



Mastercard
apoyando la
Digitalización

Mastercard apoyando la Digitalización



Gerardo Urria

Director Market Development Chile & Paraguay

Tendencias Durante COVID



Crecimiento exponencial del mundo e-commerce y transacciones sin contacto



Nuevos consumidores se inician en el mundo digital y más están dispuestos a almacenar información de pago



Inclusión Financiera: 40 MM de personas en LAC se incluyen al mundo financiero; mayor protagonismo de los gobiernos



Incremento del uso de Debito, Prepago y migración a productos digitales



Experiencia del consumidor: Simple y segura (Cyber-Security)

1. CRECIMIENTO EXPONENCIAL DEL MUNDO ECOMMERCE Y SIN CONTACTO



1. Mayor uso de Pagos Sin Contacto

- Tecnología NFC (Near Field Communication) o Contactless.
- Tecnología QR (Quick Response).
- Emergiendo uso en transporte publico
- Ad-hoc por Covid, reducción uso efectivo
- Paraguay: 6% Txs Q1 2020 vs 37% Q1 2021



2. Mayor uso de Pagos No Presentes (Ecommerce)

- Aumento exponencial del Ecommerce.
- Mayor uso de plataformas que registran los datos (Card On File – COF, ej. Netflix, Spotify, Playstation)
- Mayor proporción de Prepago y Débito.



2. NUEVOS CONSUMIDORES SE INICIAN EN EL MUNDO DIGITAL Y MÁS ESTÁN DISPUESTOS A ALMACENAR INFORMACIÓN DE PAGO

El efecto COVID ha acelerado la vida digital de los consumidores – adelantando 3 - 5 años por delante de la curva esperada.

LAC fue la región de mayor crecimiento para el retail ecommerce en 2020¹

37%

vs mundial al
28%

PARAGUAY: Crecimiento Transacciones Online Abril 21 YoY

256%

Abril YoY²



52 Millones
30% de aumento en consumidores que compran por primera vez durante la pandemia³



93% aumentó las descargas de aplicaciones e-commerce en Q2 '20⁴



46% de los consumidores en LAC están haciendo más compras en línea debido a la pandemia⁵



3. INCLUSIÓN FINANCIERA: 40 MILLONES DE PERSONAS EN LAC

América Latina se está preparando para hacer frente a la población no bancarizada desplazando el efectivo

81%

Smartphone Penetration¹

Financial Inclusion

El principal habilitador de la inclusión financiera, el Smartphone se está acercando a su penetración máxima, incluyendo a **373M** de adultos en LAC

70%

Bank Account Penetration²

Closing the gap

Considerando cuentas de bancos y fintechs en los 6 principales mercados: Brasil, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú

>50%

Digital banks & wallets penetration of banked population³

Digital-only users

Bancos Digitales y wallets han alcanzado 33% de la población >**120M** las personas usaban bancos y billeteras solo digitales, a fines de 2020

\$191B

Total e-commerce LAC volume in 2020⁴

Cash replacers

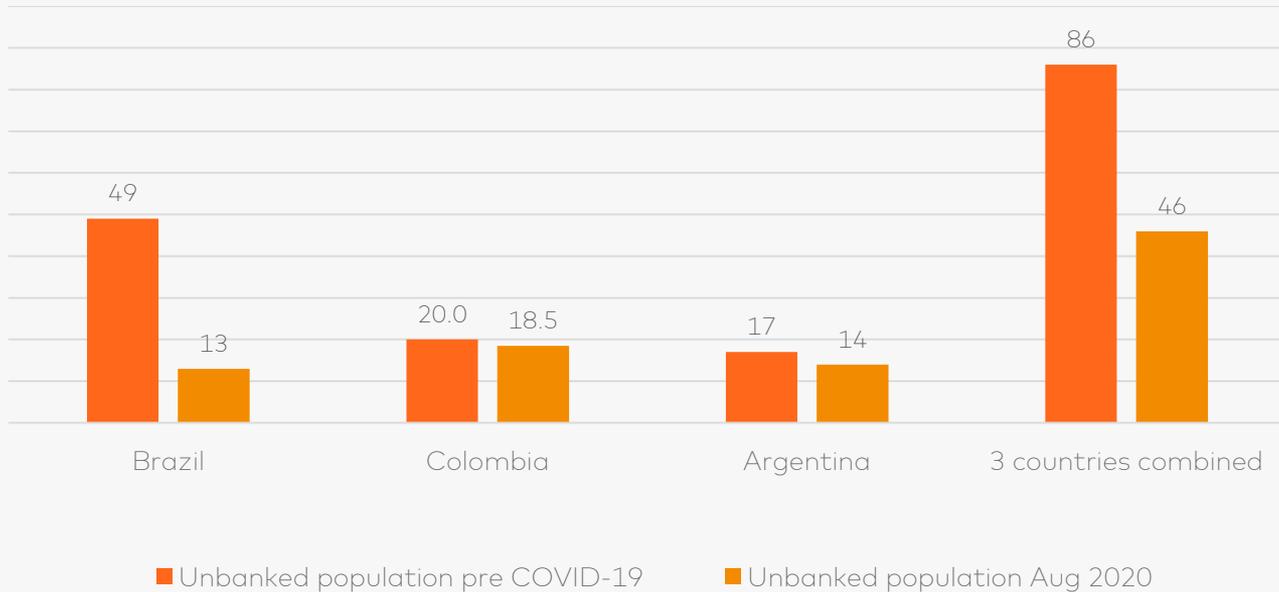
LAC e-commerce creció un 8% en 2020 mientras que el resto de la economía se contrajo
Hay un cambio en los métodos de pago del comercio electrónico con el **débito** como ganador.

1. EIU, GSMA, GlobalStats, AMI analysis and estimates
2. World Bank, local sources, AMI analysis and estimates
3. Company investor reports, websites, interviews, AMI analysis
4. AMI analysis



Impacto en la inclusión financiera

Los beneficios sociales por COVID-19 en Brasil, Colombia y Argentina redujeron la población regional no bancarizada en aproximadamente 20%



40 millones nuevos bancarizados debido a beneficios sociales - COVID-19 - en BR, CO, & AR



4. INCREMENTO DEL USO DE DÉBITO Y MIGRACIÓN A PRODUCTOS DIGITALES

Se proyecta un crecimiento significativo para débito tanto en compras físicas como en línea - con acceso y conveniencia impulsando una mayor preferencia hacia el débito

Acceso

El débito es un activo importante para ampliar la conveniencia de los pagos en línea.



Conveniencia

El débito ofrece una experiencia perfecta de principio a fin

- ