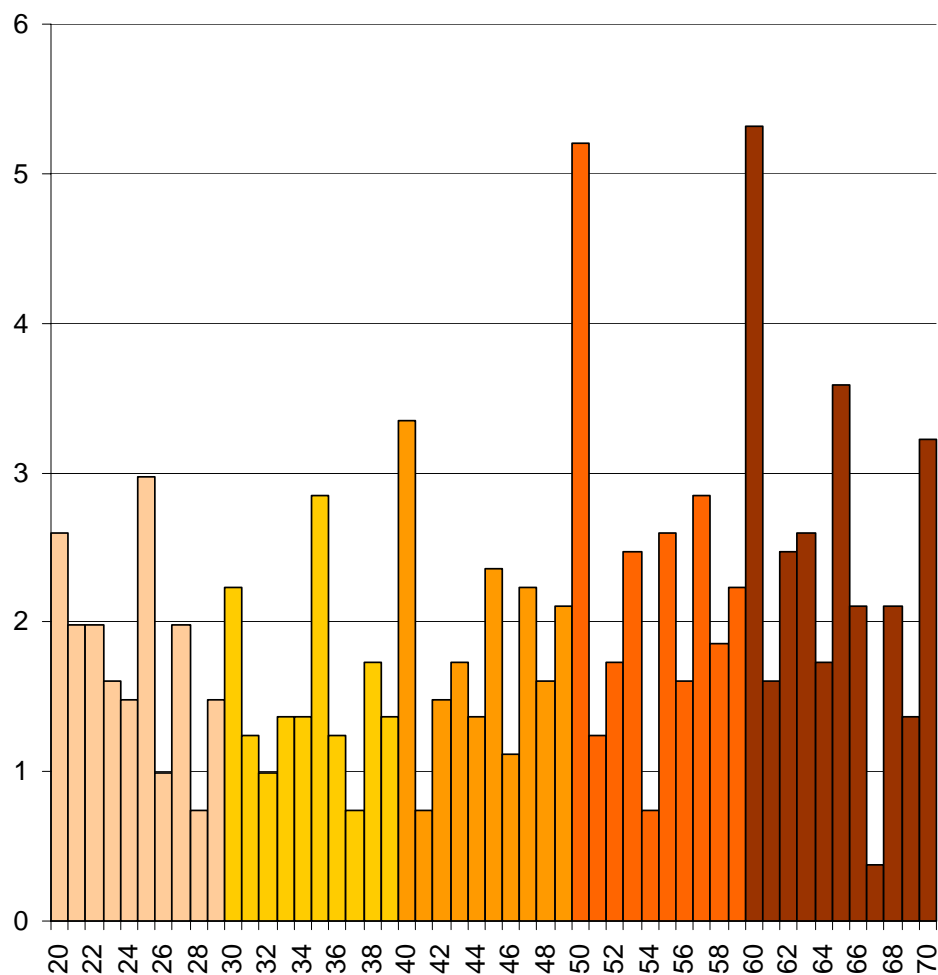
2. Tradicionales pero proclives

- Son los más permeables a las tarjetas, aunque son los que tienen menos conciencia de sus posibles beneficios concretos.
- Dicen que es probable que tengan una en el futuro.
- Consideran a las tarjetas como un servicio que puede facilitar la vida cotidiana.
- Piensan que las tarjetas benefician tanto a los comerciantes como a los consumidores, y que no perjudican a ninguno de los dos.
- No tienen tarjeta no por estar en contra, sino sólo por la costumbre de llevar dinero encima.
- No les preocupa gastar demasiado.
- Es el grupo de mayor edad. Tienen entre 50 y 70 años.

1. Jóvenes con bajos ingresos

- Consideran nada probable tener tarjetas en el futuro.
- Son personas jóvenes, con ingresos limitados.
- Valoran que con la tarjeta podrían sacar dinero de un cajero en caso de necesidad.
- Valorarían la comodidad de poder pagar sin llevar dinero.
- Valoran que con la tarjeta tendrían la seguridad de no llevar dinero encima.
- Tienen mucho temor a gastar demasiado en caso de tener tarjeta. Esto es lo que más los define.
- Tienen temor a comprar por impulso cosas innecesarias.
- Si usaran tarjeta no sabrían lo que irían gastando, pero también piensan que quizá la tarjeta les podría ayudar a llevar el control.
- Piensan que con las tarjetas podría haber errores en los cobros.
- Piensan que las tarjetas son un peligro para las economías familiares, que benefician a las entidades financieras y perjudican a los clientes.
- Es el grupo más joven. Tienen entre 20 y 30 años.
- Tienen estudios secundarios.

Edades de los no poseedores de tarjetas



No poseedores: motivos de rechazo y de atracción por las tarjetas

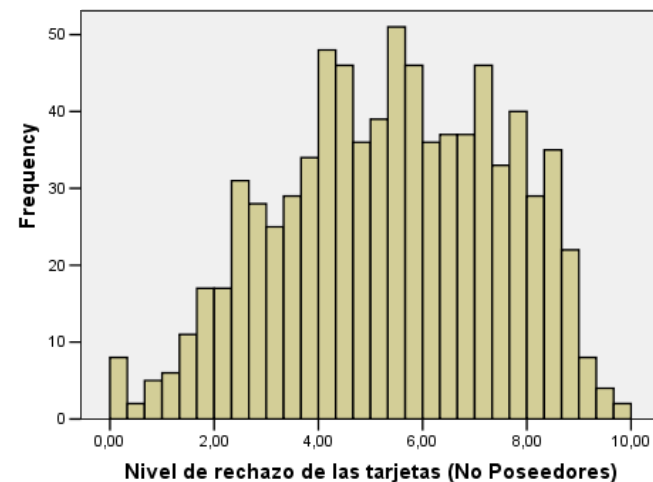
Motivos de rechazo de las tarjetas:

- El principal motivo para no tener tarjeta es **la inercia de la costumbre**. Por cuestiones culturales, los no poseedores están acostumbrados a llevar dinero y pagar en efectivo. En una escala de 0 a 10, la importancia de este motivo es 6,1.
- El siguiente motivo en importancia (4,7) es **lo que cobran las entidades financieras por tener tarjeta**.
- También el **temor a errores en los cobros o que les hagan fraudes**, y **tener ingresos demasiado limitados** (3,7).
- No manifiestan que tengan excesiva importancia los motivos relacionados con el temor a gastar demasiado (3,1), que no sabrían lo que irían gastando (2,9) y el temor a comprar por impulso cosas que no necesitan (2,5).

Motivos de atracción de las tarjetas:

- Lo que más les atrae es que las tarjetas **son aceptadas en muchos comercios** de España y de todo el mundo (6,6 de atracción en una escala de 0 a 10) y que **sirven para poder sacar dinero de un cajero en caso de necesidad** (6,3).
- También les motiva la posible **comodidad de pagar con tarjeta sin preocuparse de llevar dinero** (5,9) y la **seguridad que implica no llevar dinero encima** (5,8).

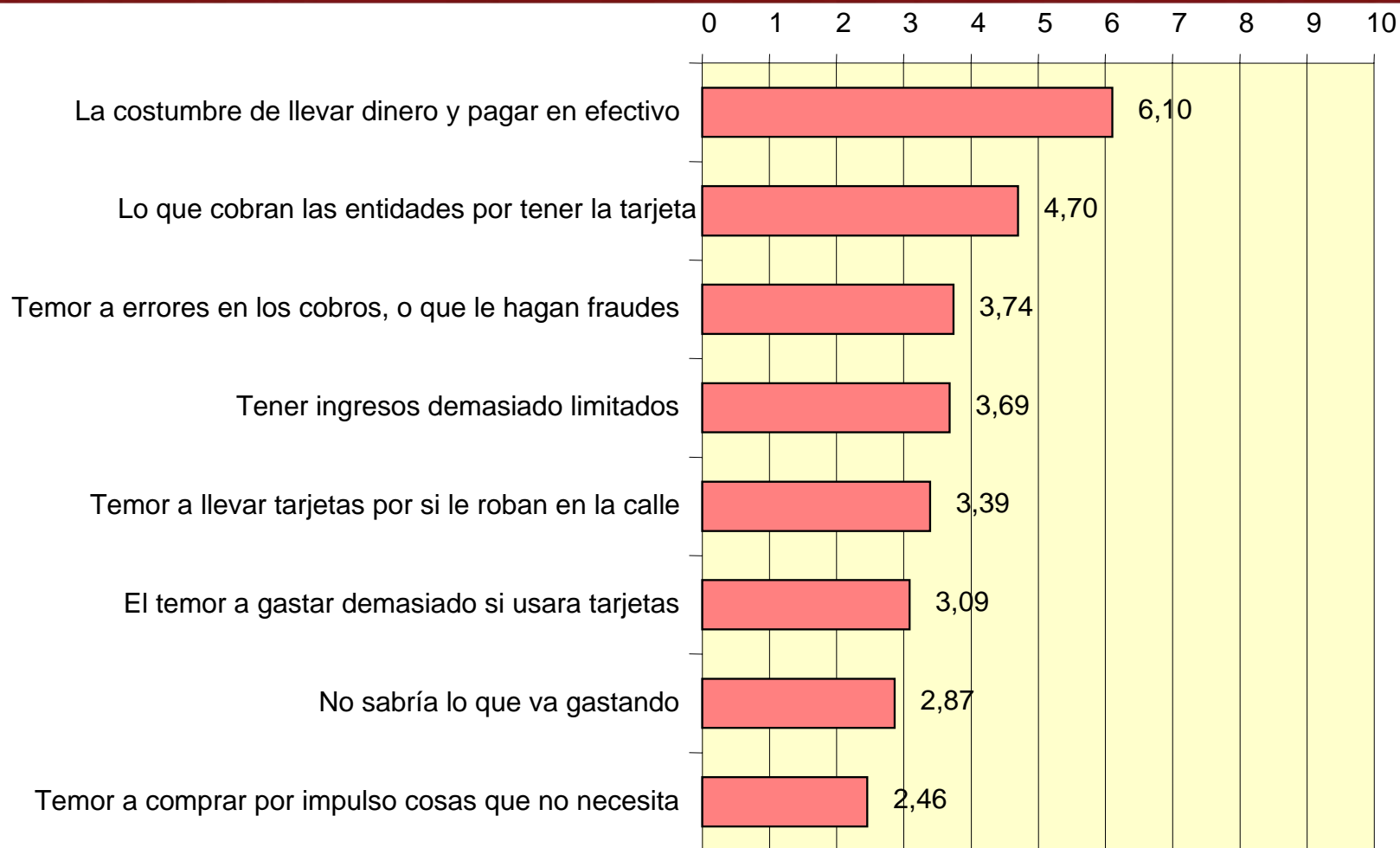
Nivel de rechazo, de 0 a 10



¿Es probable que usted tenga tarjeta en el futuro?

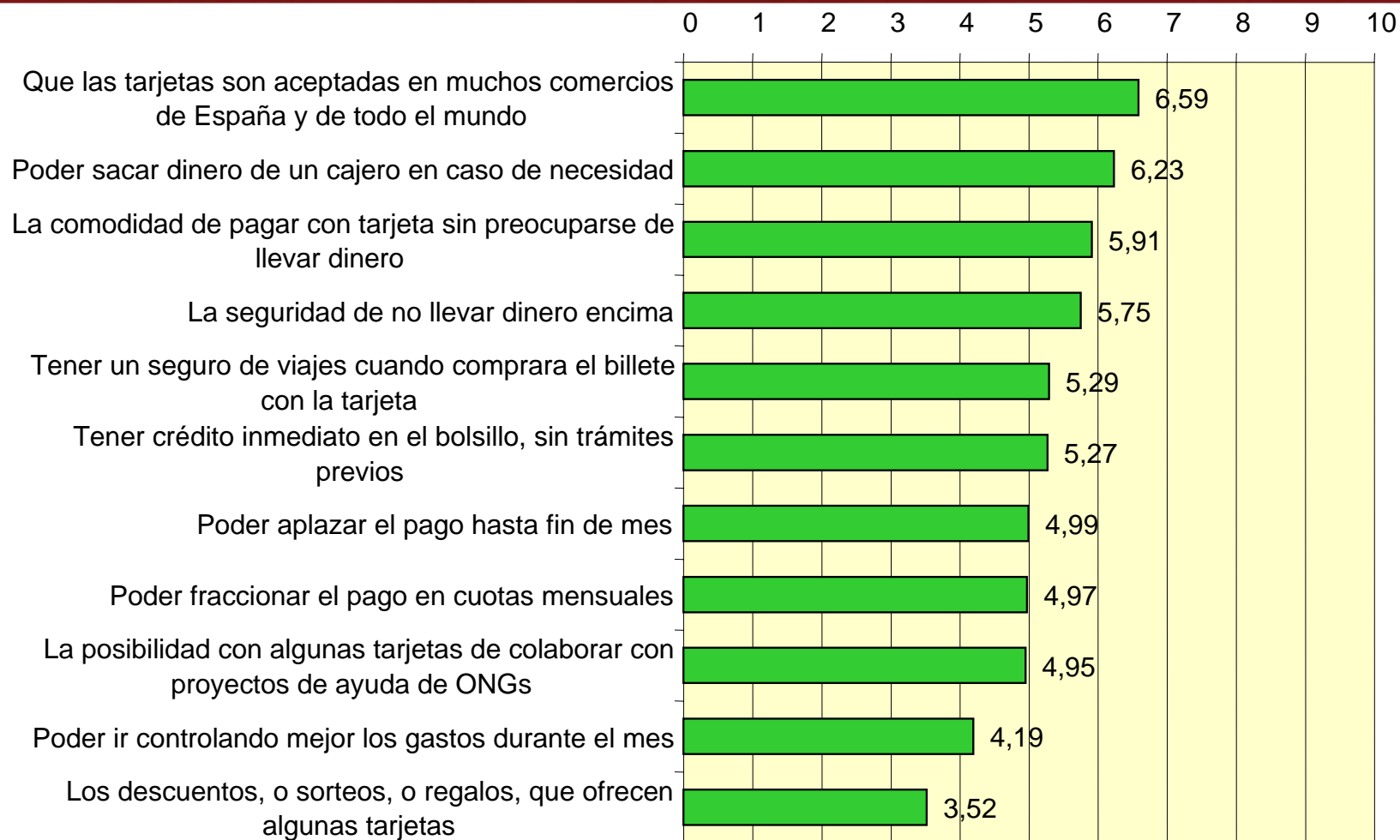
Es bastante probable	7,9%
Es algo probable	17,0%
Es poco probable	23,3%
Es nada probable	49,8%
No sabe / No contesta	2,1%

Motivos de rechazo de las tarjetas (en una escala de 0 a 10)



Base: Muestra total No Poseedores

Motivos de atracción de las tarjetas (en una escala de 0 a 10)



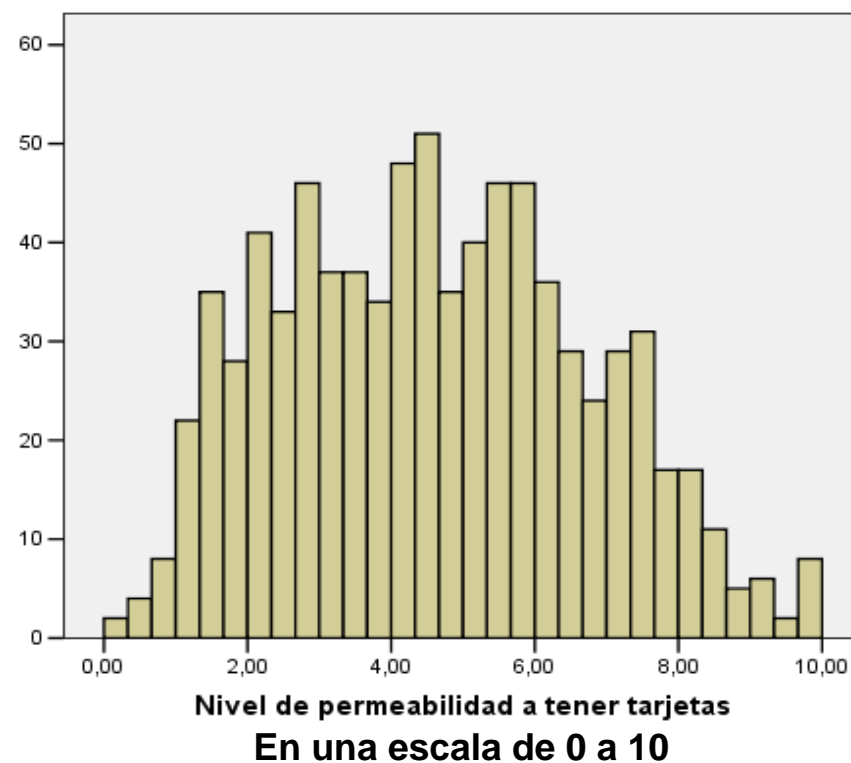
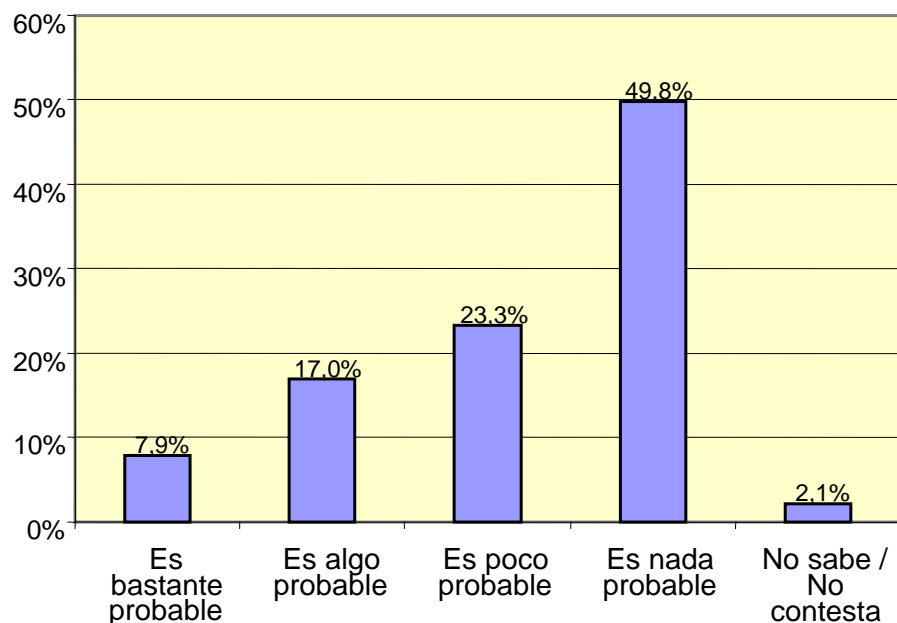
Base: Muestra No Poseedores

Motivos y creencias que influyen en que no tengan tarjetas los CONSUMIDORES NO POSEEDORES

- El 54% de los no poseedores de tarjetas piensa que las entidades financieras cobran mucho por el servicio, mientras que el 16% considera que lo que cobran las entidades financieras está dentro de lo normal.
- El 50% de los no poseedores cree que las tarjetas son un peligro para las economías familiares (en el caso de los poseedores este porcentaje se reducía al 18%)
- El 8% de los no poseedores dice que es bastante probable que tenga tarjeta en el futuro y otro 17% dice que es algo probable. El 50% dice que es nada probable.
- **¿De qué dependería que se decidiesen a tener tarjeta?**
 - En un 29% de tener más ingresos, o un trabajo que les garantice ingresos más estables.
 - Otros motivos son el tener que realizar viajes, o cambios de situación familiar o de vida, simplemente que surgiera la necesidad.

Permeabilidad a la posibilidad de llegar a tener tarjeta

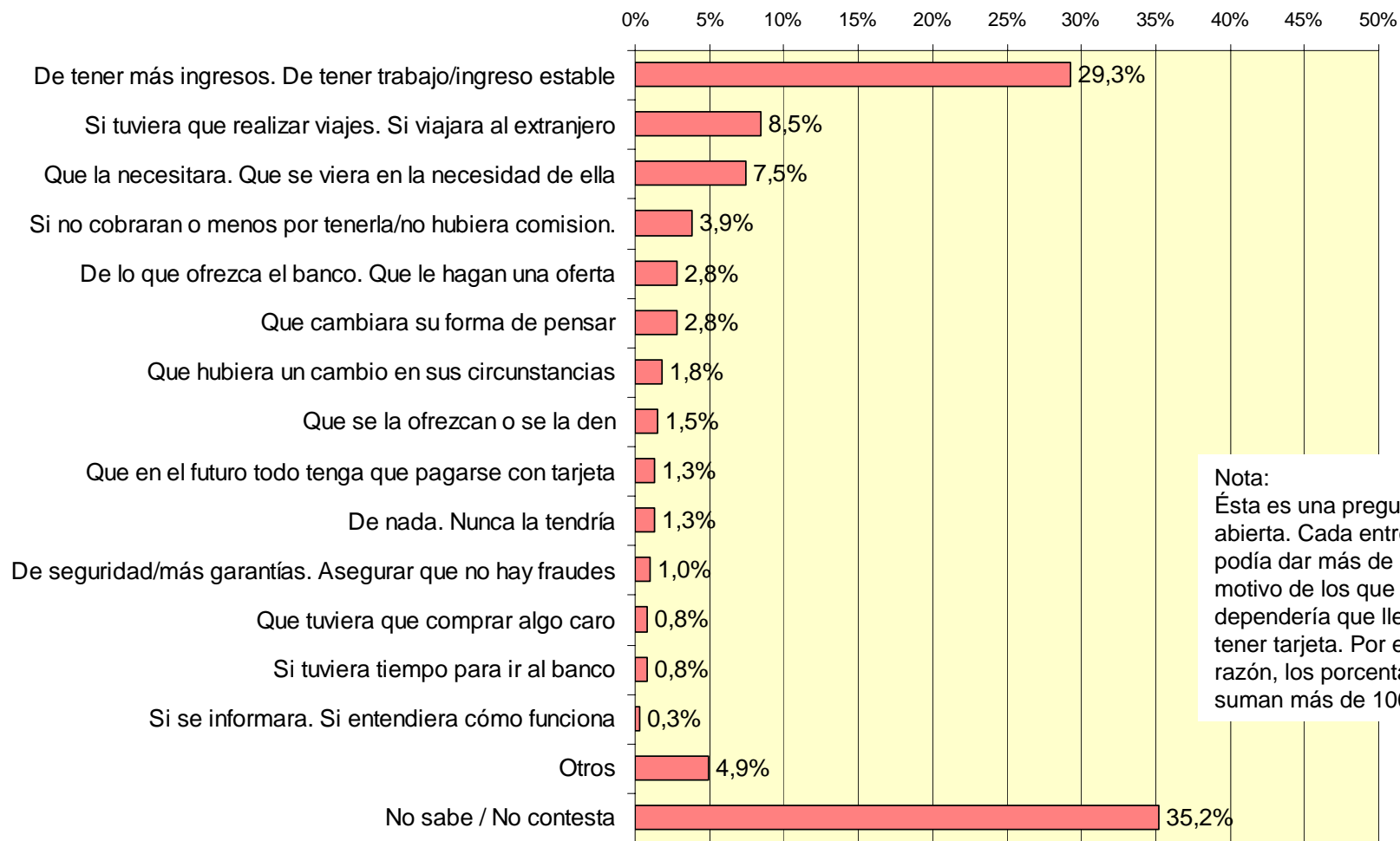
¿Qué probabilidad hay de que usted tenga tarjeta en el futuro?



Base: Muestra No Poseedores

Consumidores no poseedores de tarjetas

De qué dependería que tengan tarjetas en un futuro



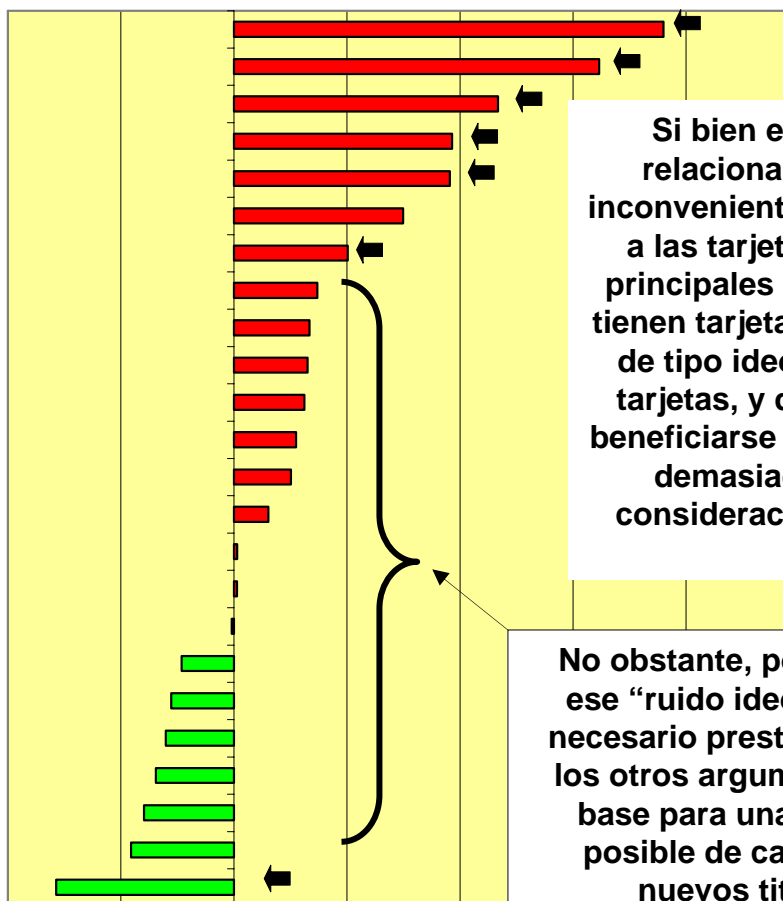
Nota:
Ésta es una pregunta abierta. Cada entrevistado podía dar más de un motivo de los que dependería que llegaran a tener tarjeta. Por esta razón, los porcentajes suman más de 100.

Base: Muestra No Poseedores que responden que es bastante, algo o poco probable que tengan tarjeta en un futuro

Factores que más intervienen en la permeabilidad de los no poseedores hacia las tarjetas.

Regresión sobre Nivel de Rechazo a tener tarjetas

- Quienes más se benefician, si la gente usa tarjeta, son los bancos
- Lo que ganan los bancos es demasiado elevado
- Usar tarjetas no beneficia ni a los comerciantes ni a los clientes
- A quien más perjudica usar tarjetas es a los clientes
- A quien más beneficia que se use tarjetas es a los comerciantes
- Tener muchos años
- Usar tarjetas perjudica tanto a los comerciantes como a los clientes
- Temen llevar tarjetas por si les roban en la calle
- Están acostumbrados a llevar dinero y pagar en efectivo
- Temen gastar demasiado si usaran tarjetas
- Rechazan la tarjeta por la cuota anual que cobran los bancos
- De las tarjetas les interesaría poder aplazar el pago a fin de mes
- No tienen tarjetas por que no sabrían cuánto irían gastando
- Temen que con tarjeta comprarían por impulso cosas que no necesitan
- Temen que habría errores en los cobros o fraudes
- No tienen tarjeta porque sus ingresos son demasiado limitados
- Con tarjeta podrían fraccionar el pago en cuotas mensuales
- Las tarjetas les darían la seguridad de no llevar dinero encima
- Es cómodo poder pagar con tarjeta sin preocuparse de llevar dinero
- Las tarjetas son aceptadas en muchos comercios de España y del Mundo
- Tener crédito inmediato en el bolsillo, sin trámites previos
- Con la tarjeta poder ir controlando mejor los gastos durante el mes.
- Poder sacar dinero de un cajero en caso de necesidad
- Que se pague con tarjeta no perjudica ni a comerciantes ni a clientes.



Si bien existen motivaciones relacionadas con beneficios o inconvenientes concretos atribuibles a las tarjetas, aquí se ve que los principales motivos por los que no tienen tarjeta los no poseedores son de tipo ideológico. El tema de las tarjetas, y de valorar quién puede beneficiarse o salir perjudicado, está demasiado sobrecargado de consideraciones ideológicas y de tono moral.

No obstante, por debajo de ese “ruido ideológico”, es necesario prestar atención a los otros argumentos como base para una estrategia posible de captación de nuevos titulares.

La realidad de los consumidores
poseedores de tarjetas

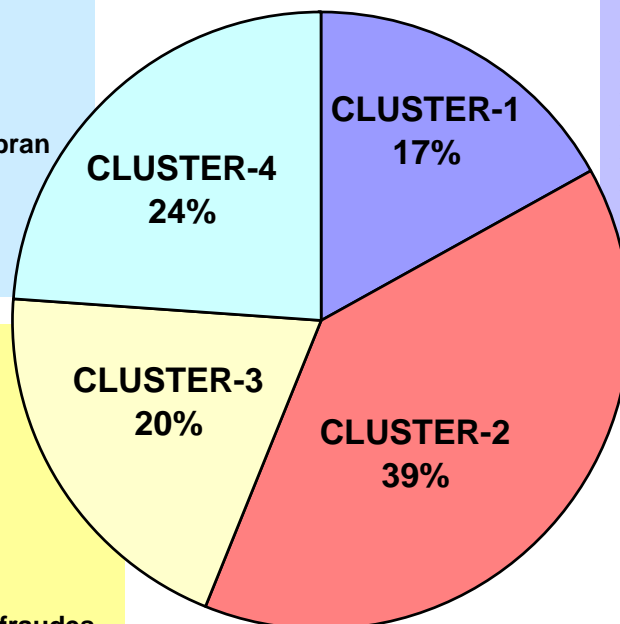
Tipología de consumidores POSEEDORES DE TARJETAS

4. Precarios inseguros

- Valoran muy poco las tarjetas
- Son poco usuarios
- Ven las tarjetas como un peligro para las economías domésticas
- Temen que les dupliquen las tarjetas
- Quieren saber lo que van gastando
- Temen que haya errores en los cobros
- Usan solamente la tarjeta de débito
- Creen que las entidades financieras cobran mucho
- No viajan
- Su nivel educativo es medio bajo / bajo
- Se concentran más en el Noroeste

3. Tradicionales controladores

- Valoran muy poco las tarjetas
- Son poco usuarios
- Tienen temor a gastar demasiado
- Quieren saber lo que va gastando
- Tienen inercia de costumbres
- Son temerosos a posibles errores o fraudes
- Temen comprar por impulso por culpa de las tarjetas
- Les influyen las objeciones de los comerciantes
- Se concentran más Barcelona / Canarias
- Tienen de 20 a 30 años



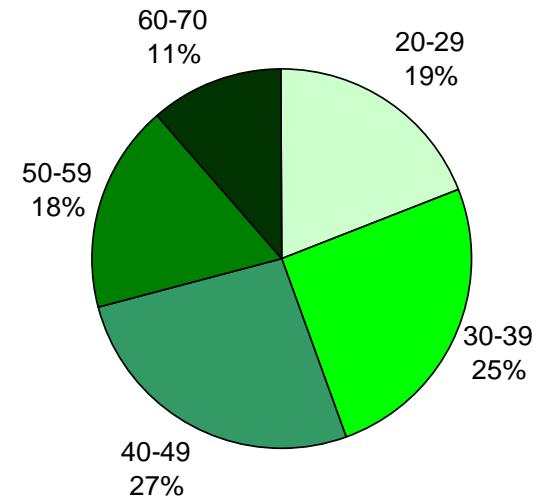
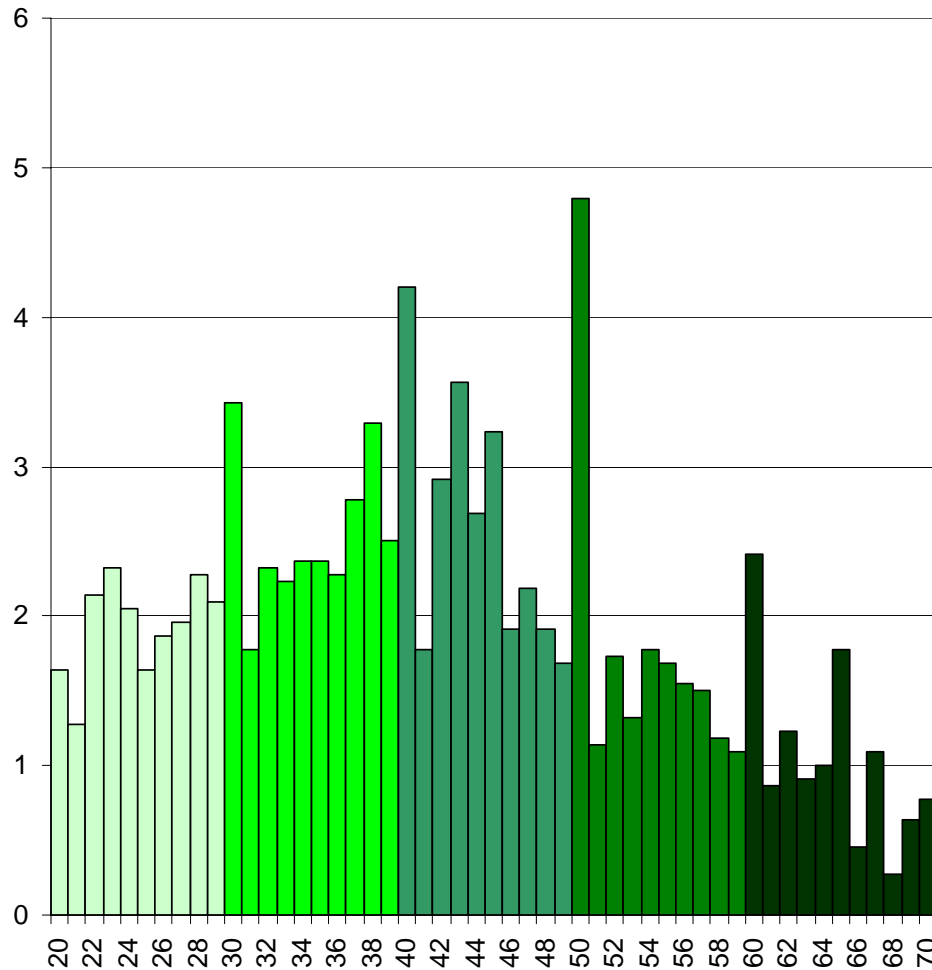
1. Financistas intensivos

- Tienen más tarjetas
- Son muy simpatizantes y muy usuarios de las tarjetas
- En cada caso pagan con crédito o débito según convenga
- Aceptan lo que cobran las entidades financieras
- Valoran aplazar el pago hasta fin de mes
- Valoran fraccionar el pago
- Valoran obtener puntos/descuentos
- Se concentran más en Andalucía / Valencia
- Tienen de 30 a 39 años

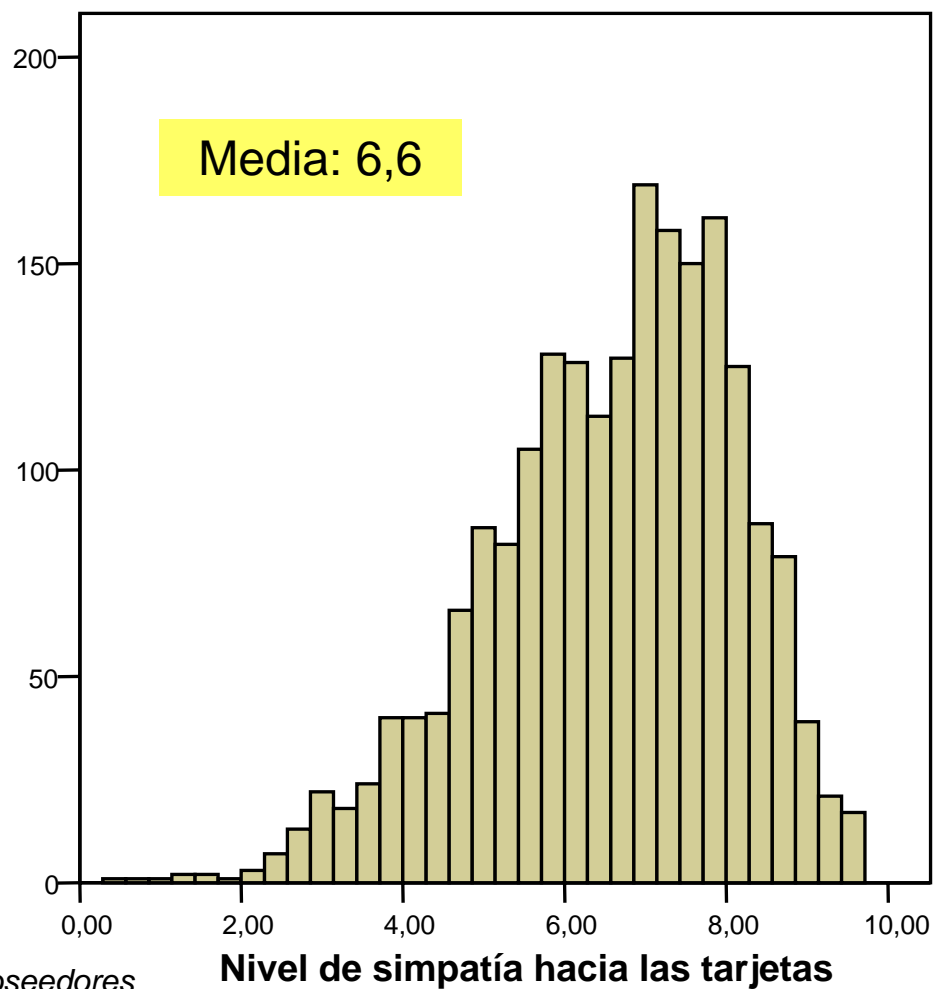
2. Tradicionales cómodos

- Son muy simpatizantes y muy usuarios de las tarjetas
- Lo que más valoran es la comodidad de no ocuparse
- Tienen más antigüedad en la posesión de tarjetas
- No les interesa lo que prefiera el comerciante
- Usan más la tarjeta de débito
- Aceptan lo que cobran las entidades financieras
- Viajan mucho (España y extranjero)
- Se concentran más en Centro / Norte / NEste
- Tienen de 40 a 49 años

Edades de los poseedores de tarjetas



Histograma del nivel de simpatía hacia las tarjetas (en una escala de 0 a 10)

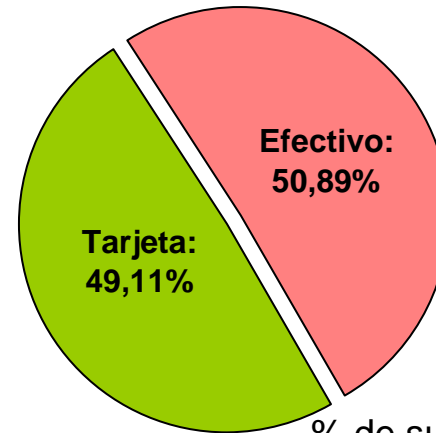
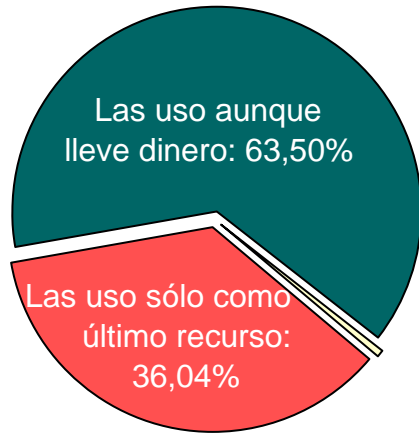


Factores que más intervienen en el nivel de simpatía hacia las tarjetas en los poseedores

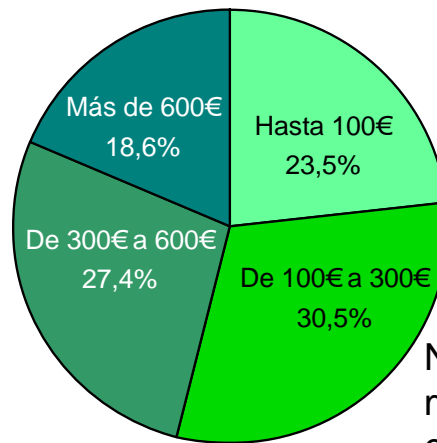
Variables que influyen sobre la Actitud hacia las tarjetas



Comportamientos de uso o no uso de las tarjetas



% de sus compras que pagan con tarjeta y con dinero en efectivo



Nivel de gasto mensual con tarjeta

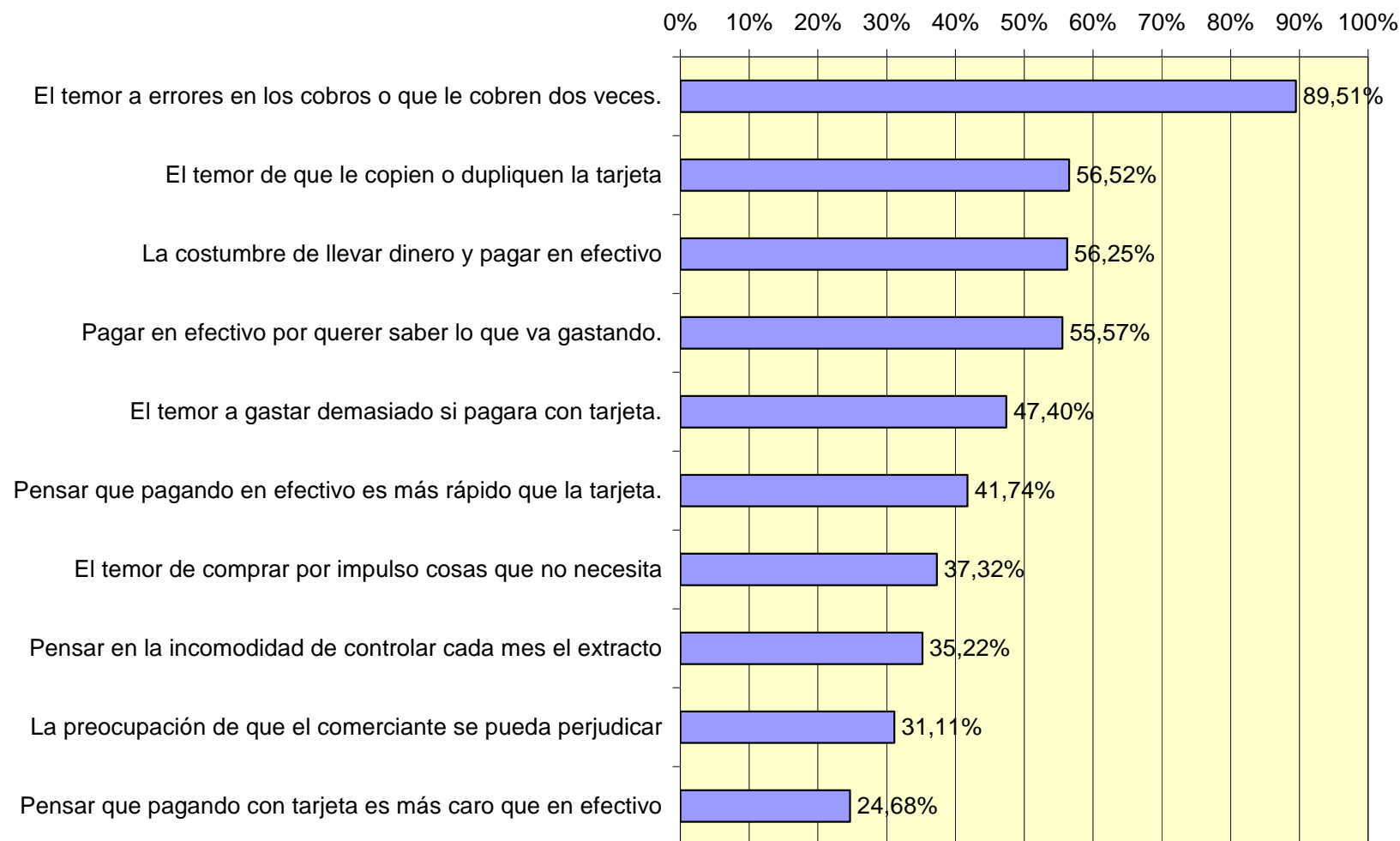
Base: Muestra Poseedores

Motivos que determinan la preferencia o no del pago con tarjeta

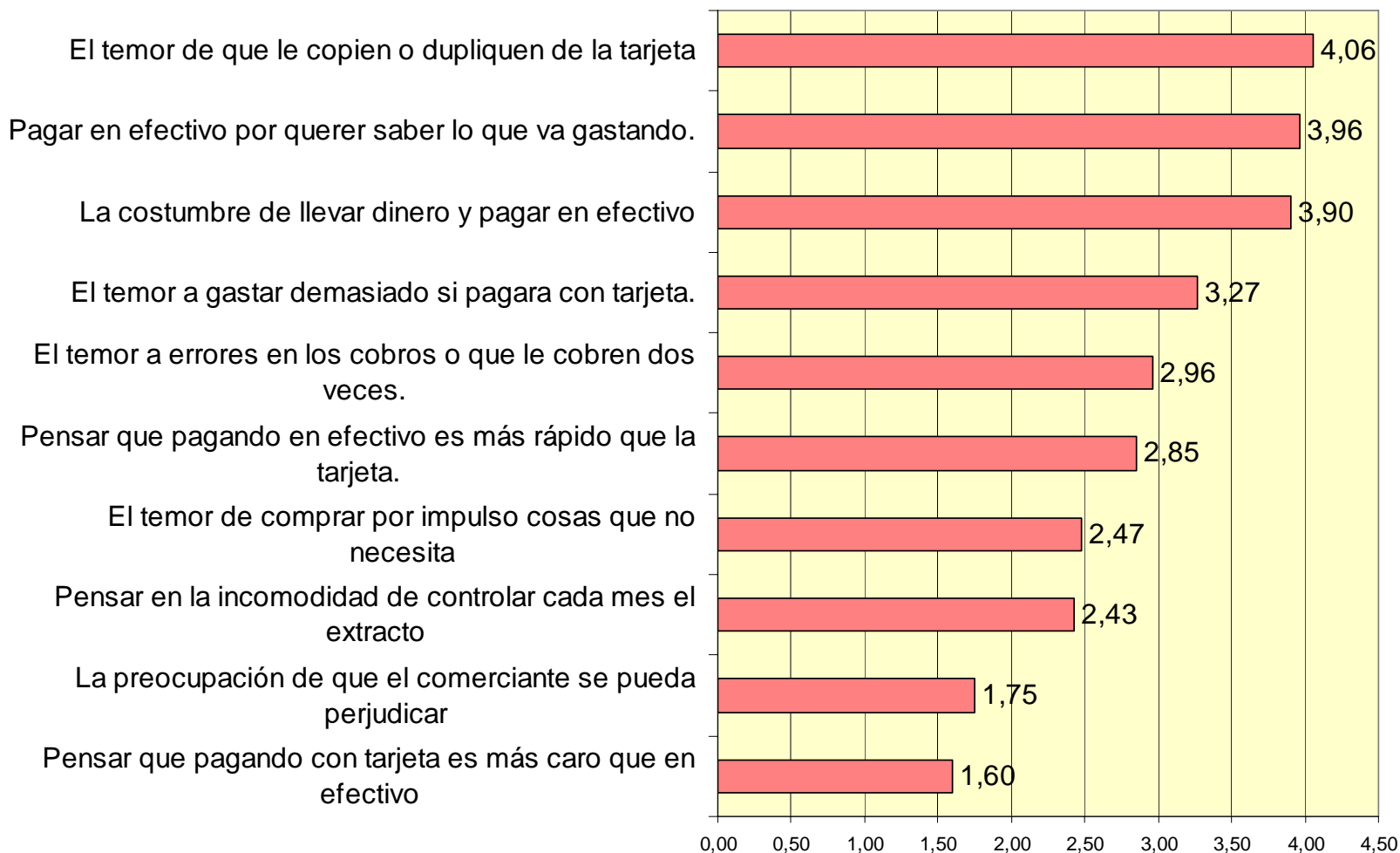
Los poseedores de tarjetas dicen que pagan con tarjeta aproximadamente el 50% de sus compras o consumos en establecimientos. El 35% dice que las está usando más que hace unos años.

- Lo que más les influye **para preferir pagar** sus compras con tarjeta es, en primer lugar, la comodidad de no tener que preocuparse por llevar dinero encima. Esto influye en el 92% de los usuarios.
 - Los demás motivos principales (que la tarjeta sirva para aplazar el pago hasta fin de mes, poder fraccionar el pago en cuotas mensuales y obtener puntos, descuentos o devoluciones) influyen solamente al 50% de los usuarios.
- El motivo principal **para no pagar** con tarjeta es el temor a que se produzcan errores en los cobros o que les cobren dos veces.
 - Esto influye en el 90% de los poseedores de tarjetas.
 - El segundo motivo es el temor a que les copien o dupliquen la banda magnética (57%).
 - También influyen en un menor uso de las tarjetas: la inercia de la costumbre, ciertos rasgos culturales, el querer saber lo que van gastando (56%), el temor a gastar demasiado (47%) y el temor a comprar por impulso cosas que no se necesitan (37%)

Motivos que les hacen preferir pagar sus compras en efectivo (porcentajes de consumidores)

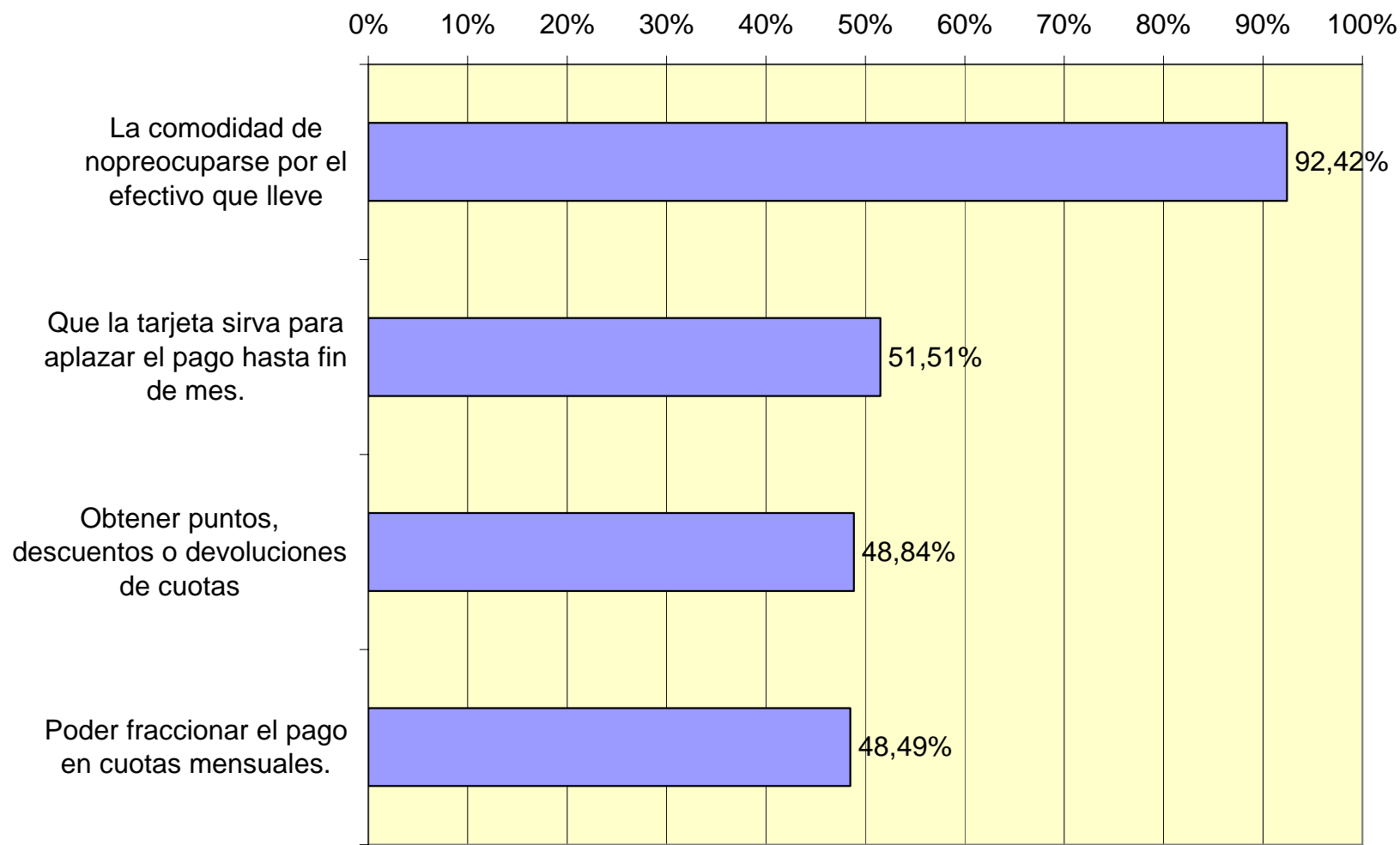


Por qué prefieren pagar sus compras con dinero en efectivo en lugar de tarjetas (importancia en una escala de 0 a 10)

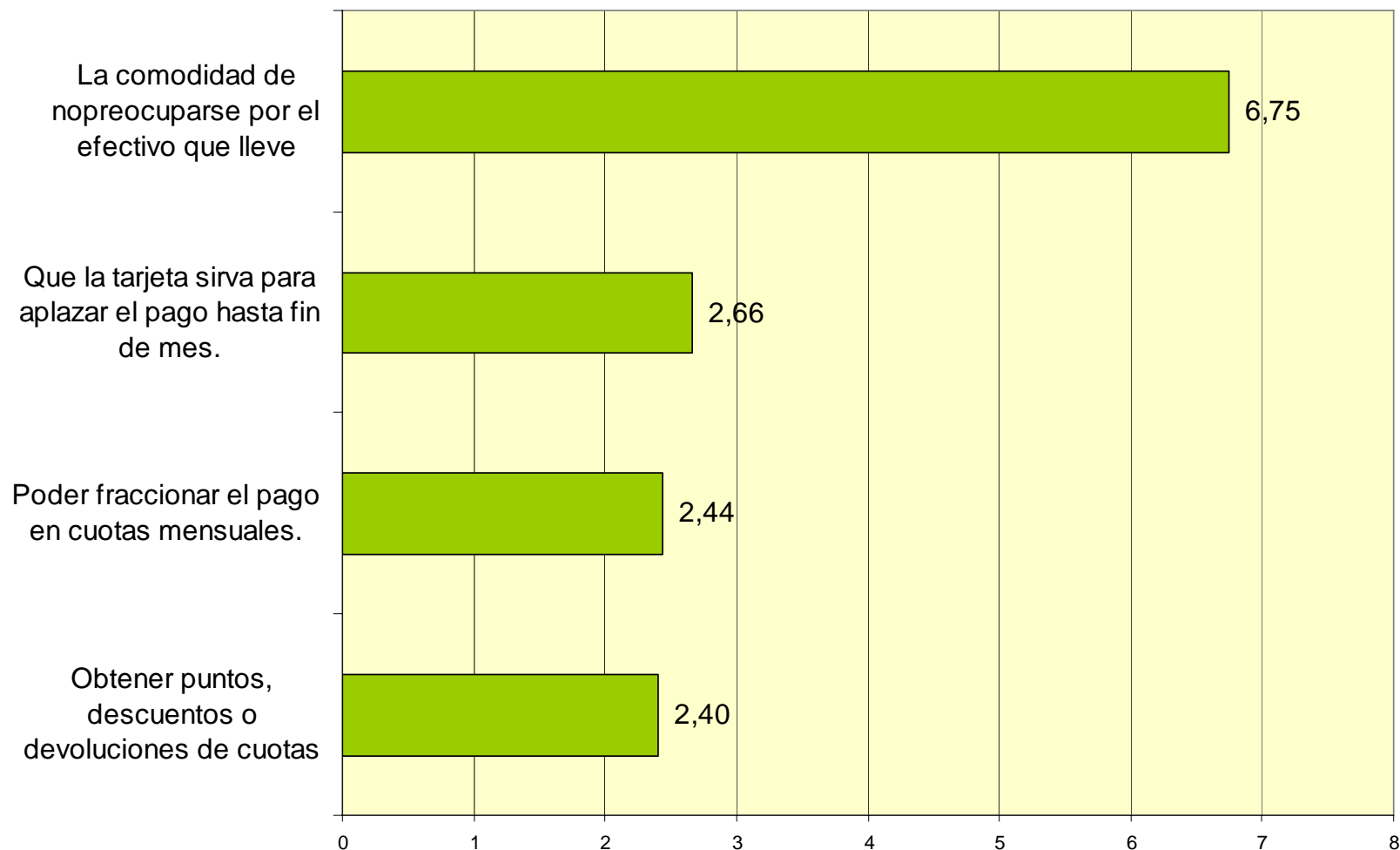


Base: Muestra total Poseedores

Motivos que les hacen preferir pagar sus compras con tarjetas (porcentaje de consumidores)



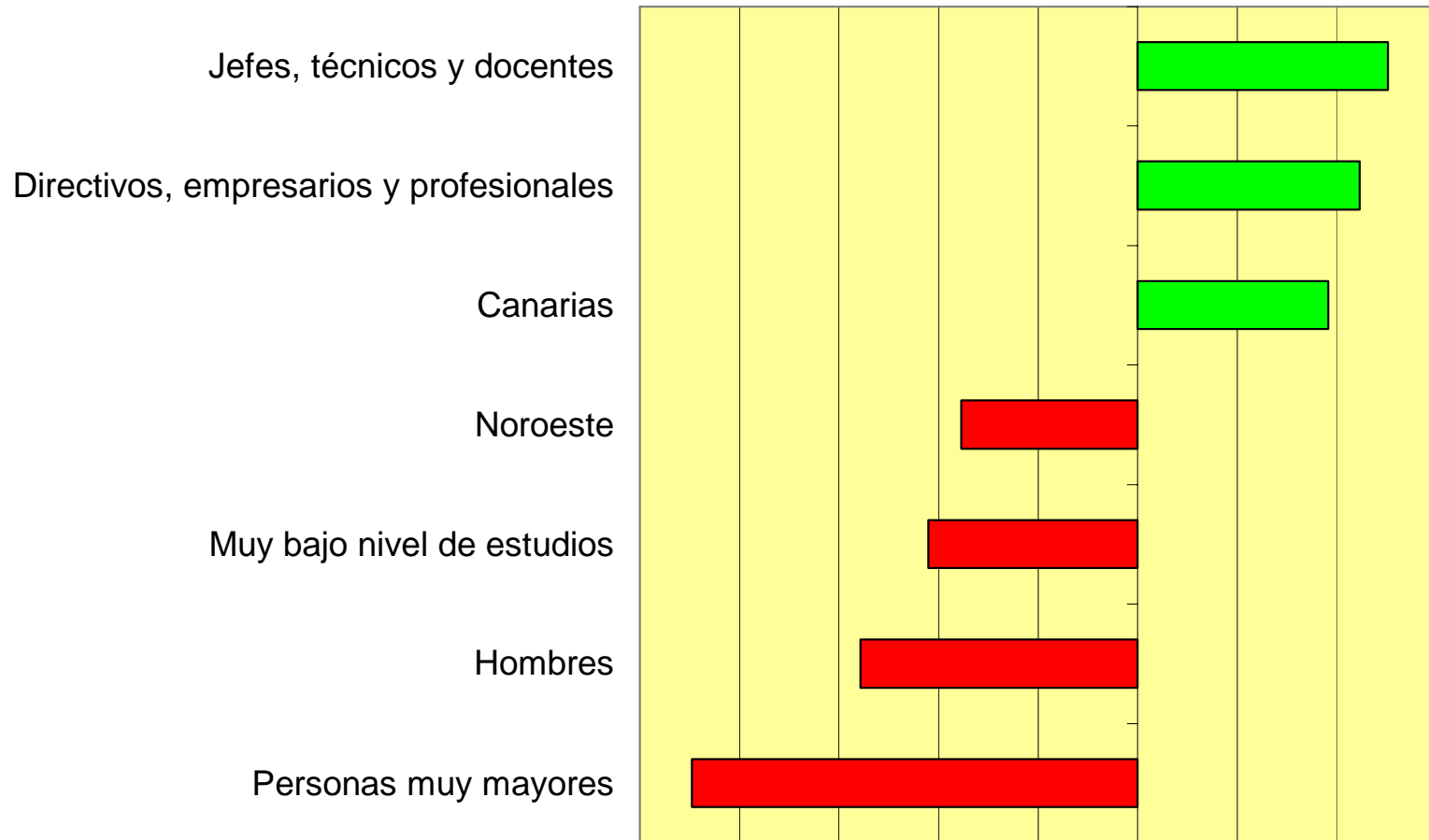
Por qué prefieren pagar sus compras con tarjeta en lugar de con efectivo (importancia en una escala de 0 a 10)



Base: Muestra total Poseedores

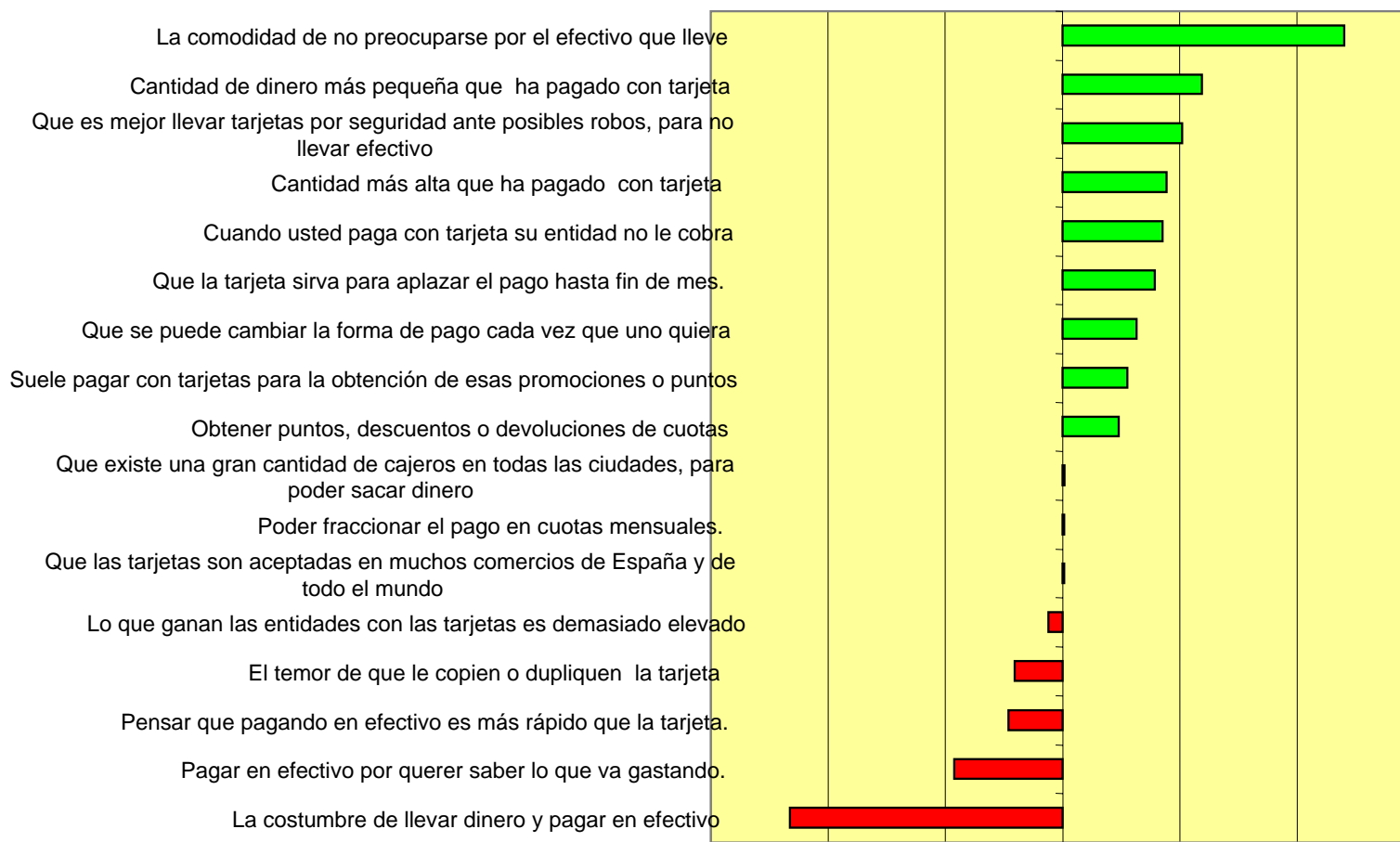
Circunstancias que más intervienen en el nivel de utilización

Variables de clasificación que influyen sobre la Utilización de las tarjetas



Argumentos que más intervienen en el nivel de utilización.

Opiniones que influyen en la Utilización de las tarjetas



Factores determinantes del uso o no uso de la tarjeta

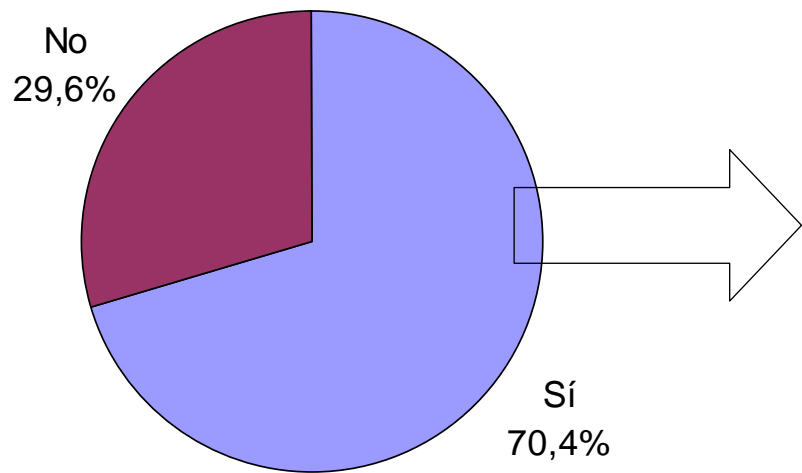
- El uso o no de la tarjeta en cada acto de compra depende de los límites psicológicos que se autoimponen los consumidores en importes mínimo y máximo que consideran lógicos. En el conjunto de la población, estos límites son 15€ y 600€ respectivamente.
- También se autolimitan a pagar con tarjeta en ciertos establecimientos (los pequeños, los de barrio, los conocidos...).
- También suelen usar menos las tarjetas en establecimientos que les inspiran poca confianza).
- El uso de las tarjetas aumenta mucho con los viajes, tanto dentro de España como al extranjero.

Otros factores que influyen en el uso de las tarjetas

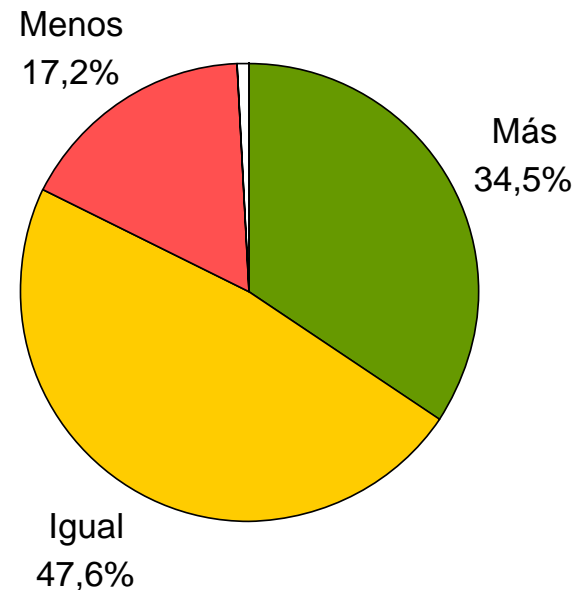
- El 70% de los poseedores de tarjetas ha hecho al menos un viaje en el último año a alguna otra ciudad de España. La media es de casi seis viajes. Durante estos viajes muchos de ellos (el 52%) cambian sus comportamientos de uso de las tarjetas (el 35% de los consumidores las usan más y el 17% las usan menos).
- El 32% ha hecho en el último año algún viaje al extranjero. La media es de unos dos viajes. Durante los viajes al extranjero la gente suele usar más las tarjetas (32% de ellos), o igual que de costumbre (28%), pero no menos.
- El 37% de los poseedores de tarjetas ha tenido oportunidad de aprovechar promociones, o programas de obtención de puntos para canjear por regalos, en caso de pagar con tarjetas, y el 30% de ellos suele pagar con tarjetas para la obtención de esas promociones o puntos.

Los viajes son un factor significativo en el uso de las tarjetas (1)

¿En el último año han hecho algún viaje a otra ciudad dentro de España?

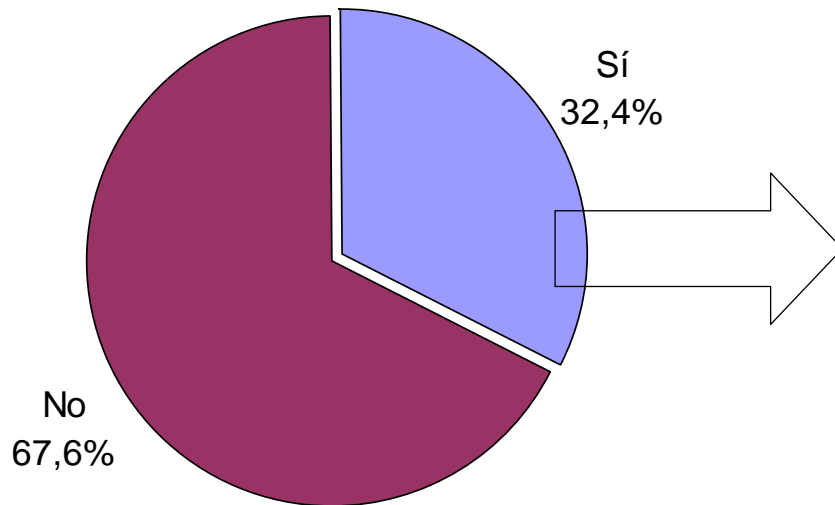


Cuando hacen viajes a otra ciudad de España, ¿tienden a pagar más con tarjetas, en vez de con dinero, que cuando están en su ciudad?

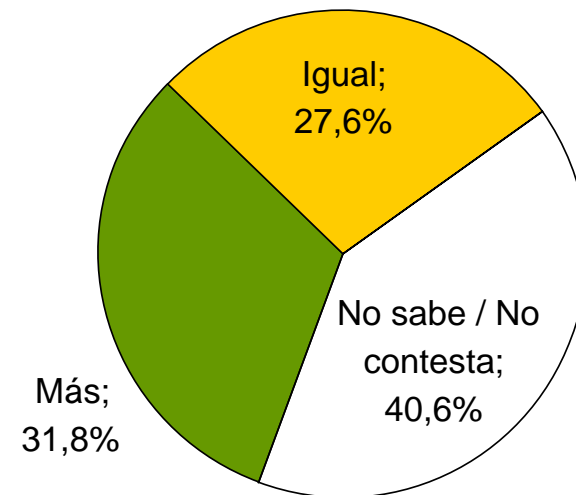


Los viajes son un factor significativo en el uso de las tarjetas (2)

¿En el último año han hecho algún viaje al extranjero?



Cuando están de viaje en el extranjero, ¿tienden a pagar más con tarjetas, en vez de con dinero, que cuando están en su ciudad?



En general hay un importante nivel de desconocimiento por parte de los poseedores de las tarjetas

- El 19,5% dice que no sabe distinguir entre tarjetas de crédito y de débito.
- El 10,8% no sabe si la entidad financiera le cobra algo por tener la tarjeta.
- El 30,3% no sabe si la entidad financiera le cobra algo por usar la tarjeta.
- El 14,7% no sabe cómo tiene establecido el pago, si todo a fin de mes o en cuotas.
- El 96,7% no pudo responder cuánto le cobra la entidad financiera al usar la tarjeta en un comercio.
- El 79% no sabe qué interés le cobra si compra a crédito con la tarjeta.
- El 38% no recuerda la cuota anual que le cobra la entidad financiera por la tarjeta.

¿Cómo se correlaciona el nivel de uso con el nivel de información sobre las tarjetas?

- El 46% de los muy usuarios están muy informados. Esto baja al 39% en los usuarios medios, y al 27% en los poco usuarios de tarjetas.
- En cuanto a los poco informados, son el 27% de los muy usuarios, el 30% en los usuarios medios, y el 47% en los poco usuarios.

(Sería arriesgado afirmar cuál es la causa y cuál el efecto)

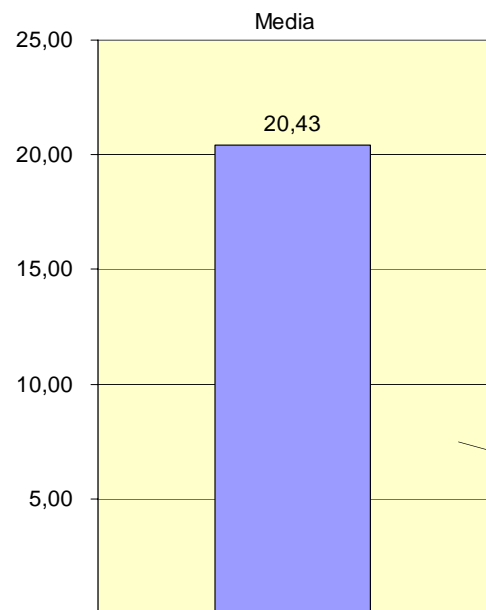
La utilización de las tarjetas para financiar compras

- El 48,5% de los consumidores poseedores de tarjetas dicen que un motivo que les influye para preferir pagar sus compras con tarjeta en lugar de hacerlo con efectivo es poder fraccionar el pago en cuotas mensuales.
- Sin embargo, sólo el 21,6% de los clientes dice que la forma de pago que tiene establecida para la tarjeta es que sea una cuota mensual.
- Casi un 50% de los clientes dice que prefiere, cuando quiere comprar algo a crédito, usar la tarjeta de crédito en vez de utilizar la financiación que ofrece el establecimiento.
- Sin embargo el uso de las tarjetas para financiar compras es muy bajo, teniendo en cuenta el alto nivel de bancarización en España, y el enorme parque de cajeros y TPVs.

Razones del poco uso de las tarjetas para financiar compras

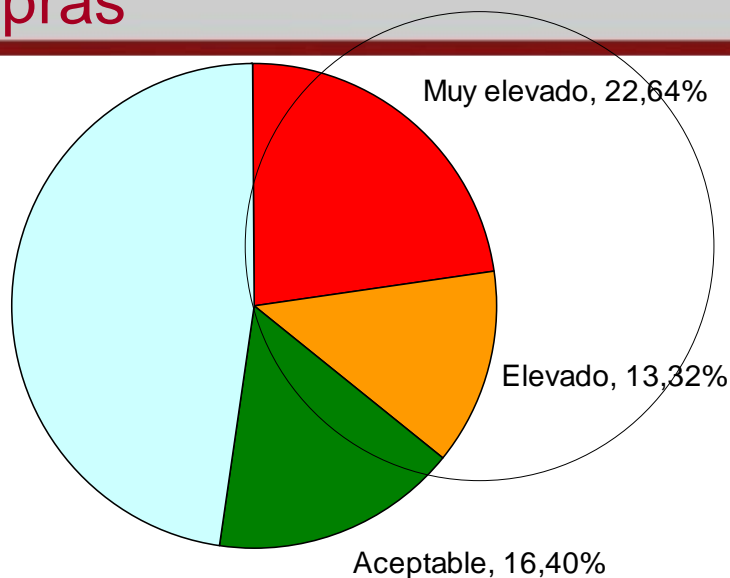
- Demasiada pasividad en los consumidores en la contratación de tarjetas.
- Falta de conocimiento de la diferencia entre tarjeta de crédito y tarjeta de débito.
- Posicionamiento: los consumidores no perciben a las tarjetas de crédito como un servicio financiero especial (disponibilidad de crédito) sino como una prolongación natural la cuenta corriente, como uno de sus soportes de funcionamiento, semejante a las tarjetas de débito. Por lo tanto la perciben más como un instrumento transaccional que como un producto financiero específico.
- Posicionamiento: Falta de conciencia de que tienen crédito inmediato y sin avales en el bolsillo. Los consumidores las perciben como elemento de pago o de uso en los cajeros (imagen indiferenciada respecto a las de débito).
- Demasiadas inercias en la forma de pago elegida por los clientes: cuando han elegido pago diferido a fin de mes no hay flexibilidad en cambiar ocasionalmente para hacer compras aplazadas.
- Intereses percibidos como demasiado altos.
- Uso solamente para financiación de compras de bajo importe, debido a los límites mensuales de gastos, que habitualmente son bajos.

Opiniones sobre el interés que se cobra en caso de usar las tarjetas para financiar compras



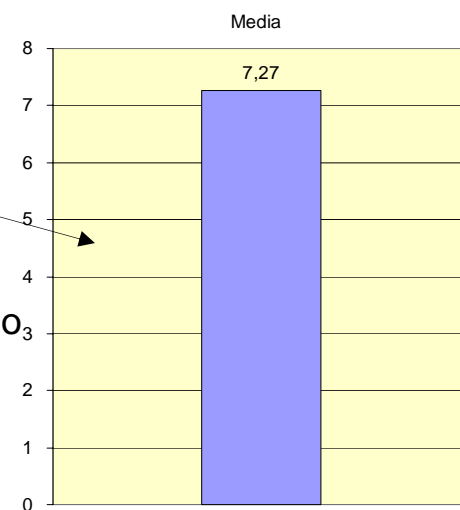
¿Cuál creen que es el porcentaje de interés que le cobran si compran a crédito con la tarjeta?

No sabe / no contesta, 47,64%



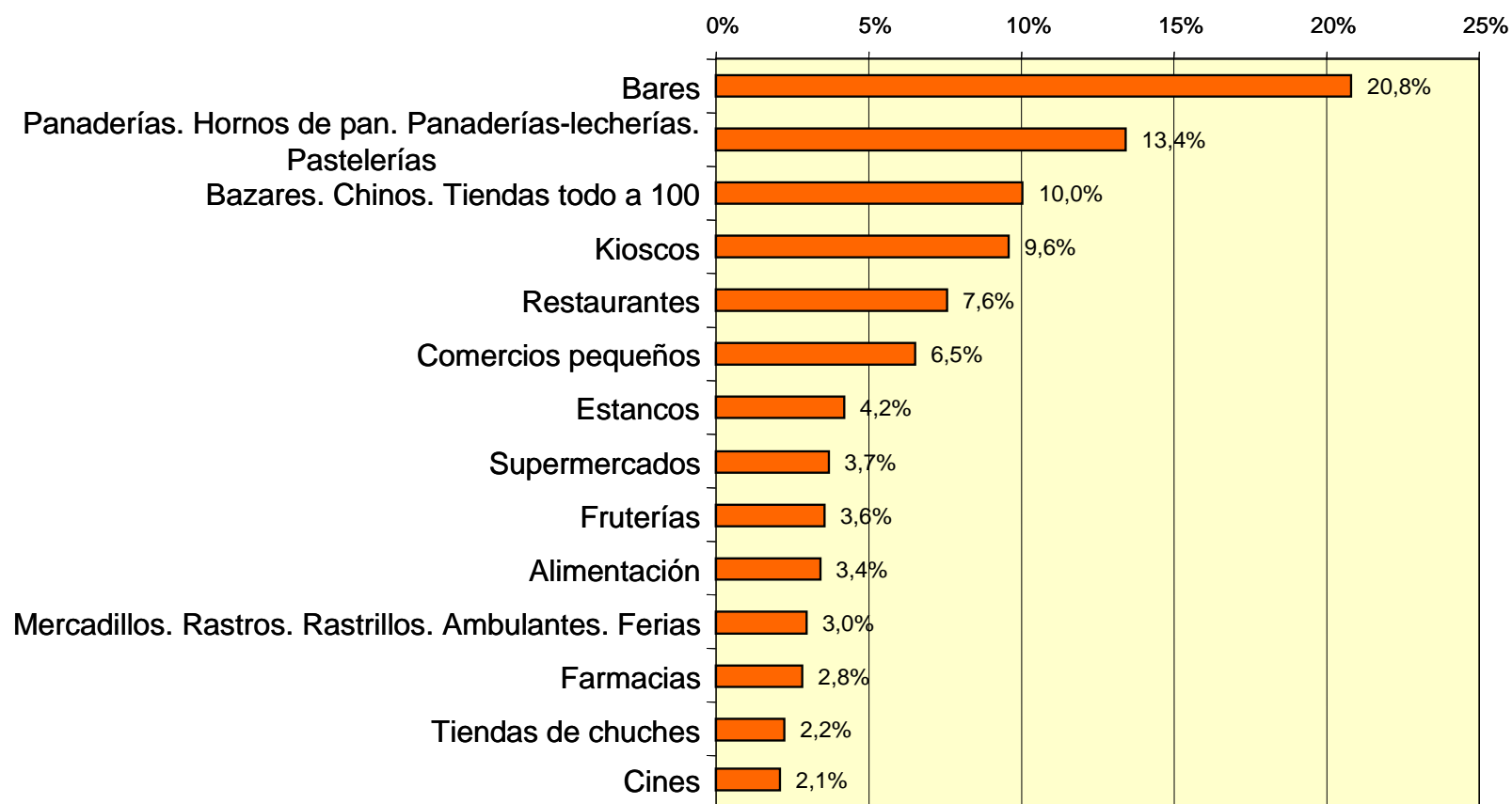
¿Cómo considera que es ese interés? ¿Muy elevado, elevado o aceptable?

¿Cuál sería el máximo tipo de interés que usted consideraría aceptable para hacer compras a crédito con la tarjeta?



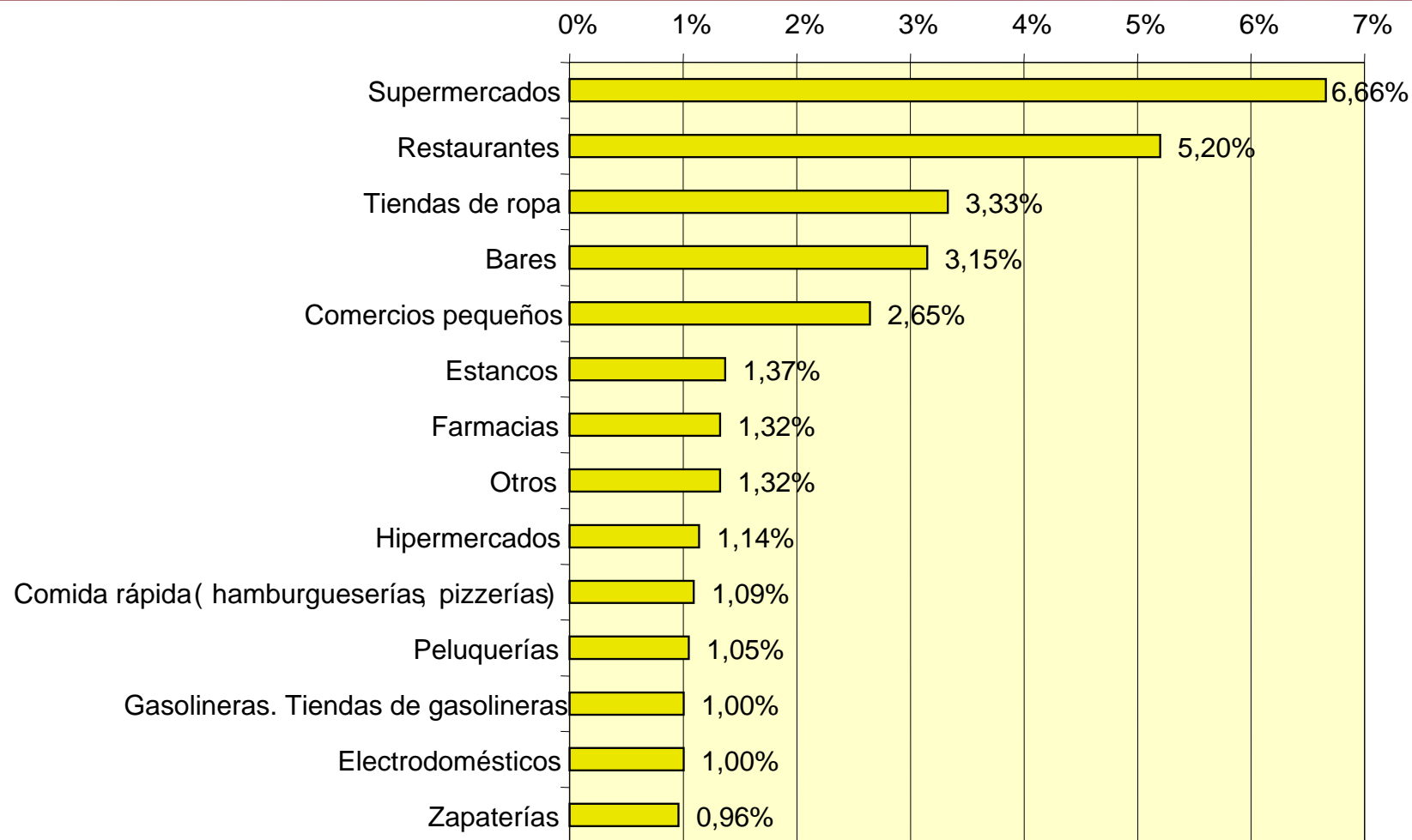
Base: Muestra total Poseedores

Ejemplos espontáneos de establecimientos en que a los consumidores no se les ocurre pagar con tarjeta.



Base: Muestra total Poseedores de tarjeta

Ejemplos de establecimientos eventualmente no aceptadores en que los consumidores desearían poder pagar con tarjeta.



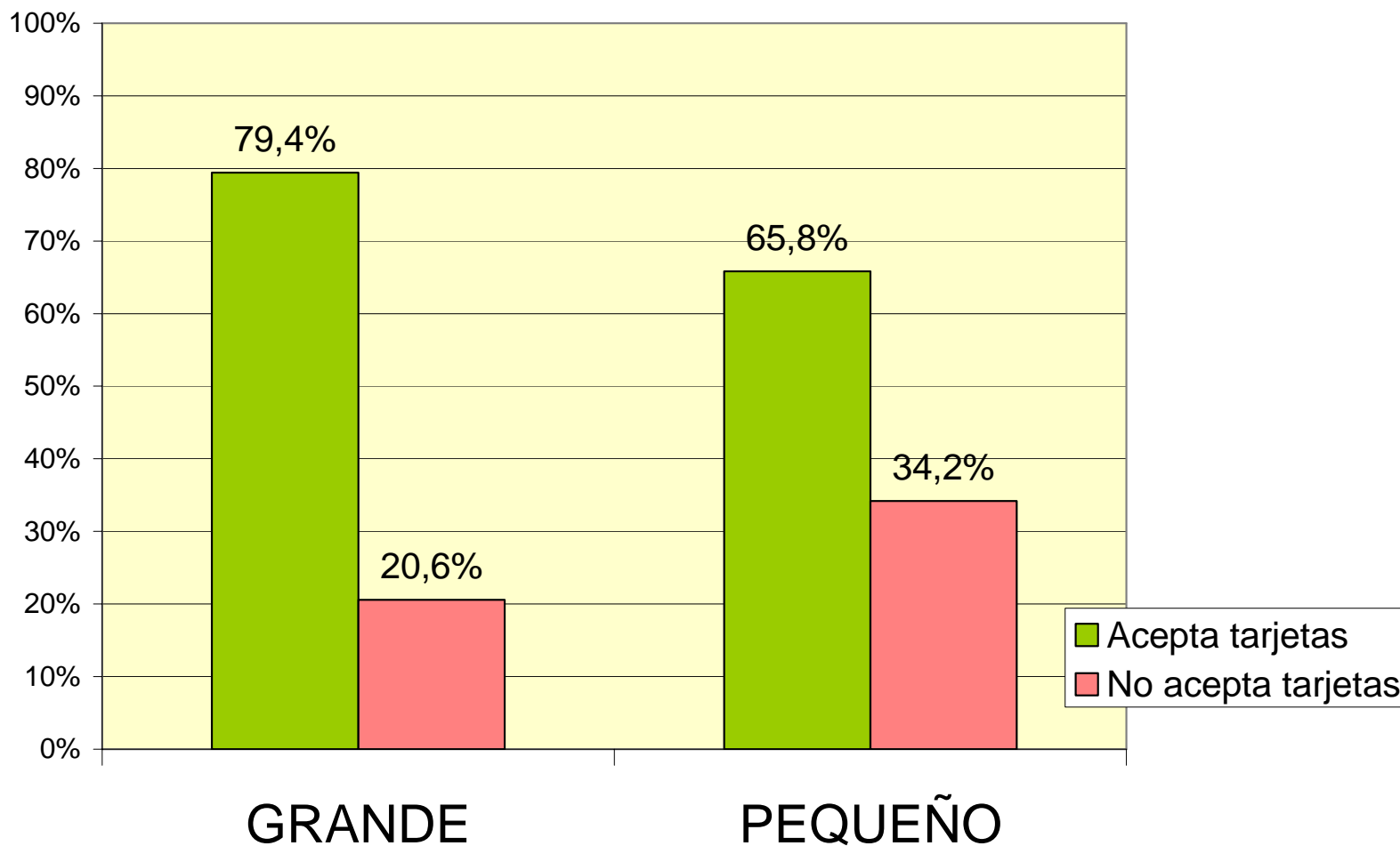
Base: Muestra total Poseedores de tarjeta

3

Conclusiones referidas a los establecimientos comerciales

Porcentajes de establecimientos aceptadores y no aceptadores según datos de clasificación.

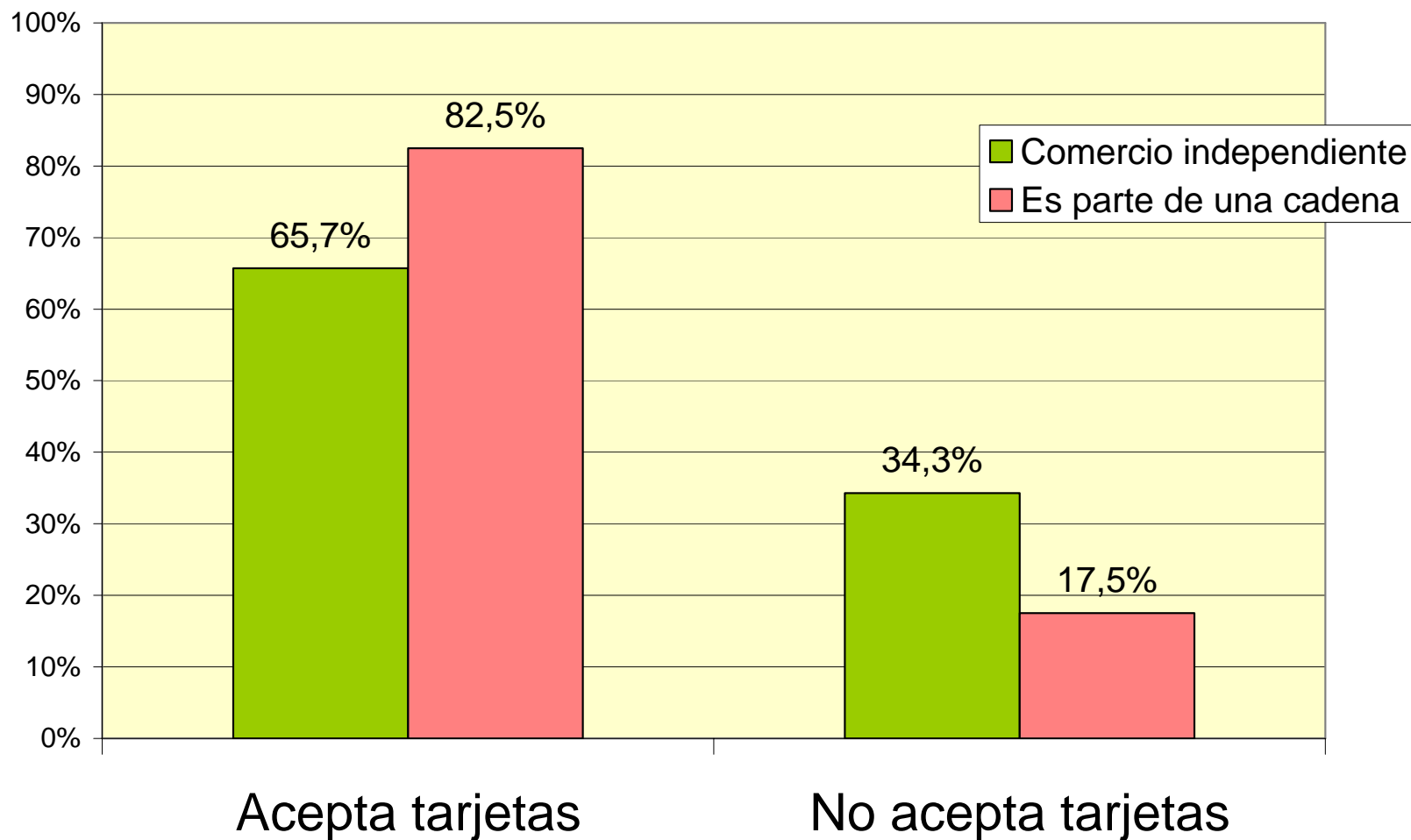
Grandes vs pequeños



Base: Muestra total Establecimientos

Porcentajes de establecimientos aceptadores y no aceptadores según datos de clasificación.

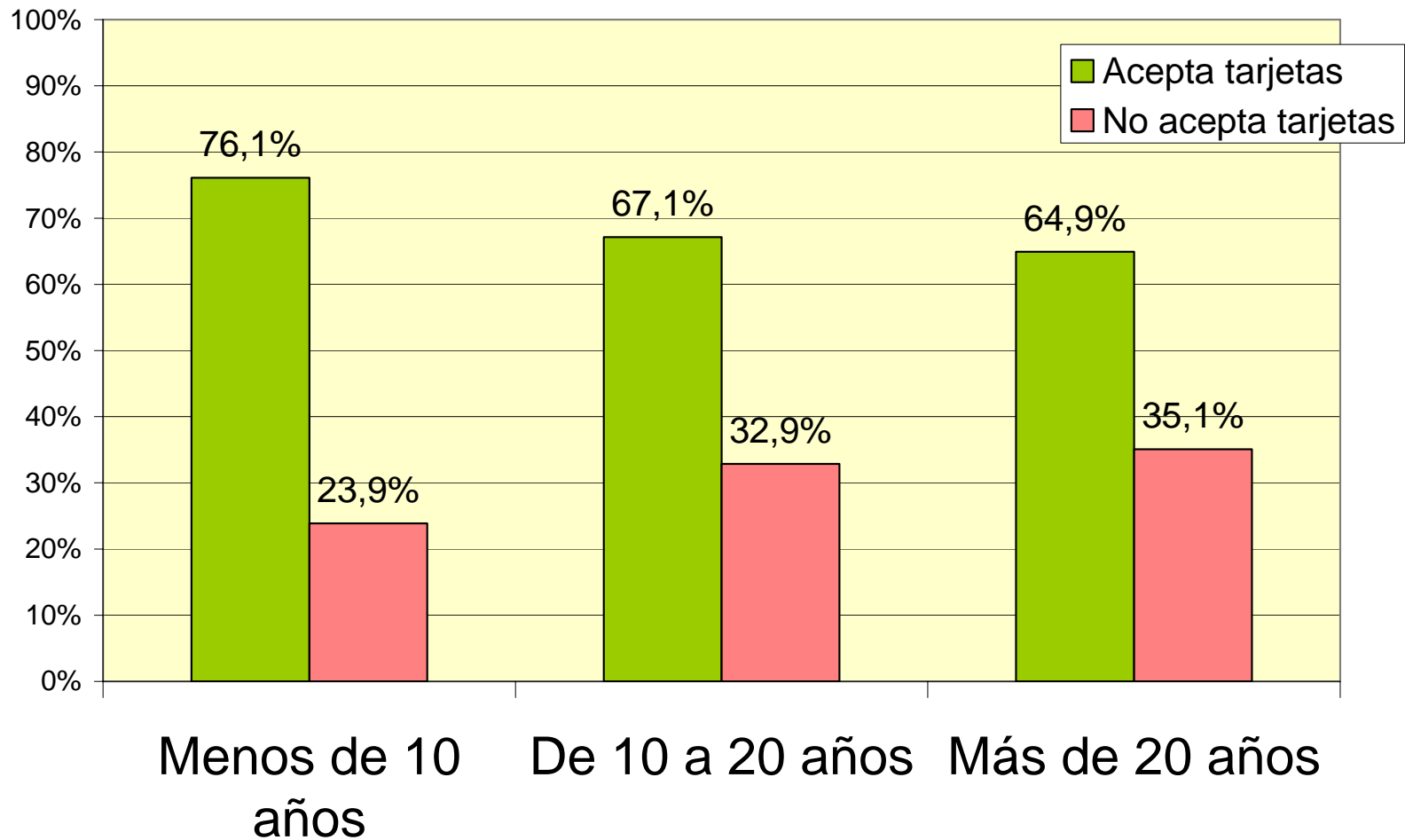
Independientes o formando parte de cadenas



Base: Muestra total Establecimientos

Porcentajes de establecimientos aceptadores y no aceptadores según datos de clasificación.

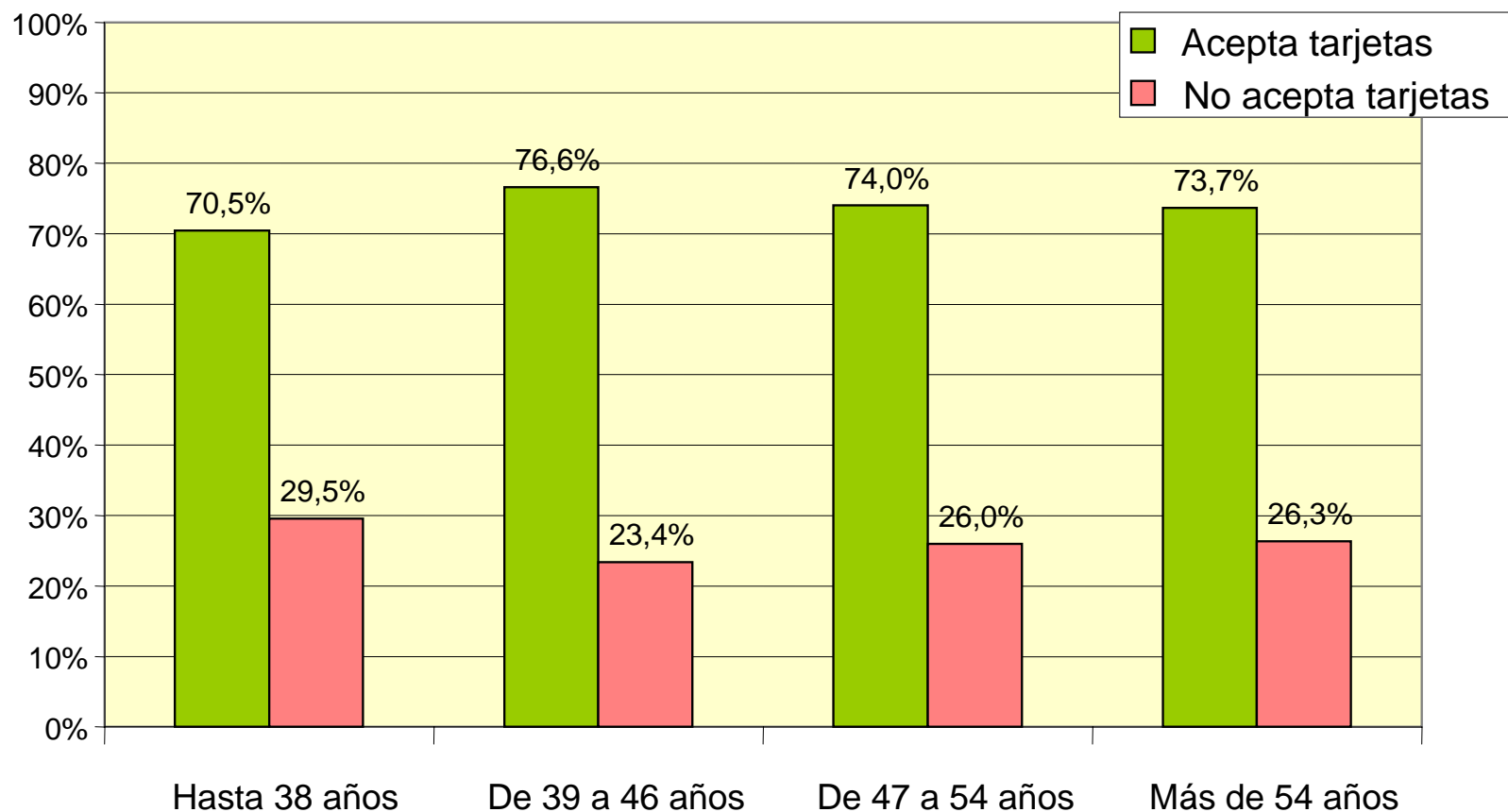
Antigüedad del establecimiento



Base: Muestra total Establecimientos

Porcentajes de establecimientos aceptadores y no aceptadores según datos de clasificación.

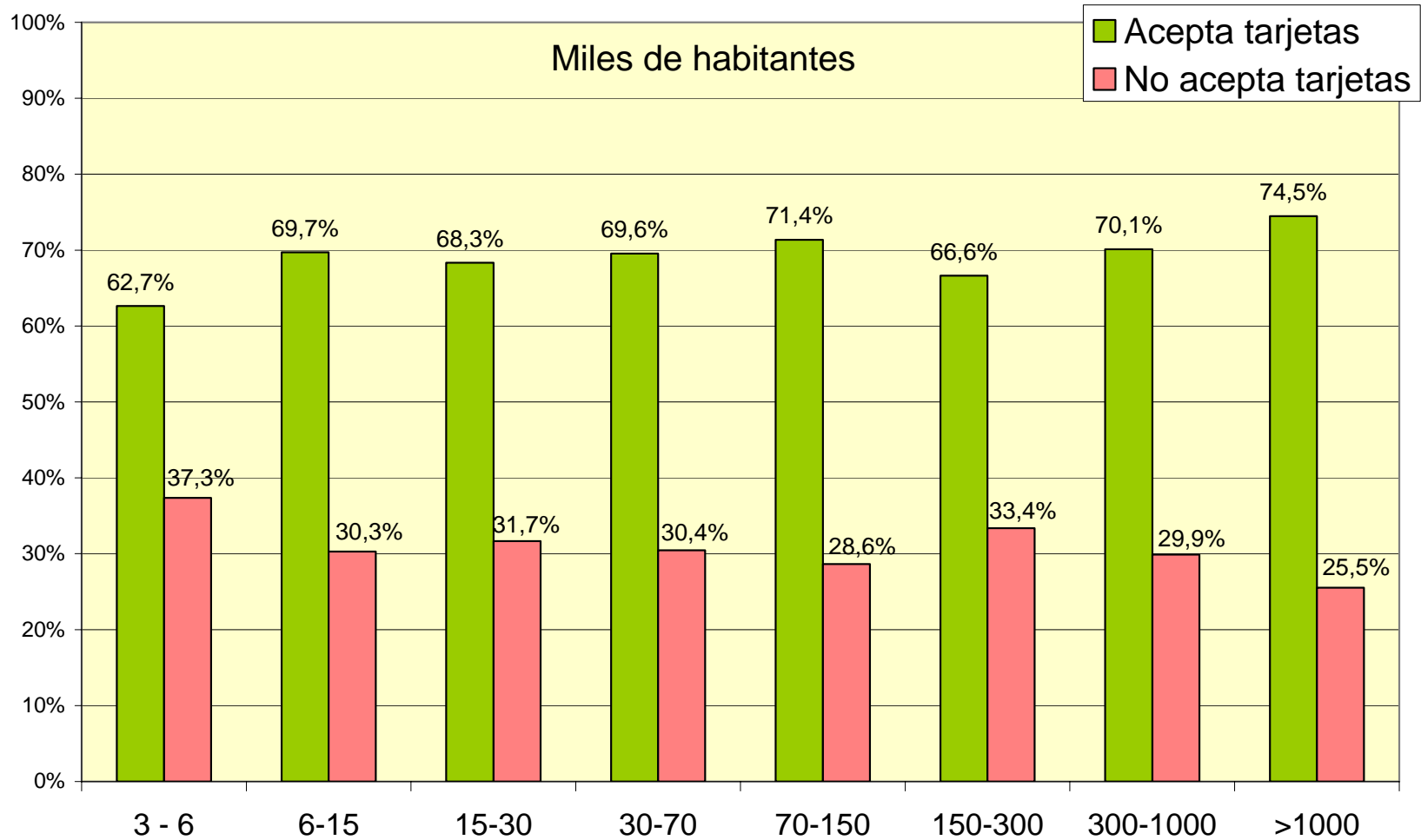
Edad del propietario



Base: Muestra total Establecimientos

Porcentajes de establecimientos aceptadores y no aceptadores según datos de clasificación.

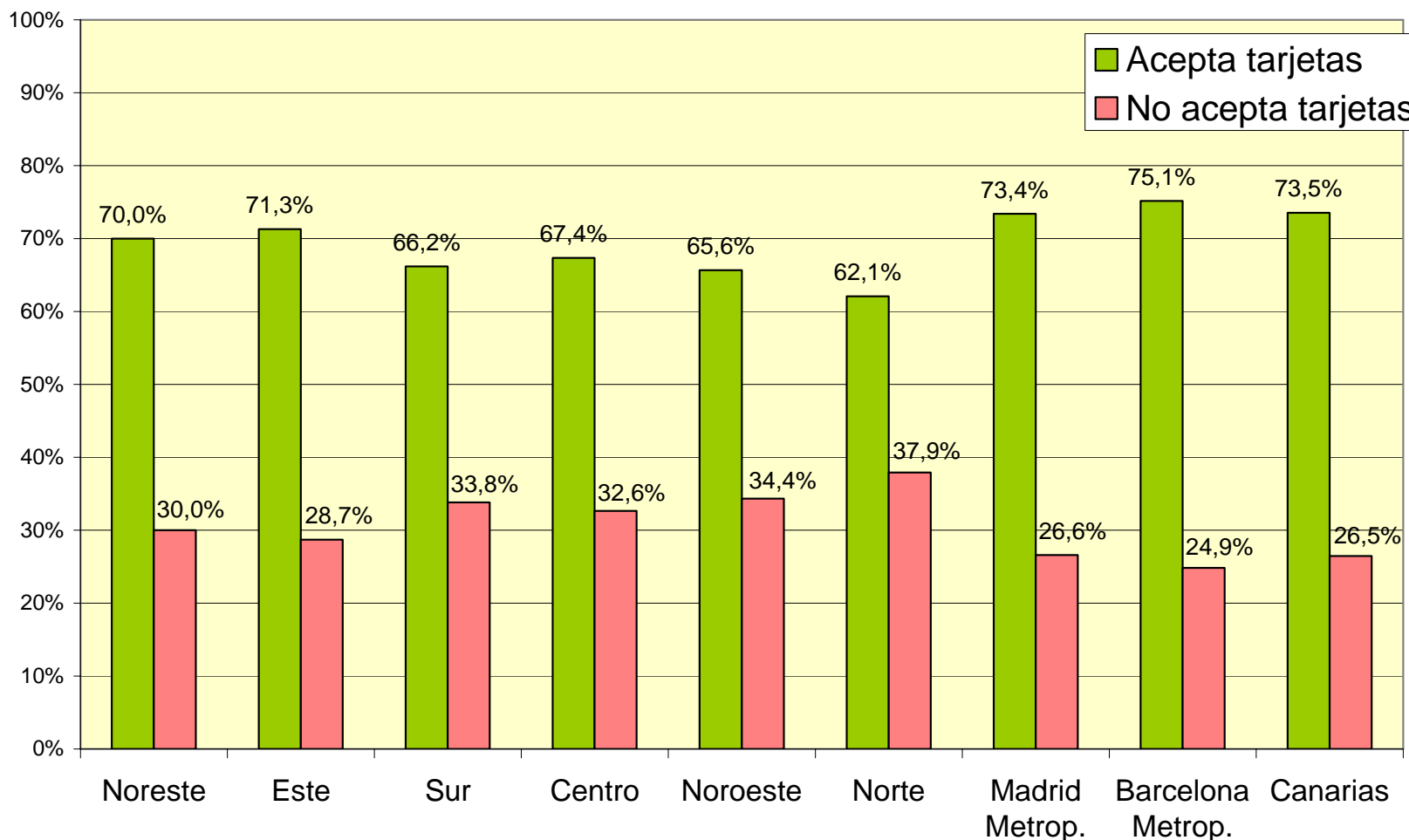
Hábitat (tamaño de la población)



Base: Muestra total Establecimientos

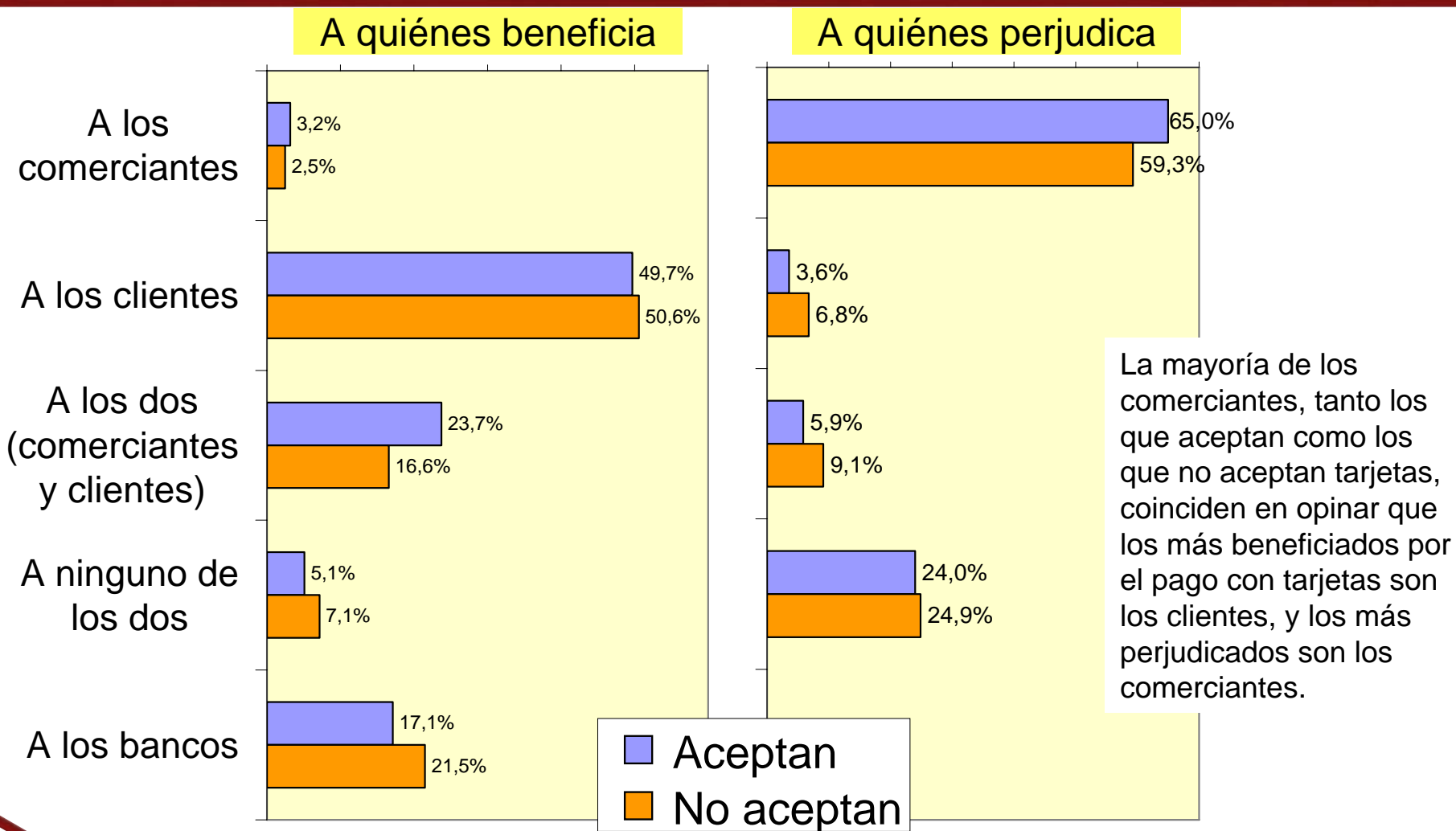
Porcentajes de establecimientos aceptadores y no aceptadores según datos de clasificación.

Áreas Nielsen



Base: Muestra total Establecimientos

Ideas de los comerciantes sobre beneficiarios y perjudicados por el pago con tarjetas



La realidad de los establecimientos
no aceptadores de tarjetas

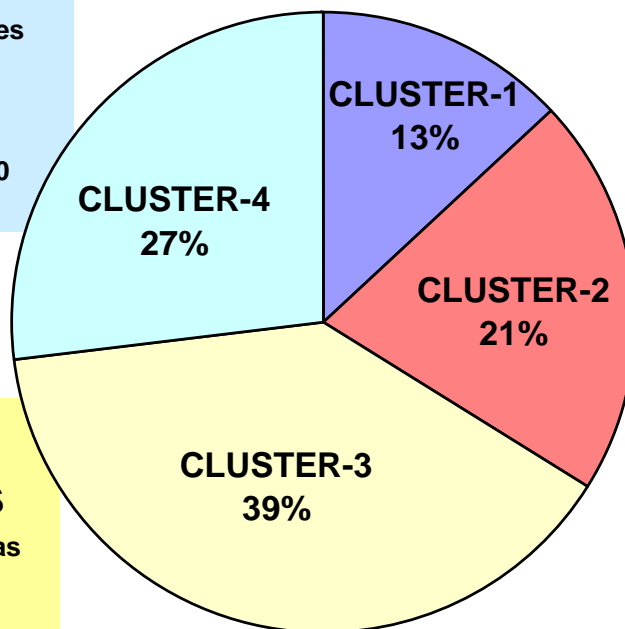
Tipología de los establecimientos comerciales NO ACEPTADORES DE TARJETAS

4. Cercanos a las tarjetas

- Valoran de forma muy positiva las ventajas que las tarjetas aportan.
- Dan poca importancia a los inconvenientes que pueden plantear las tarjetas.
- Vinculados al sector de Clínicas, Clínicas Dentales ...
- Vinculados a municipios de 6.000 a 15.000 habitantes.

3. Críticos pero reconocen las ventajas

- Valoran de forma muy positiva las ventajas que las tarjetas aportan.
- Son bastante críticos con los inconvenientes que plantean las tarjetas.
- Desarrollan su actividad en el sector de la Hostelería y Accesorios y Servicios
- Vinculados a municipios de 15.000 a 30.000 y de 30.000 a 70.000 habitantes



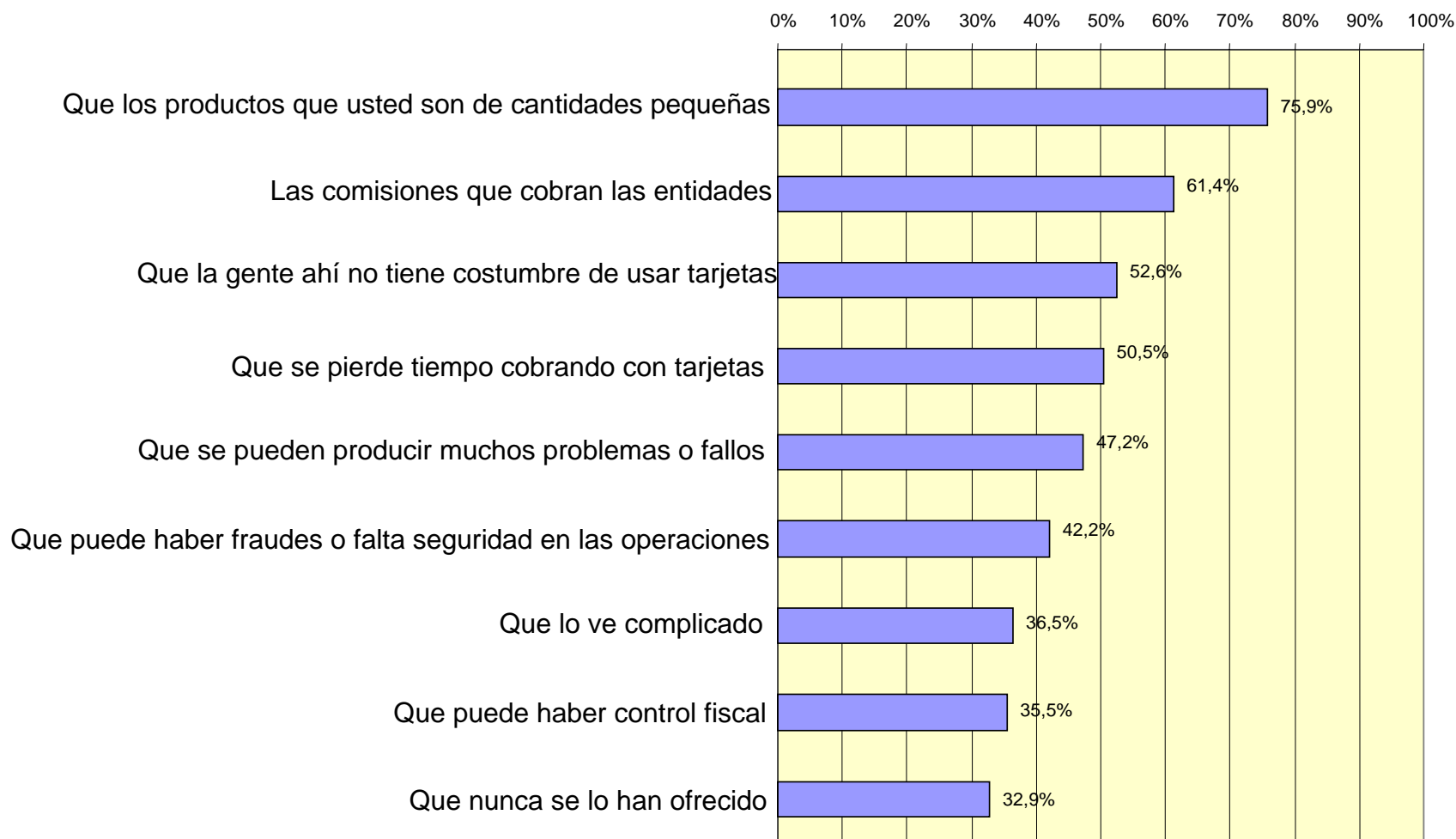
1. Al margen de las tarjetas

- Muestran escaso interés tanto a las ventajas que reportan las tarjetas como a los inconvenientes.
- Estrechamente vinculado al Comercio al por menor y al Comercio Independiente
- Vinculados a municipios de 150.000 a 300.000 habitantes

2. Críticos y no reconocen ventajas

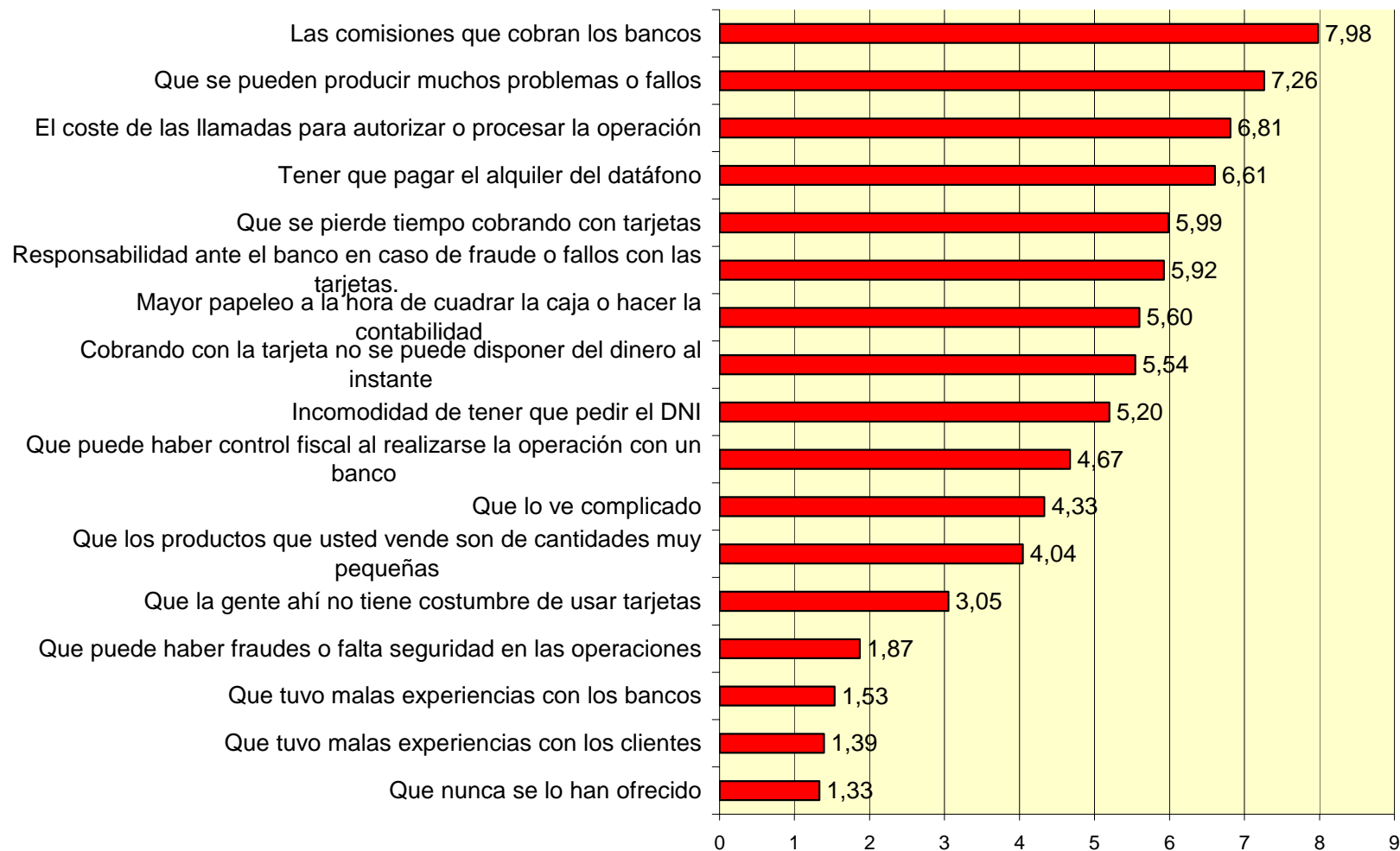
- Muestran un interés muy bajo por las ventajas que las tarjetas suponen para su negocio tanto desde el punto de vista de gestión como desde el punto de vista comercial.
- Son extremadamente críticos (los que más) con los inconvenientes que plantean las tarjetas.
- Vinculado al Comercio de Actividades Diversas y Comercio Independiente

Motivos para no aceptar tarjetas en sus establecimientos



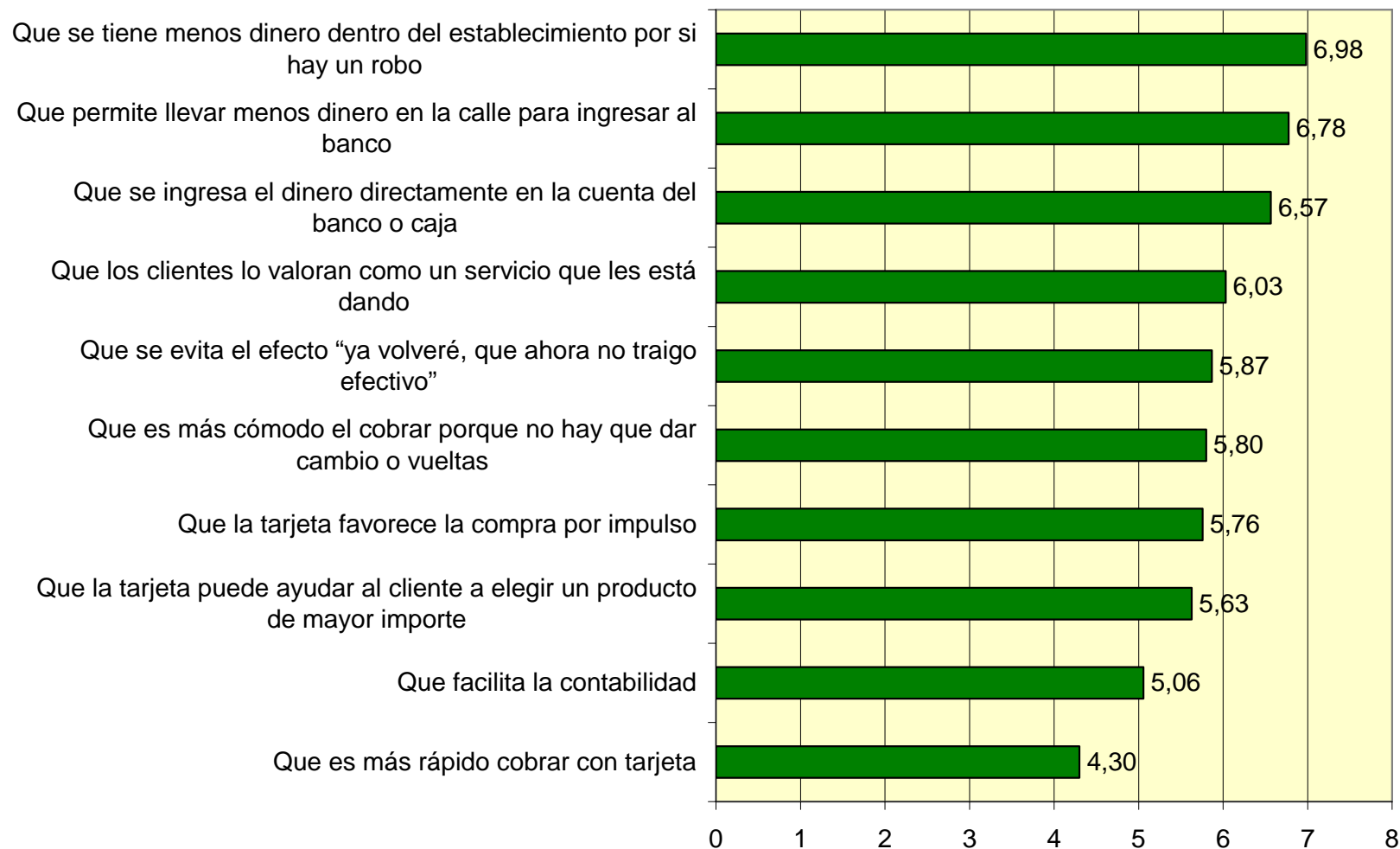
Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

Cuánto influyen los distintos motivos de rechazo de las tarjetas (en una escala de 0 a 10)



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

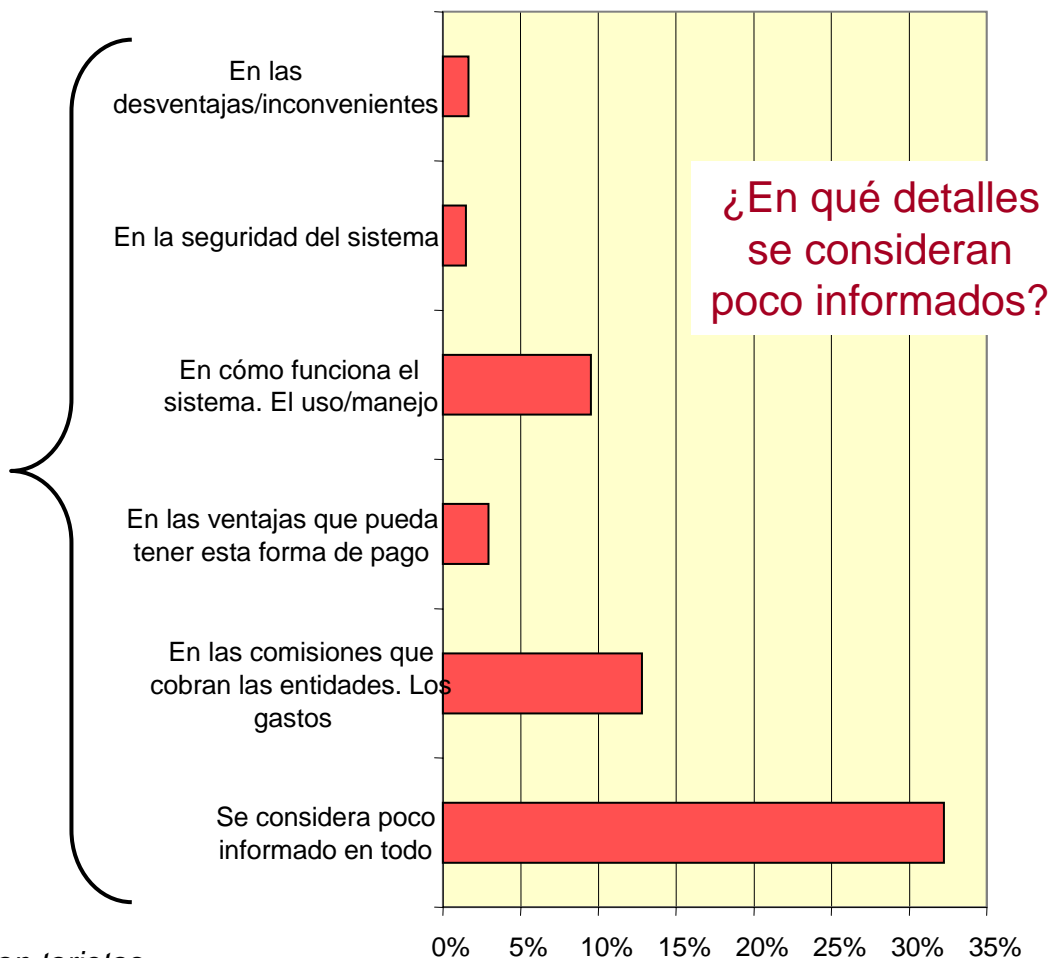
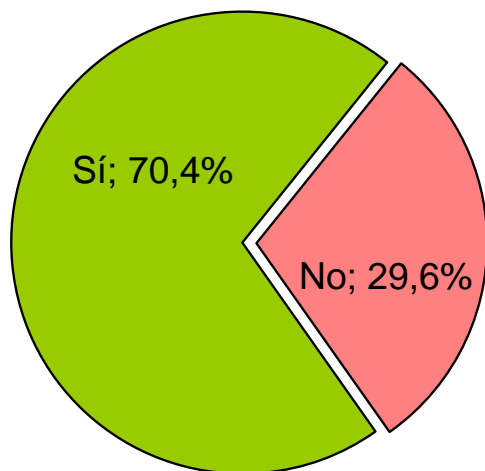
Motivos que les despiertan interés en el pago con tarjetas (en una escala de 0 a 10)



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

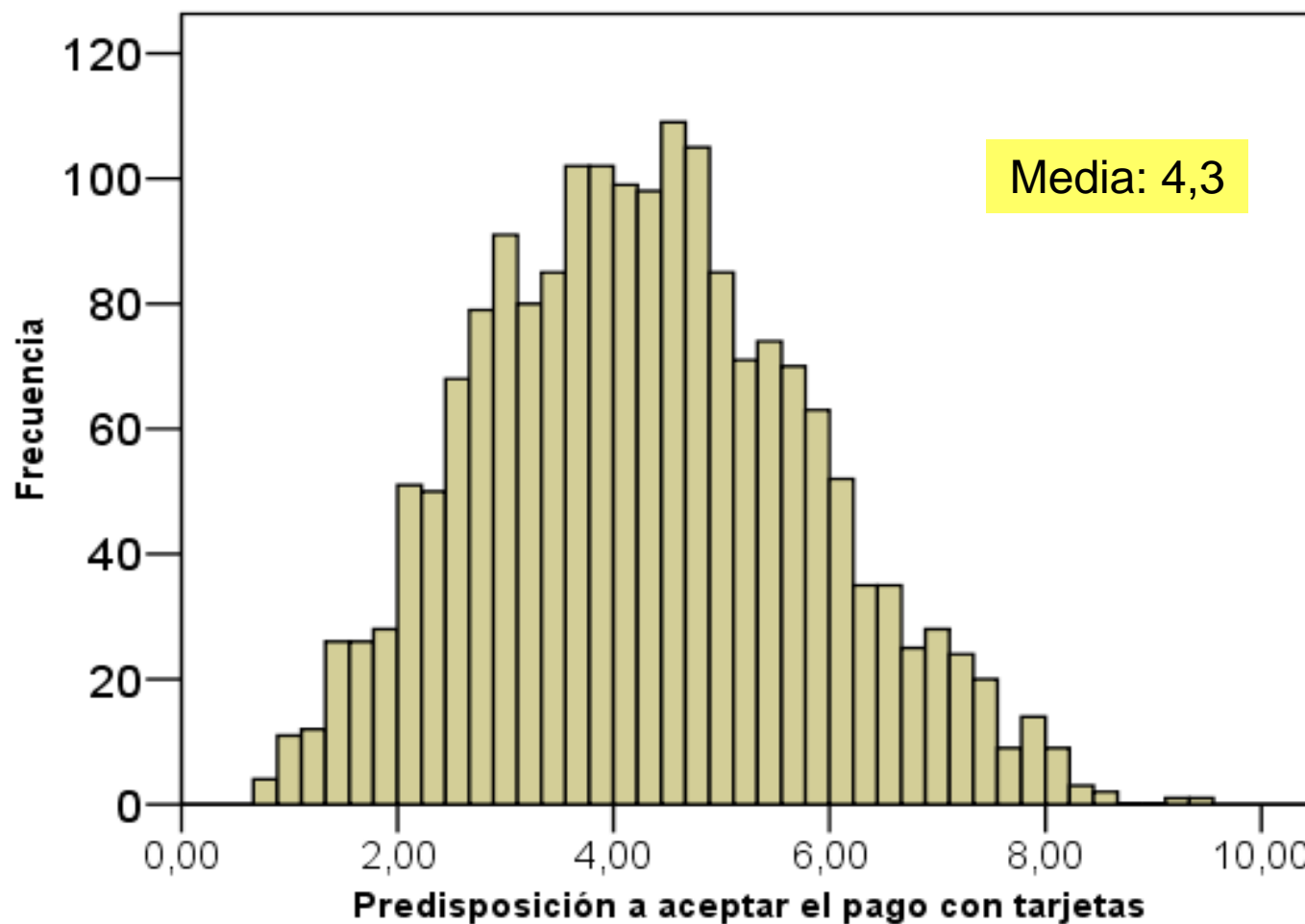
¿Se consideran adecuadamente informados sobre los sistemas de cobro con tarjetas?

A pesar de no aceptar tarjetas, ¿consideran que están adecuadamente informados sobre todo lo relacionado con los sistemas de cobro con tarjetas?



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

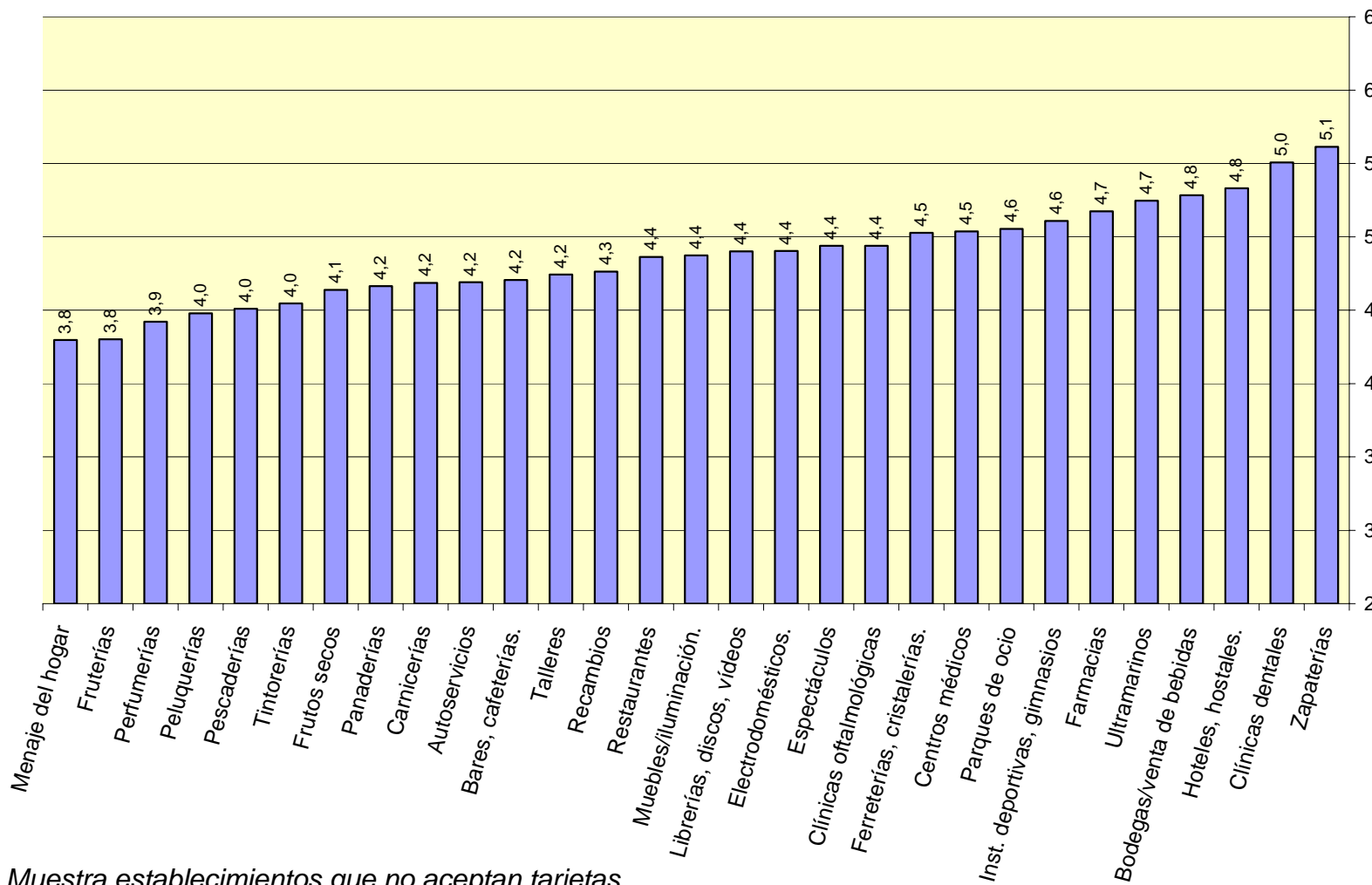
Histograma del nivel de predisposición a aceptar tarjetas (en una escala de 0 a 10)



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

Establecimientos no aceptadores de tarjetas

Predisposición a aceptar tarjetas según sectores comerciales (en una escala de 0 a 10)



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

Establecimientos no aceptadores de tarjetas

Factores que más intervienen en la permeabilidad hacia las tarjetas .

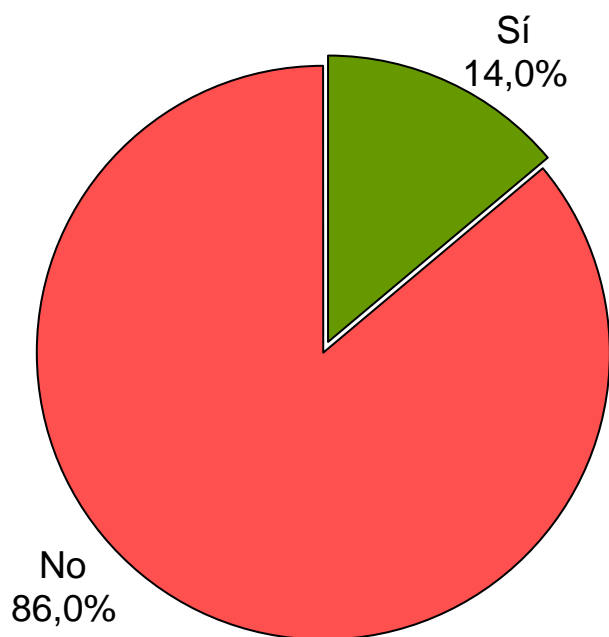
Motivaciones que influyen sobre la Predisposición o no a aceptar las tarjetas en los establecimientos no aceptadores



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

Ideas que les podría llevar a aceptar tarjetas en el futuro

¿Creen que han perdido ventas por no aceptar tarjetas?



¿Piensan que les compensa seguir sin aceptar tarjetas, o creen que sería mejor aceptarlas?



Base: Muestra establecimientos que no aceptan tarjetas

La realidad de los establecimientos
aceptadores de tarjetas

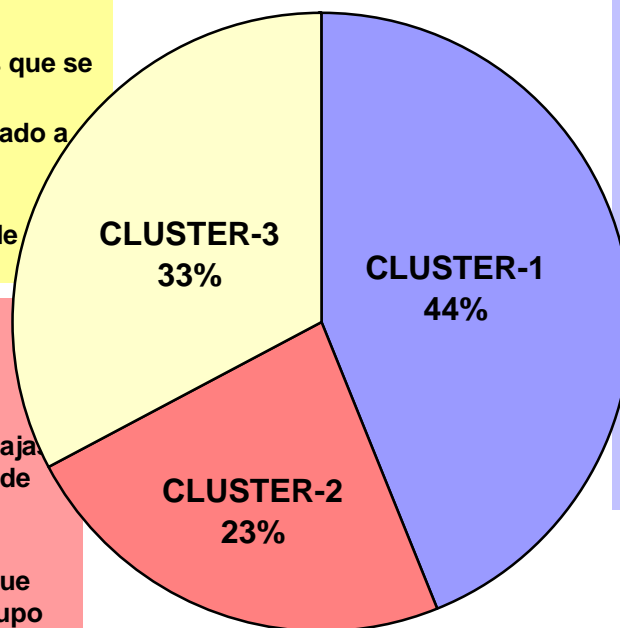
Tipología de los establecimientos comerciales ACEPTADORES DE TARJETAS

3. Simpatizantes/entusiastas de las tarjetas

- Valoran de forma muy positiva las todas las ventajas que aportan las tarjetas al negocio.
- Minimizan los inconvenientes y costes en los que se incurren al operar con tarjeta.
- No hay ningún sector específicamente vinculado a este grupo. Municipios de 30.000 a 70.000 habitantes.
- Son los que declaran unos importes típicos de compra grande más elevados.

2. Indiferentes ante las tarjetas

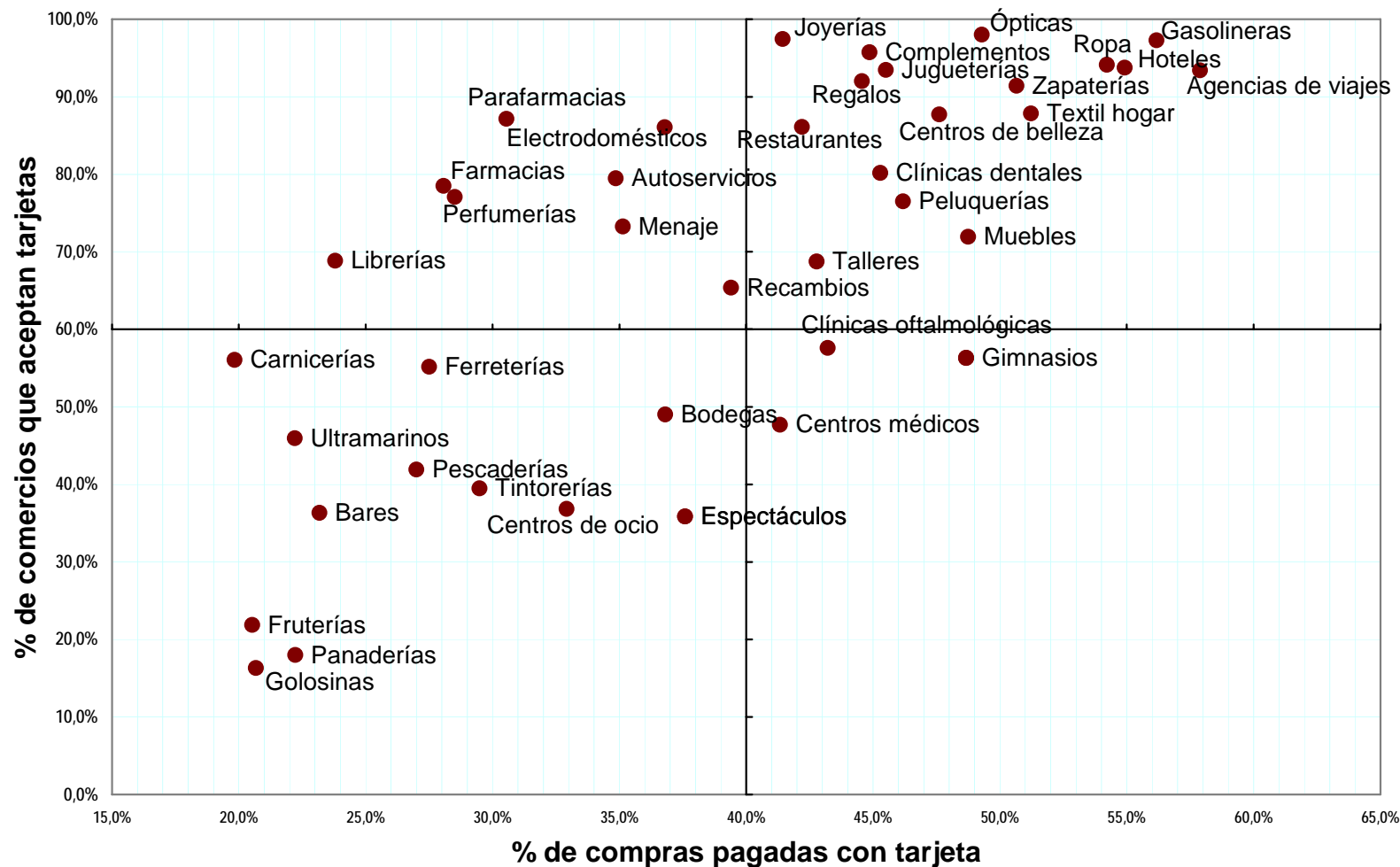
- Muestran una actitud muy “tibia” ante las ventajas que suponen las tarjetas tanto desde el punto de vista de gestión como desde el punto de vista comercial.
- Se muestran críticos con los inconvenientes que tienen las tarjetas aunque no tanto como el grupo anterior.
- Vinculados al Comercio Independiente y a la categoría de Propietario. Municipios de 150.000 a 300.000 habitantes
- Son los que más años llevan en el negocio. Establecimientos con menor número de personas trabajando. La compra habitual típica suele ser más pequeña



1. Conocedores y críticos de las tarjetas

- Valoran muy positivamente las ventajas que reportan las tarjetas para su negocio desde el punto de vista de gestión: Menos dinero en la caja, Facilita la contabilidad, Comodidad al cobrar, etc. ...
- Valoran de forma muy positiva las ventajas que les reportan desde el punto de vista comercial: Compra por impulso, Reduce el efecto “Ya volveré”, Permite elegir producto de mayor importe ...
- Se muestran muy críticos con los inconvenientes que tienen las tarjetas: Complicación con el terminal, Lentitud, Responsabilidad ante la entidad financiera, Coste del servicio y Coste de la llamada ...

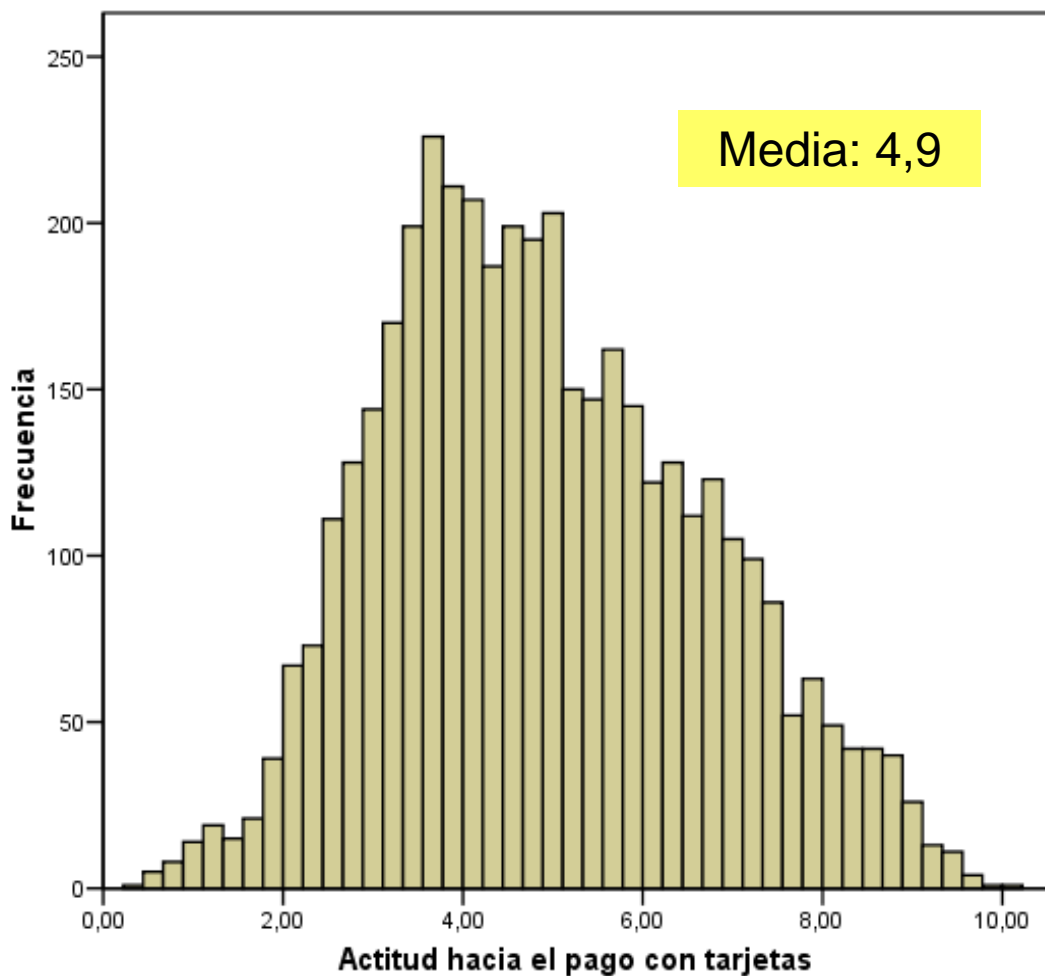
Porcentaje de aceptación de tarjetas vs porcentaje de pagos con tarjeta.



Valoración del pago con tarjetas por parte de los ESTABLECIMIENTOS ACEPTADORES de tarjetas

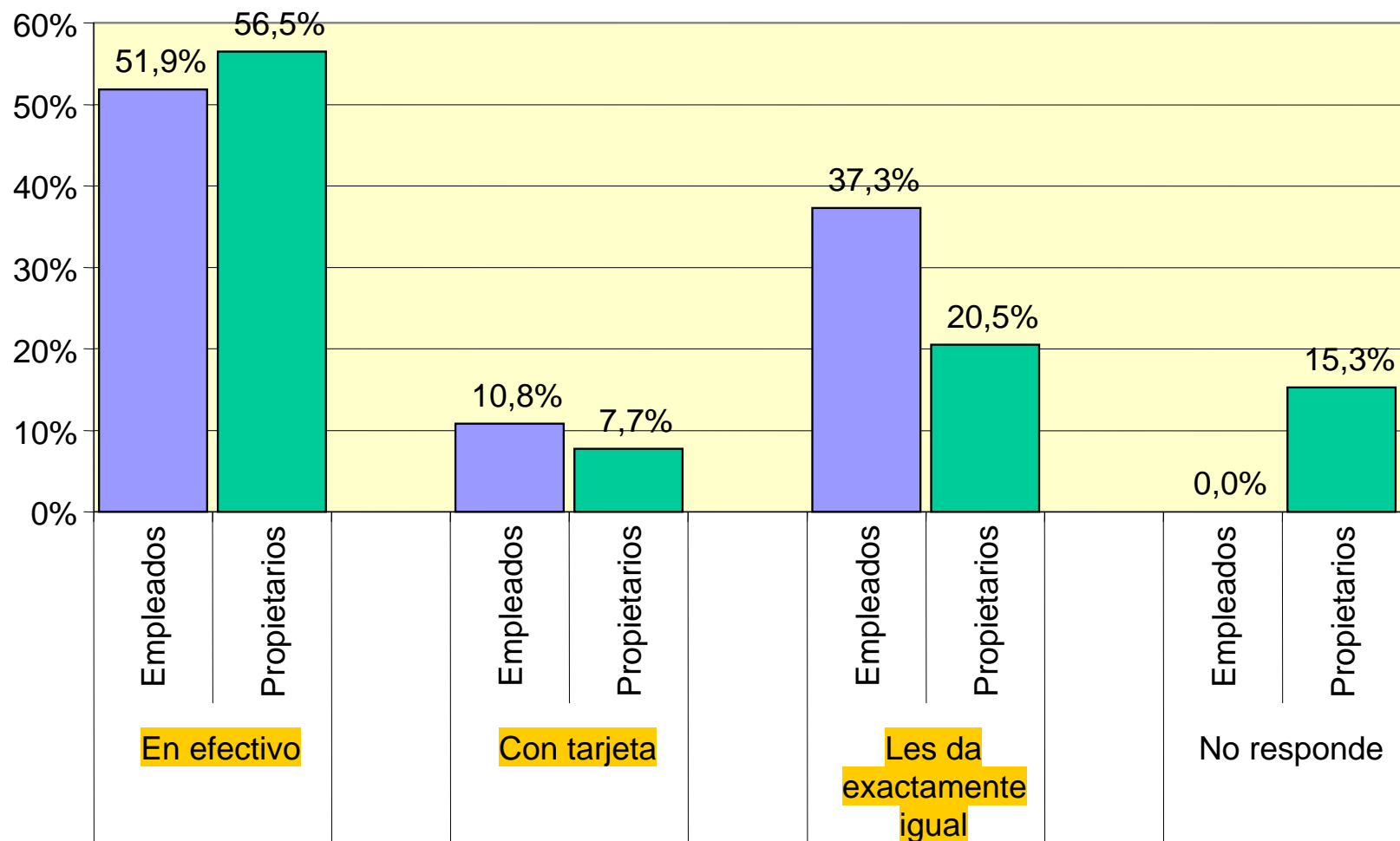
- Más de la mitad de las personas consultadas en los establecimientos prefieren que sus clientes les paguen en efectivo y no con tarjetas. (En los establecimientos pequeños el porcentaje alcanza al 58%, mientras que en los grandes es solamente el 31%).
- Solamente un 11% prefiere que les paguen con tarjeta (7% de los establecimientos pequeños y 23% de los grandes).
- Al resto (35% de los pequeños y 46% de los grandes) les da exactamente igual.
- Todos en general (tanto pequeños como grandes), valoran bastante positivamente a las tarjetas (en una escala de 0 a 10, la media general es 6,7. En los grandes esta valoración es aún un poco más alta (7,3).
- La mitad de los establecimientos piensa que los principales beneficiados por el pago con tarjeta son los clientes, mientras que sólo un 3% opina que son los comerciantes.
- El 65% de los establecimientos opina que las tarjetas pueden perjudicar a los comerciantes, y sólo un 4% dice que a los clientes.

Histograma del nivel de actitud favorable/desfavorable hacia el pago con tarjetas (en una escala de 0 a 10)



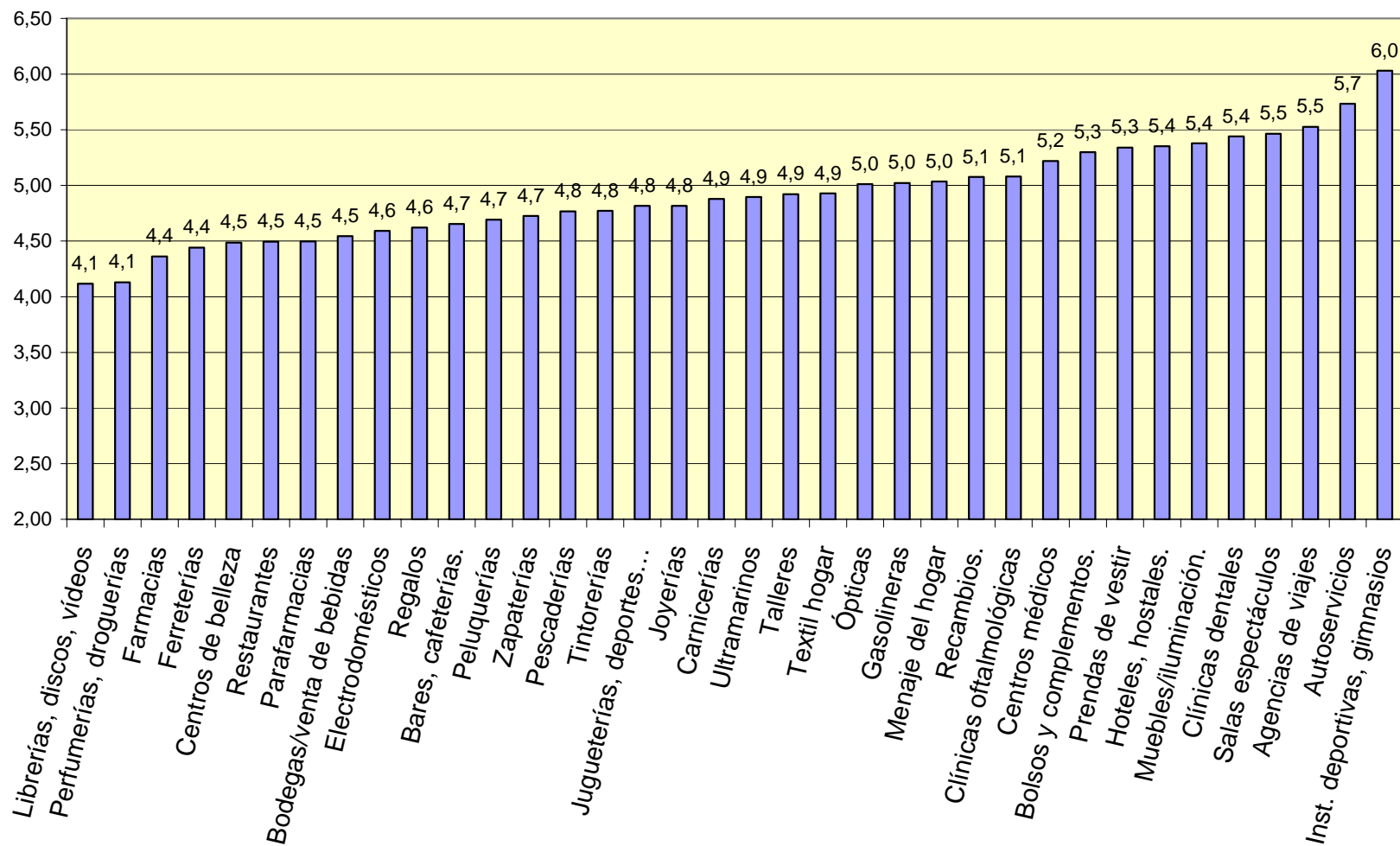
Mediana	4,71
Moda	3,90
Desv. típ.	1,77

Los empleados y los propietarios, con qué prefieren que les paguen.

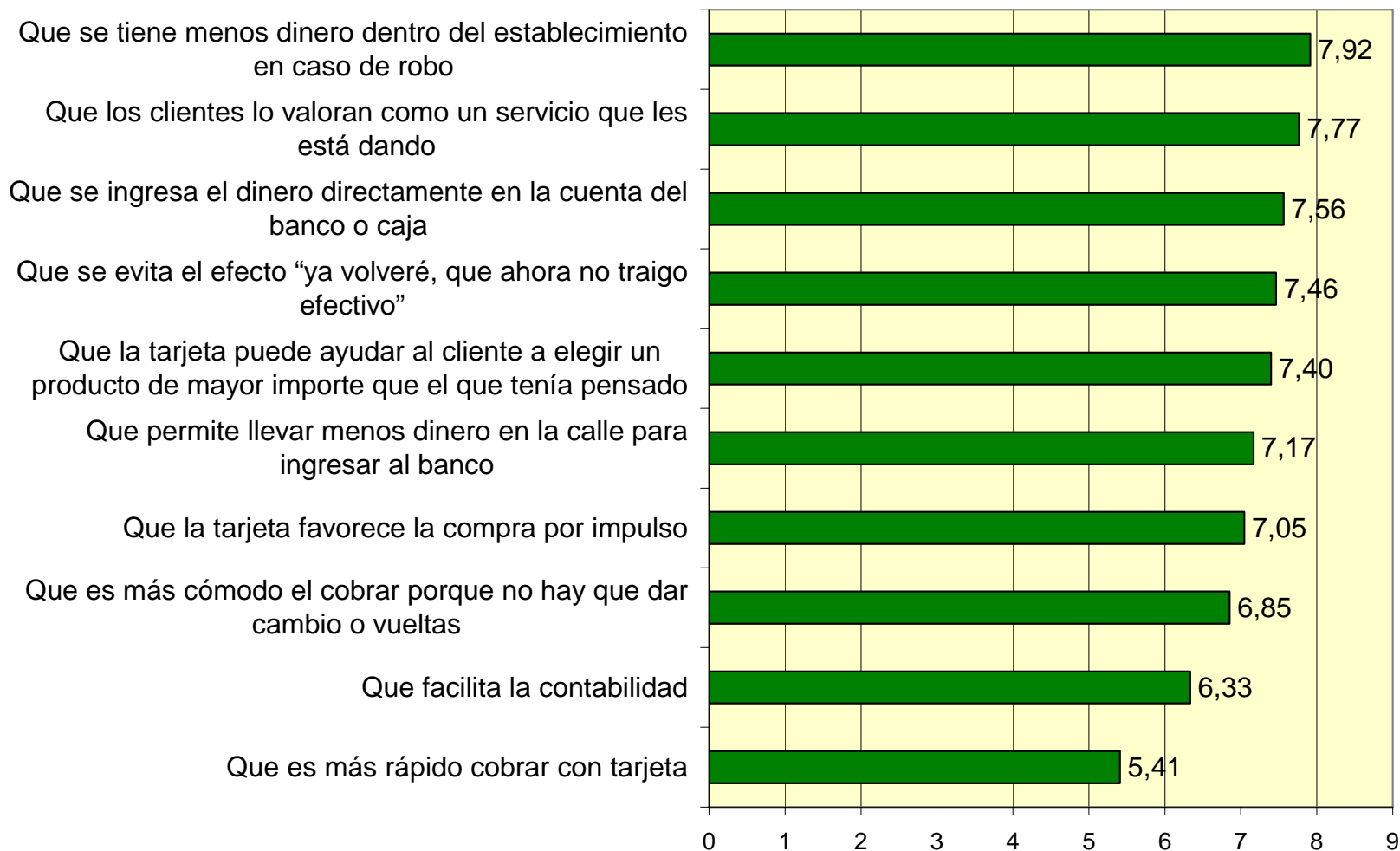


Actitud hacia las tarjetas según sectores comerciales.

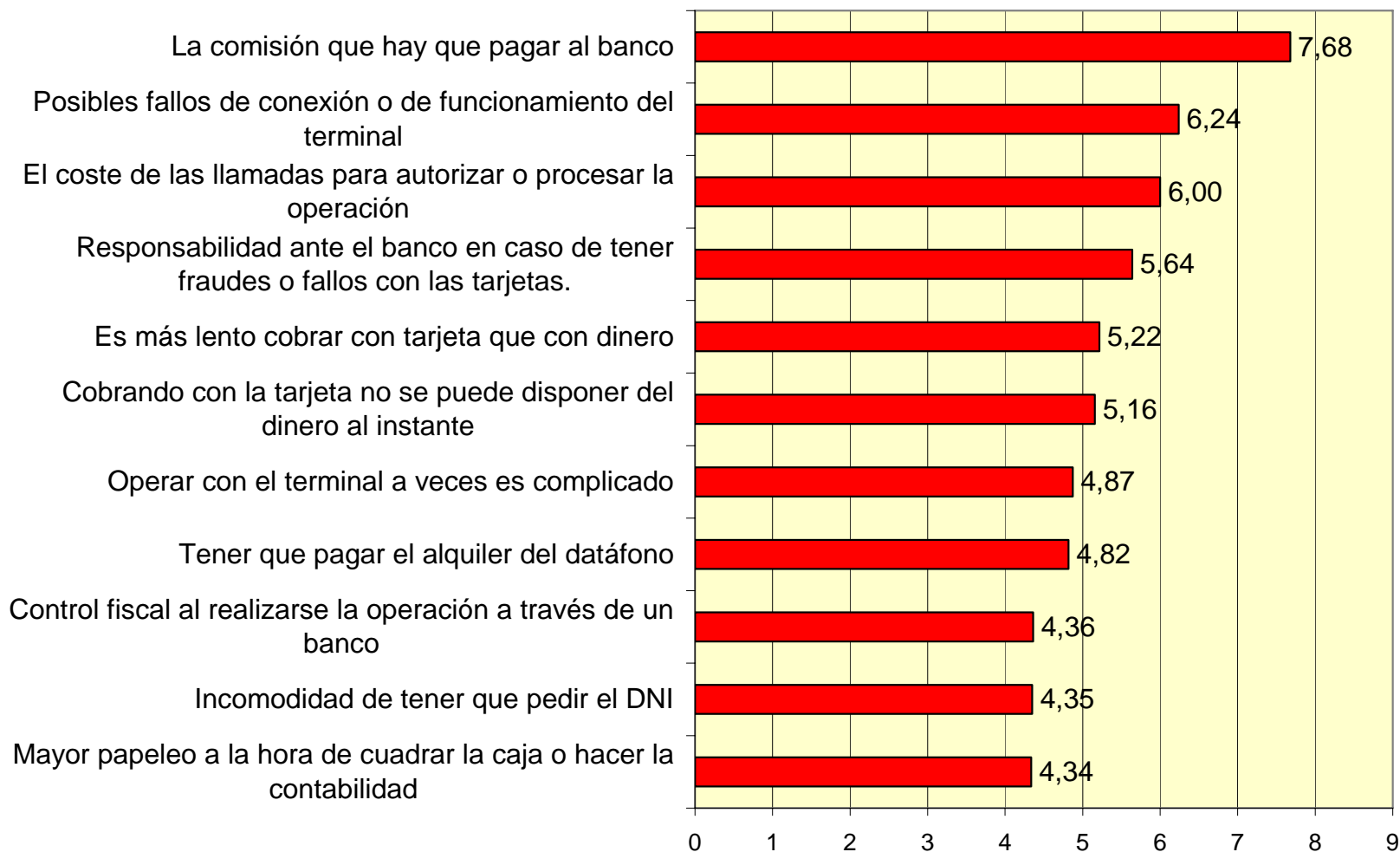
(Nivel de simpatía/rechazo en una escala de 0 a 10)



Importancia que dan los comerciantes (en una escala de 0 a 10) a las ventajas de que los clientes les paguen con tarjeta.

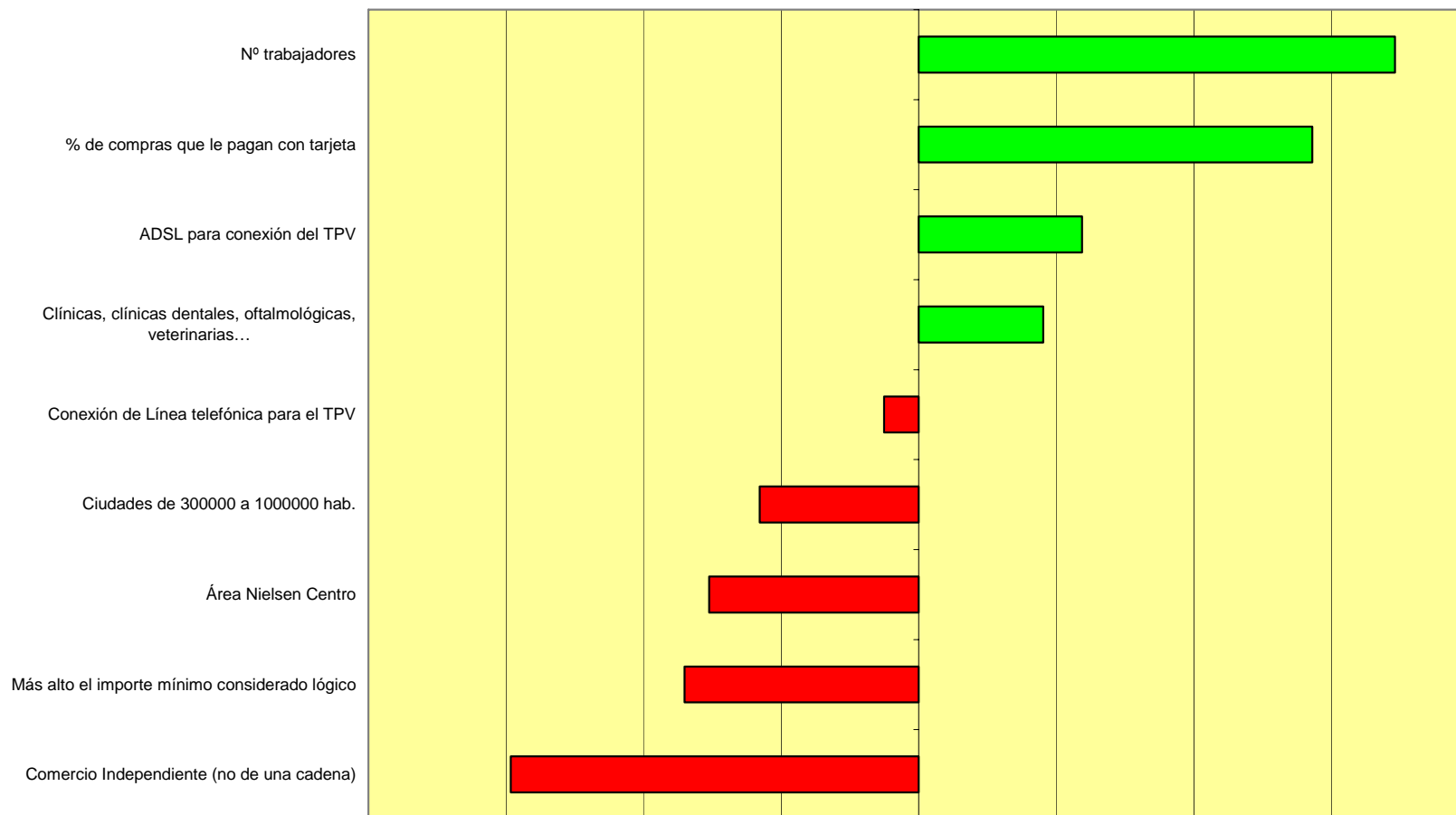


Preocupación de los comerciantes (en una escala de 0 a 10) ante posibles desventajas de que los clientes les paguen con tarjeta.



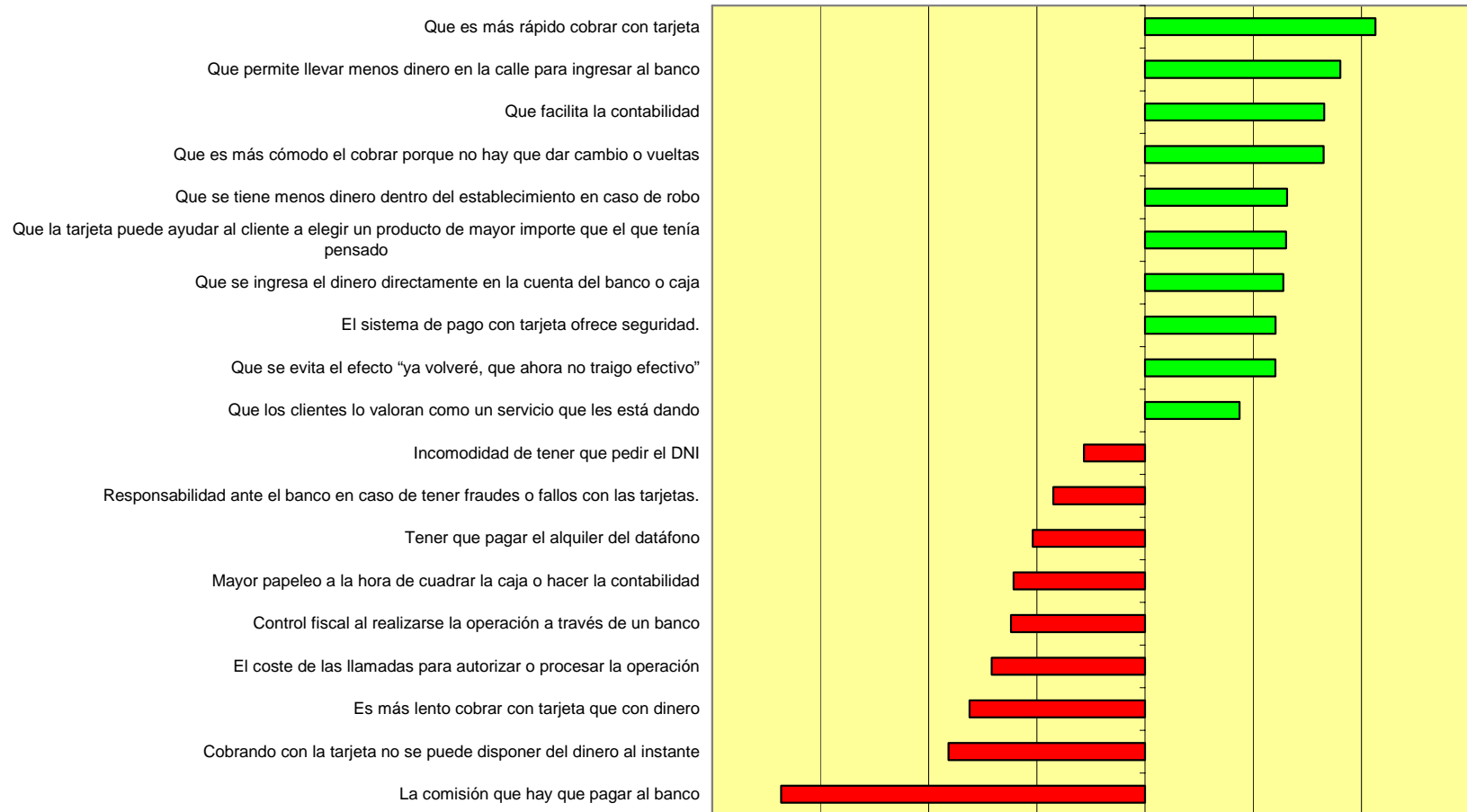
Circunstancias que más intervienen en las actitudes de los establecimientos aceptadores hacia las tarjetas.

Circunstancias que más influyen en la Actitud hacia las tarjetas



Motivaciones que más intervienen en la actitud hacia las tarjetas.

Motivaciones que más influyen en la Actitud hacia las tarjetas



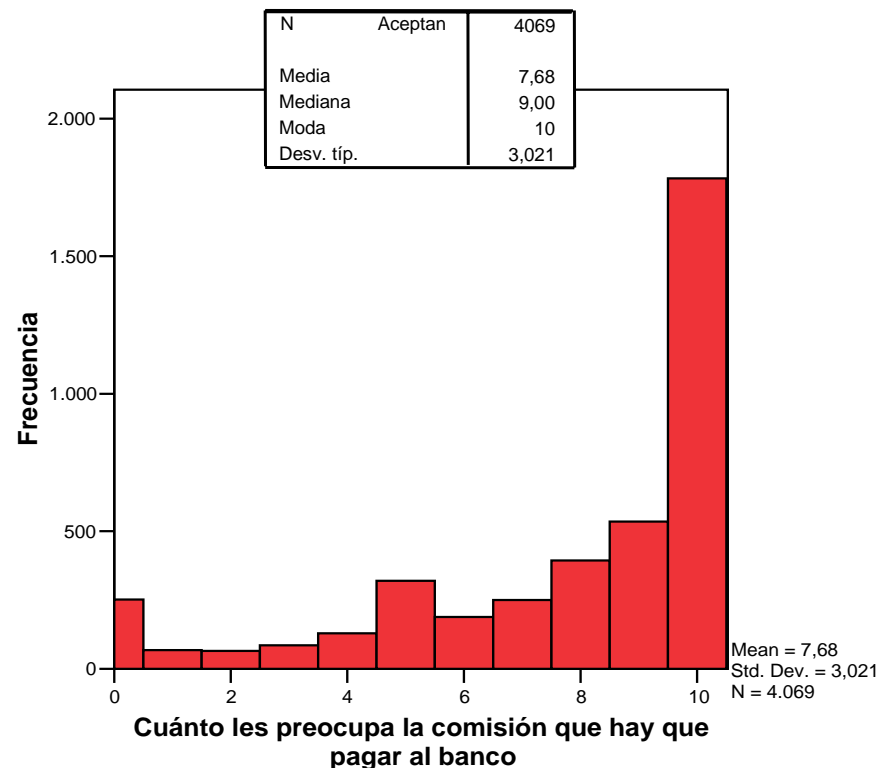
Cuánto les preocupa a los comerciantes la comisión de descuento

A pesar de que las tasas de descuento han ido bajando sensiblemente, la mayoría de los establecimientos sigue con la inercia de una actitud de repudio al respecto.

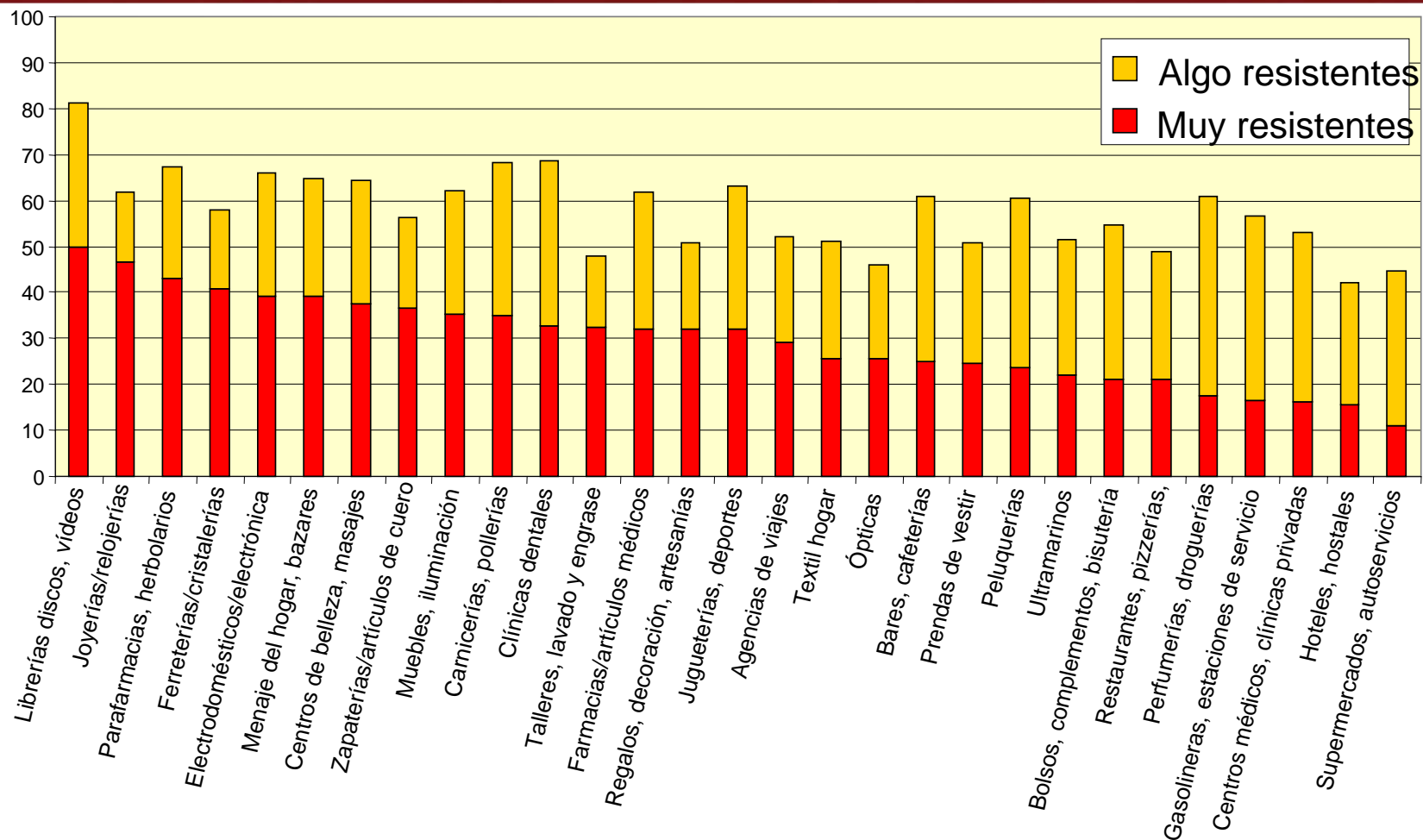
A los comerciantes les cuesta percibir que el cobro con tarjetas es un servicio para sus establecimientos, y lo ven sólo como un negocio de las entidades financieras y un servicio a los consumidores.

Los comerciantes se ven a sí mismos como intermediarios. Por lo tanto no entienden por qué los establecimientos son los que tienen que pagar algo a las entidades financieras.

Las comisiones de descuento son el principal motivo de la actitud negativa que siguen teniendo los establecimientos hacia el sistema de pago con tarjetas.



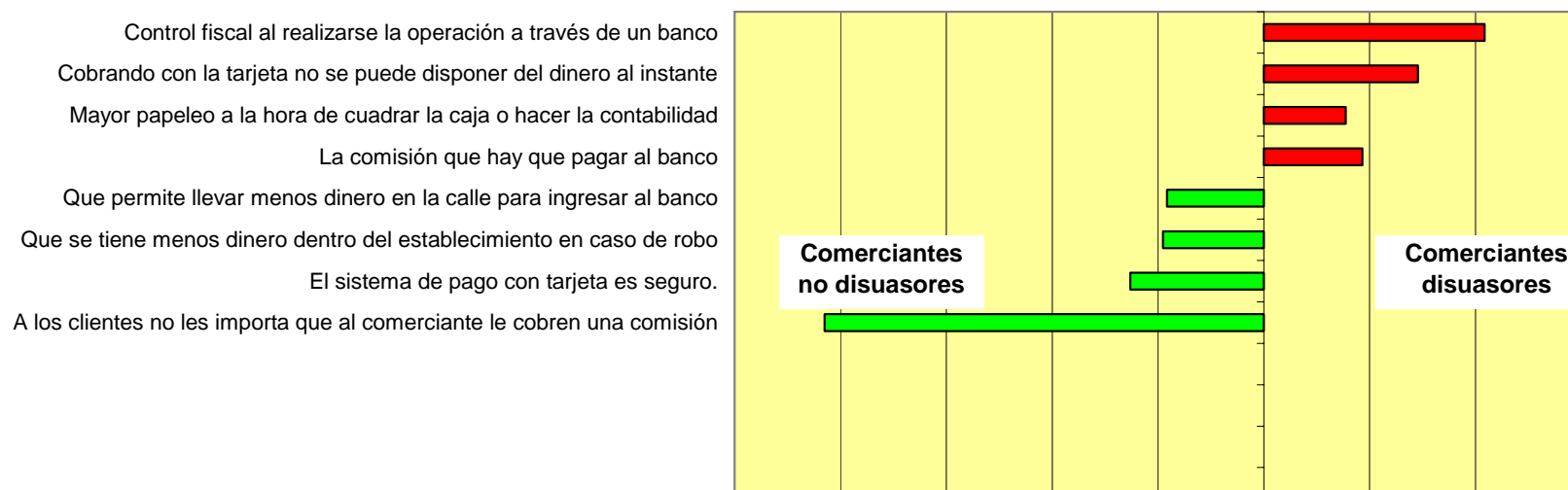
Grado de resistencia a que los clientes les paguen con tarjeta según sectores comerciales



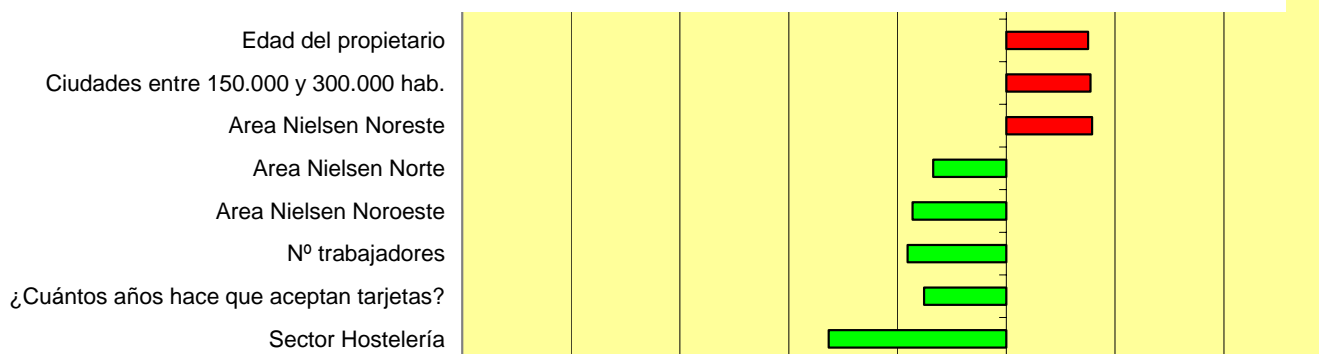
Base: Muestra total Establecimientos que aceptan tarjetas

Motivaciones que influyen en los comportamientos disuasorios de los comerciantes (aceptadores).

Motivos que más influyen en los comportamientos disuasorios o no de los comerciantes



Circunstancias que más influyen en los comportamientos disuasorios o no de los comerciantes.

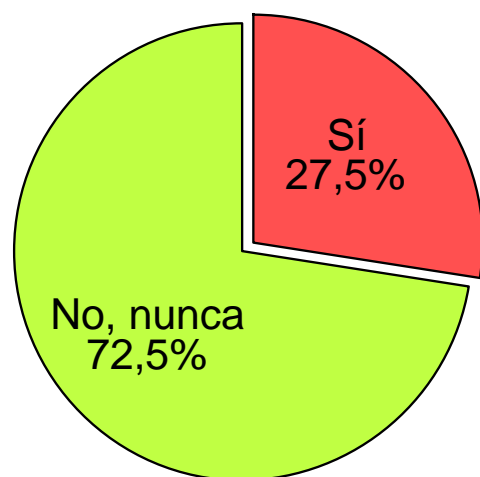


Influencia de las actitudes y comportamientos de los comerciantes sobre los consumidores (1)

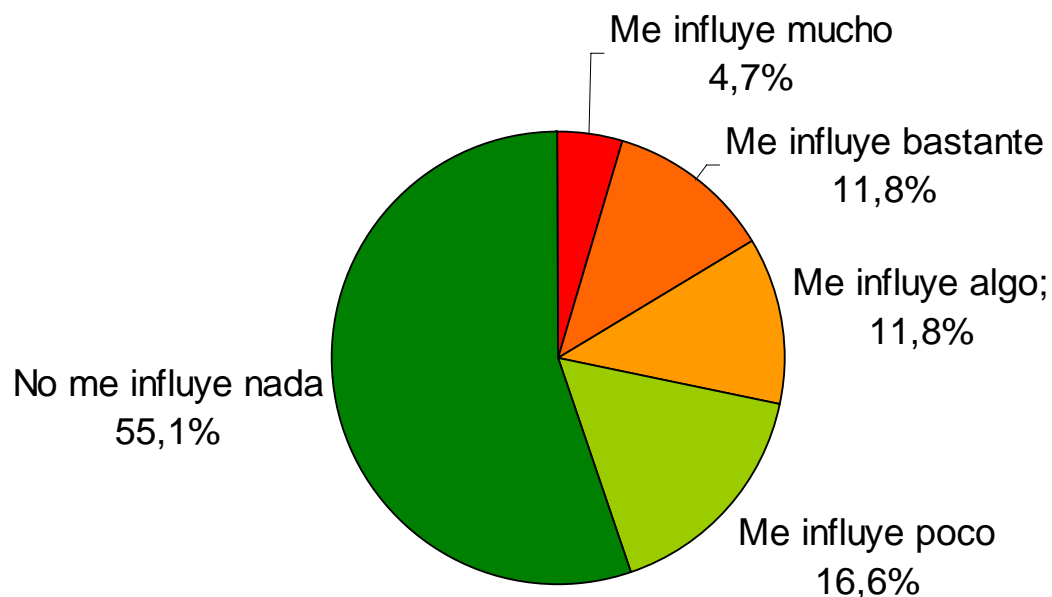
- Al 28% de los consumidores le ha ocurrido alguna vez que, al ir a pagar con tarjeta, los comerciantes le pusieran mala cara o le sugirieran pagar en efectivo.
- Si bien estos hechos son muy poco frecuentes (solamente al 6% de los casos le ocurrió muchas veces, mientras que al 52% algunas veces y al 43% muy pocas veces), influyen indirectamente para que una parte de los consumidores (al 45% de ellos les influye en alguna medida) se acostumbre a usar menos las tarjetas.
- También al 28% de los clientes le ha ocurrido alguna vez que los comerciantes le ofreciesen un descuento si pagaban con efectivo, o le negaran un descuento previamente acordado si pagaban con tarjeta. Esto influye en alguna medida sobre el 56% de los consumidores para que se acostumbren a usar menos las tarjetas.
- El 57% de los consumidores dice saber que las entidades financieras descuentan a los comerciantes un porcentaje cuando ellos pagan con tarjeta. Un tercio de los consumidores cree que el descuento es alto y eso les influye para usar menos veces las tarjetas, sobre todo en los comercios de su barrio en los que conocen al dueño.

Influencia de las actitudes y comportamientos de los comerciantes sobre los consumidores (2)

En el momento de ir a pagar una compra con tarjeta, ¿les ha pasado a los consumidores que los comerciantes les pongan mala cara, o les sugieran que paguen en efectivo?

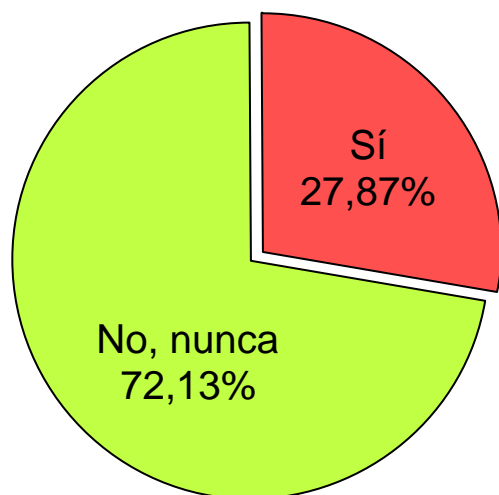


¿Eso les influye a los consumidores para que en algunos casos se acostumbren a pagar directamente con dinero en efectivo?

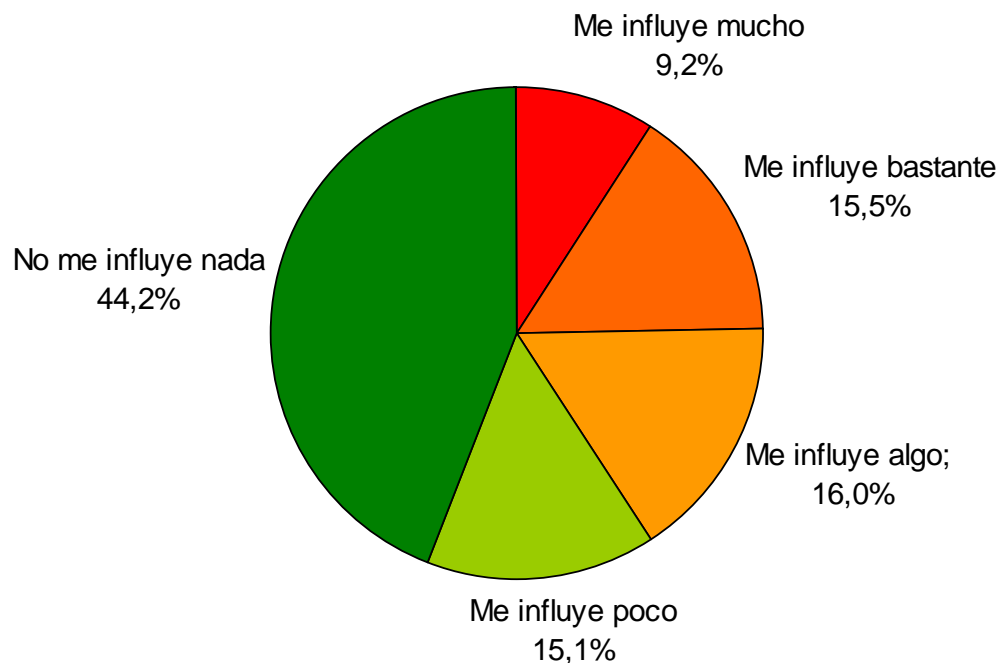


Influencia de las actitudes y comportamientos de los comerciantes sobre los consumidores (3)

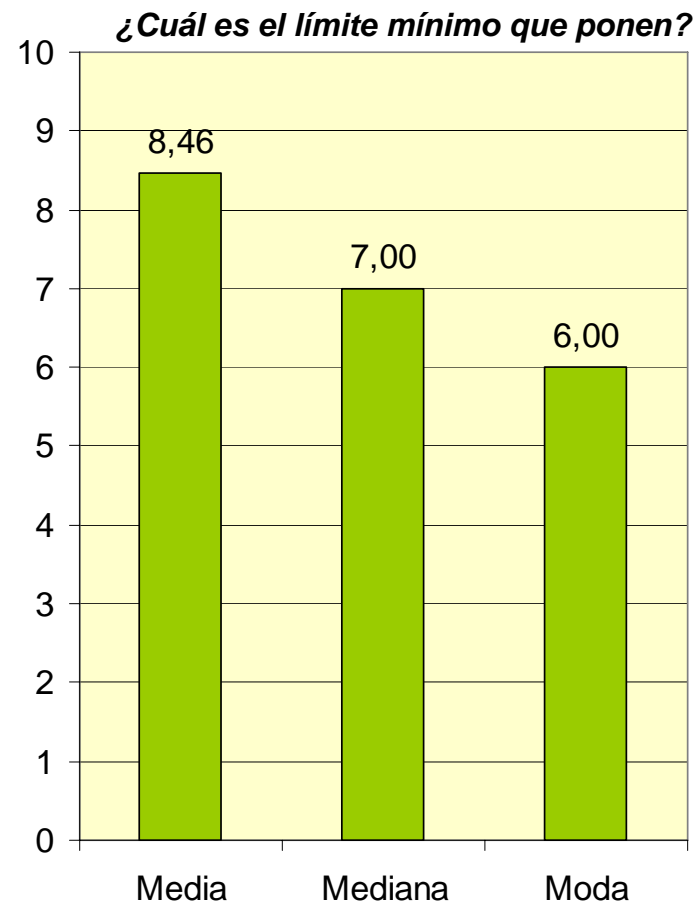
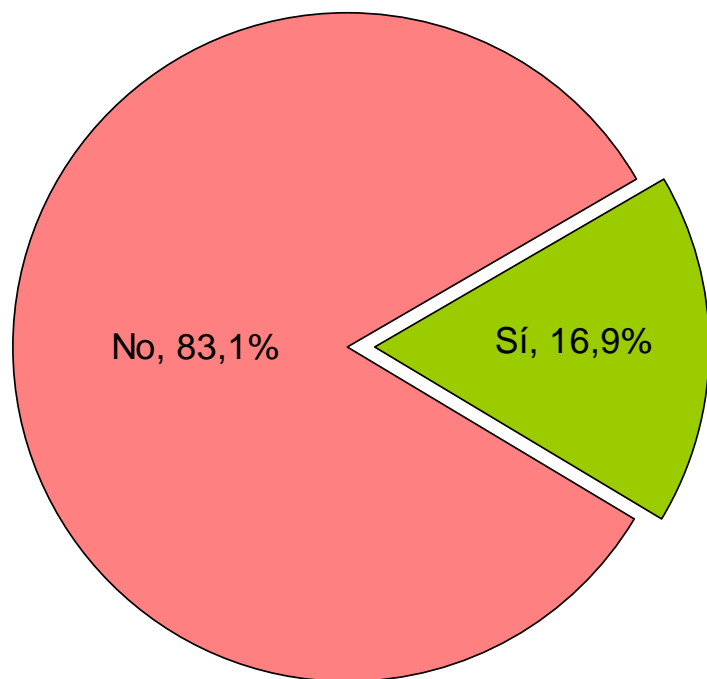
¿En algún caso los comerciantes les han dicho a los consumidores que les podían ofrecer un descuento si no le pagaban con tarjeta?



¿Eso les influye a los consumidores para que se acostumbren a pagar más con dinero en efectivo?



¿Ponen los establecimientos aceptadores un límite mínimo para el pago con tarjeta?

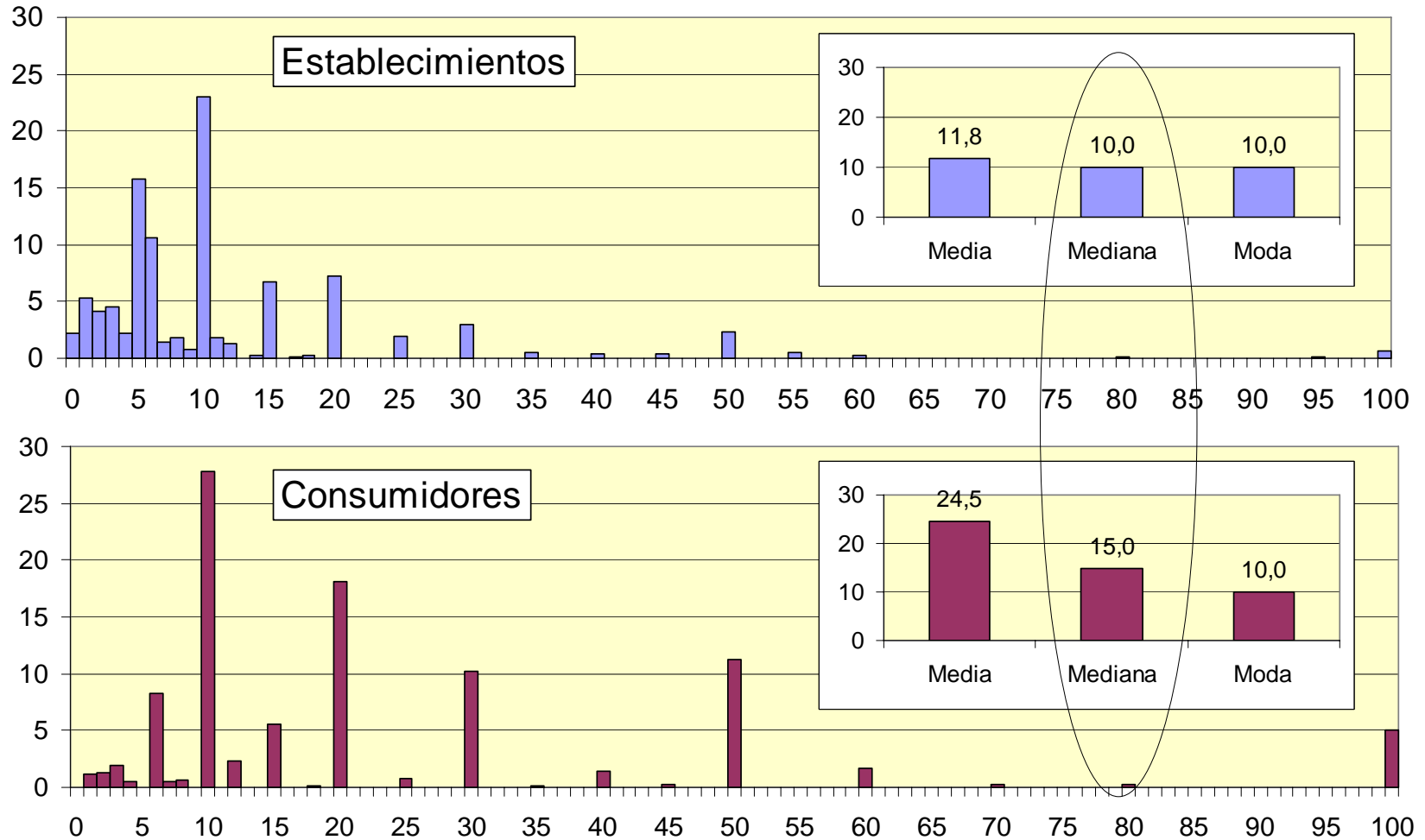


Base: Muestra total Aceptadores

Base muestral: 705

Límite mínimo psicológico de los consumidores y los establecimientos.

¿Por debajo de qué importe consideran que no es muy lógico que se pague con tarjeta?

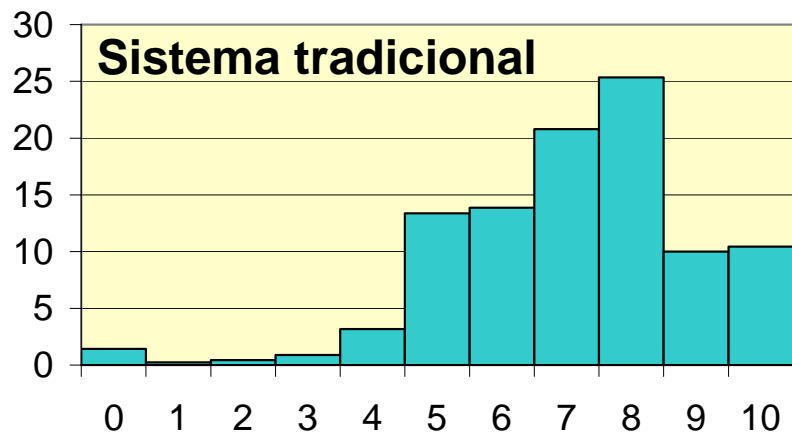


Base: Muestra consumidores poseedores y establecimientos que aceptan tarjetas

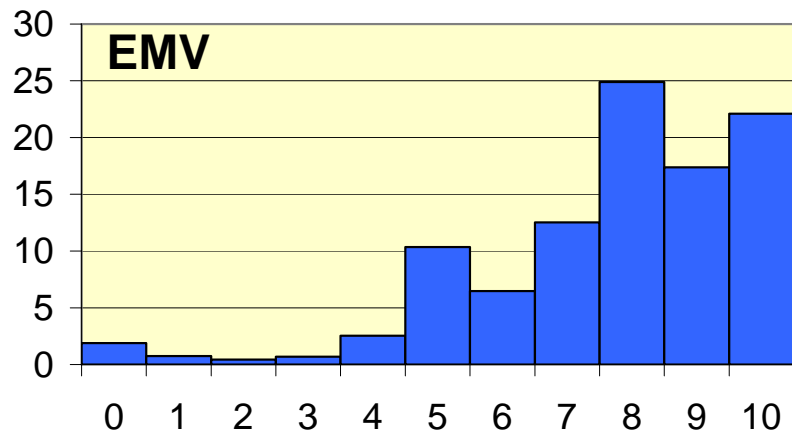
Valoración del sistema EMV

- Los establecimientos valoran un poco más positivamente el sistema EMV que el sistema tradicional para tarjetas con banda magnética, aunque la diferencia de valoración es mínima (7,7 y 7,1 respectivamente, en una escala de 0 a 10).
- La principal ventaja atribuida espontáneamente al sistema EMV frente al tradicional es la seguridad (53,5% de los entrevistados).
- En cuanto a las desventajas, los comerciantes ven iguales a los dos sistemas, sin ninguna desventaja del EMV (56,7% de los entrevistados).
- En cuanto al grado de interés que les despiertan a los comerciantes las dos ventajas principales del sistema EMV, la mayor seguridad ante el fraude es más alto (interés de 7,5 en una escala de 0 a 10) que la facilitación de la operativa (interés de 6,8 en una escala de 0 a 10), aunque ambas ventajas despiertan un interés bastante alto.

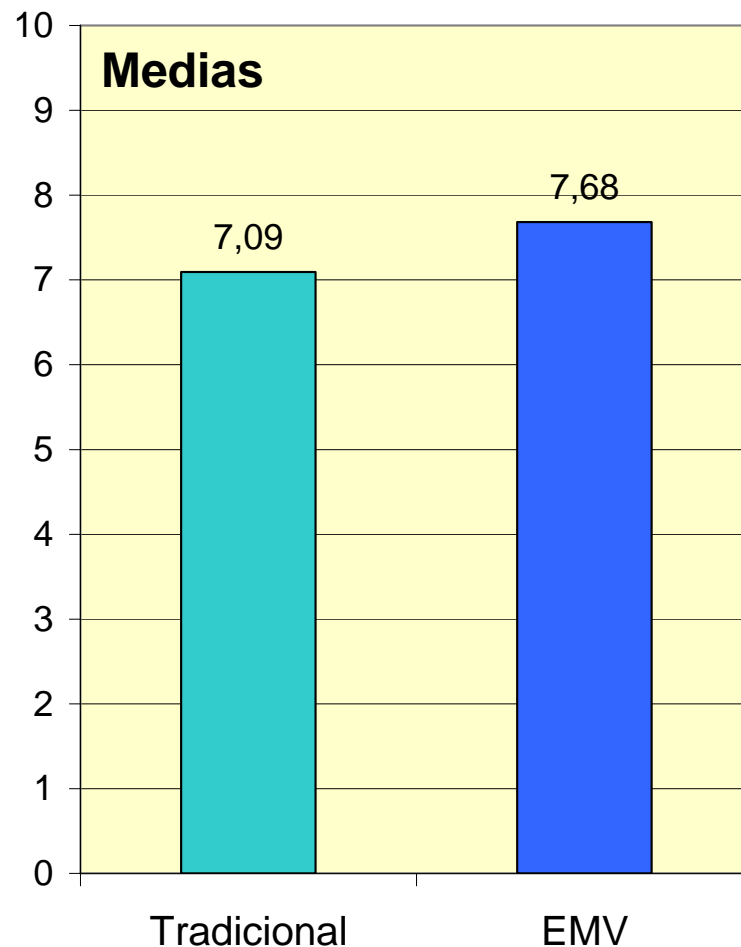
Valoración del sistema EMV versus el sistema tradicional para tarjetas con banda magnética



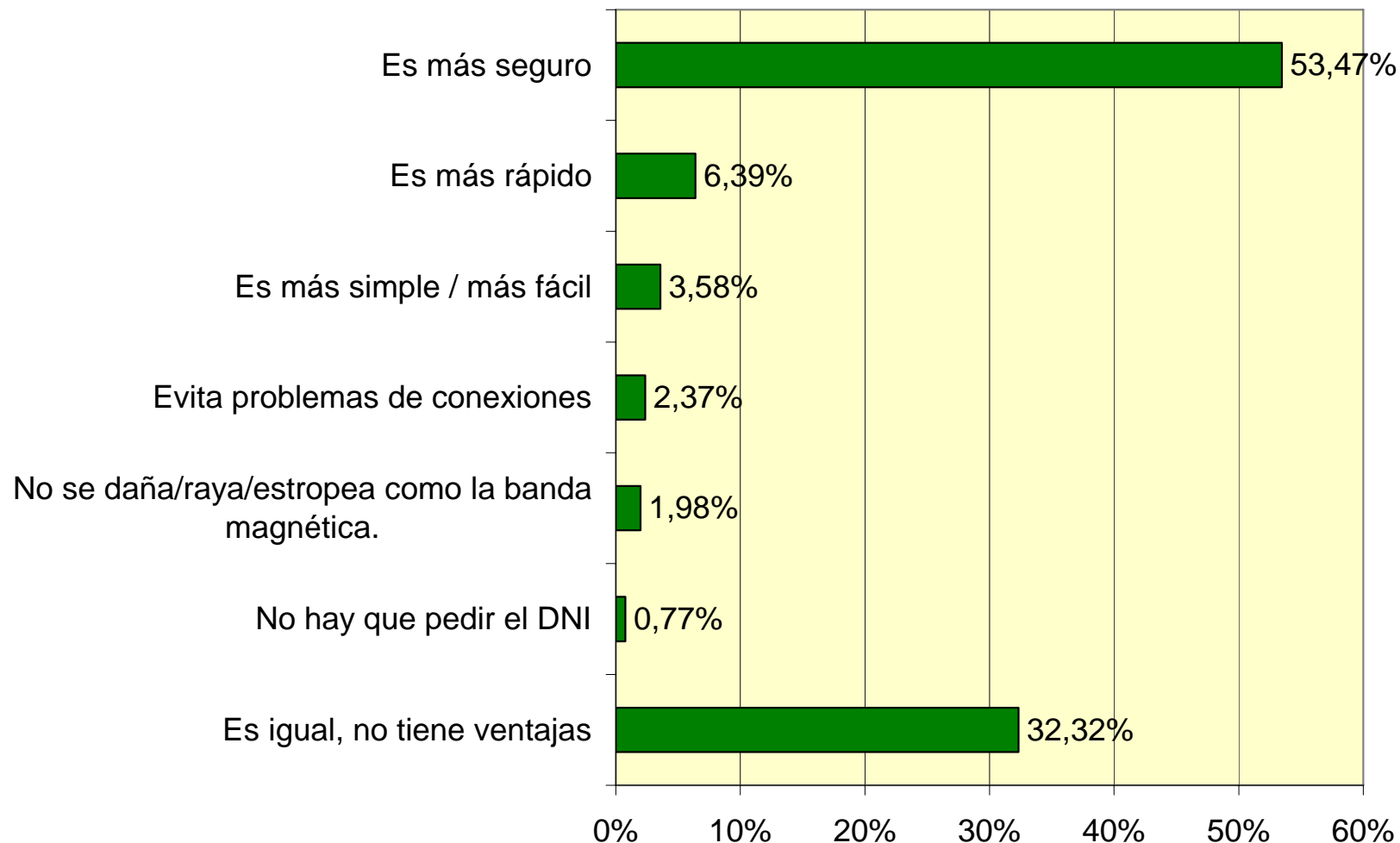
Base: Muestra total. Establecimientos que aceptan



Base: Tienen el EMV instalado

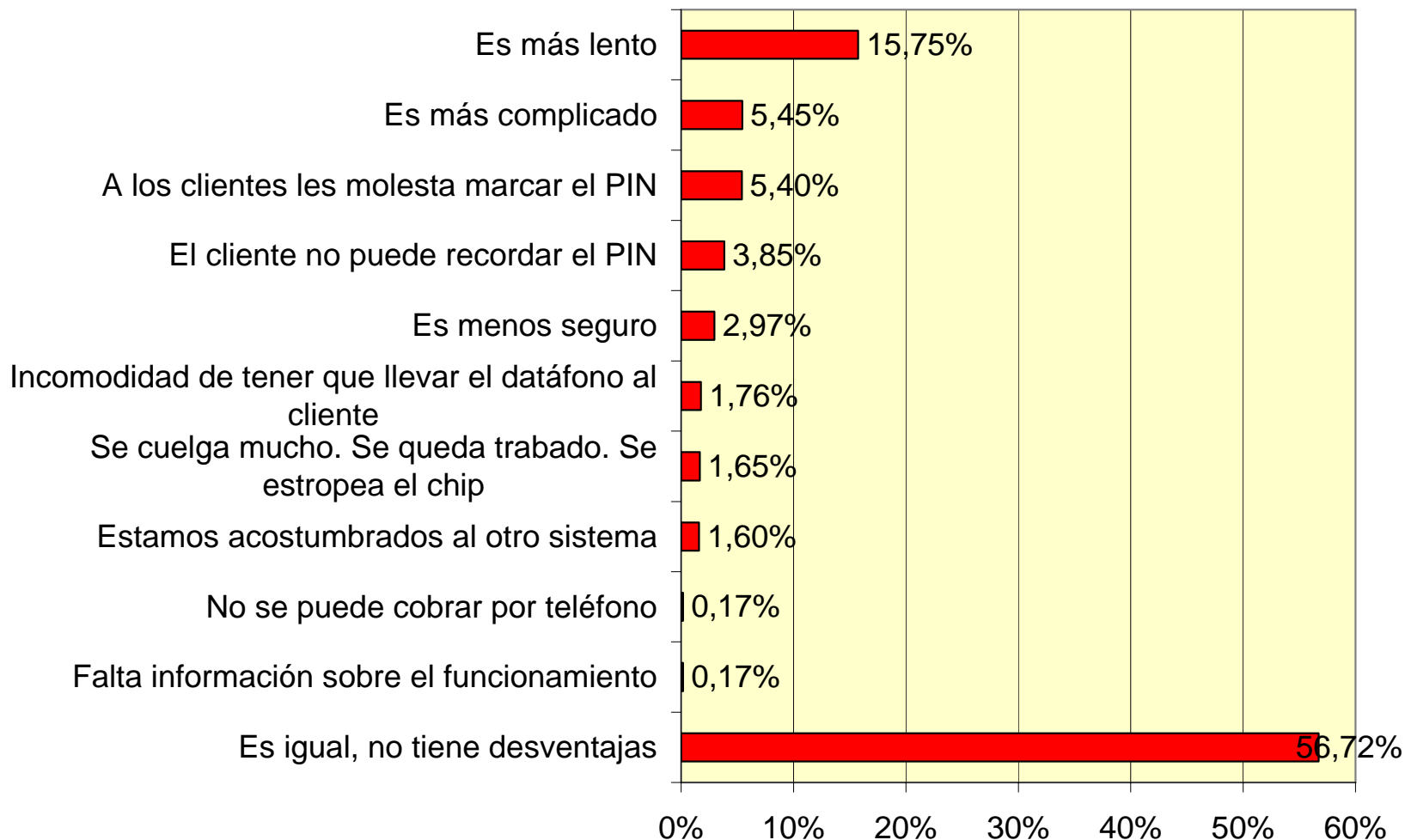


Ventajas atribuidas al sistema EMV



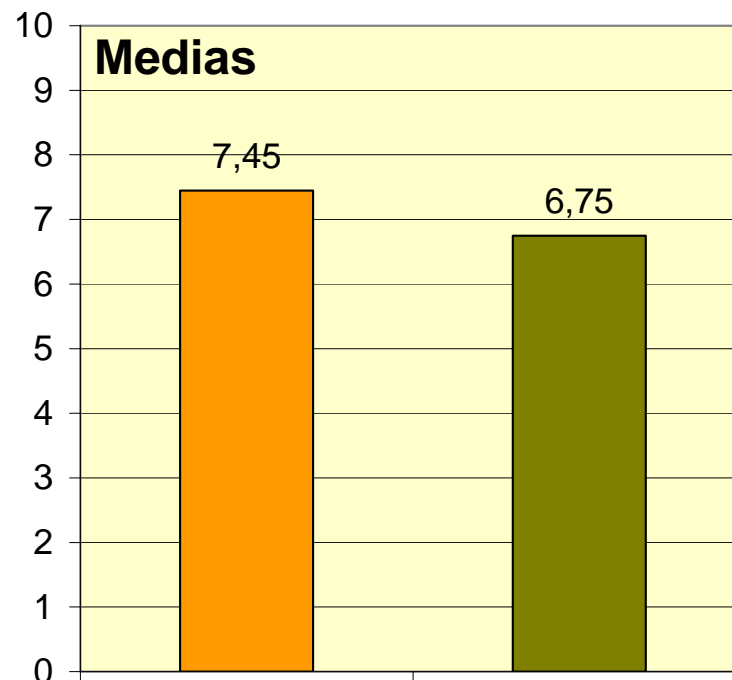
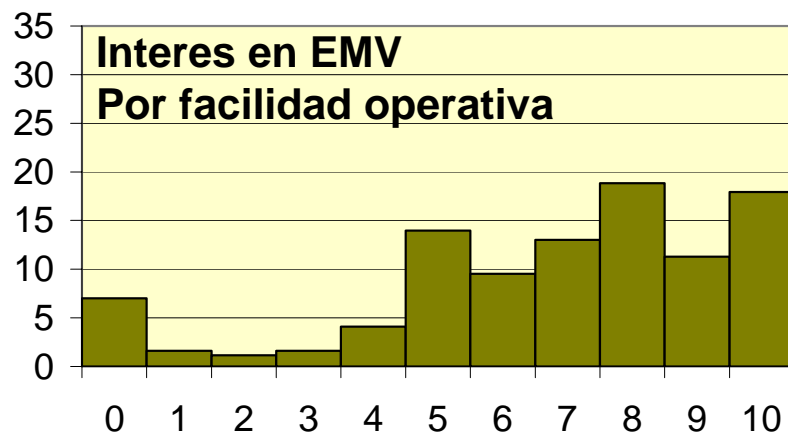
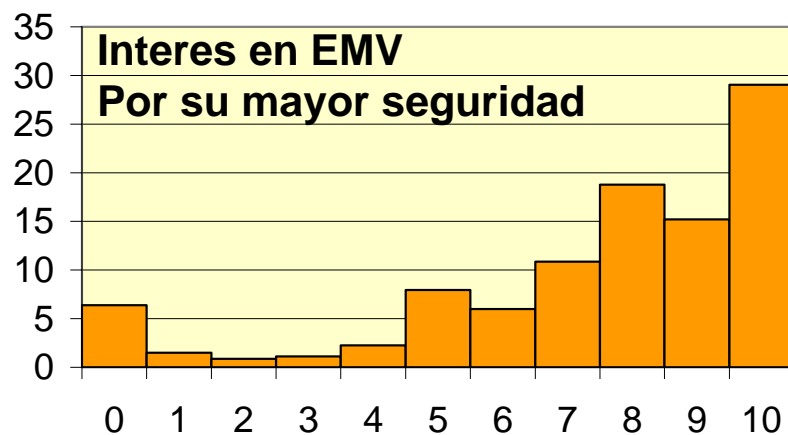
Base: conocen el sistema EMV, lo tienen instalado y han realizado alguna operación

Desventajas atribuidas al sistema EMV



Base: conocen el sistema EMV, lo tiene instalado y ha realizado alguna operación

Grado de interés por estas dos ventajas concretas en establecimientos aceptadores de tarjetas



Grado de interés por el sistema EMV - Mayor seguridad ante el fraude

Grado de interés por el sistema EMV - Facilidad de la operativa

Base: Aceptan tarjetas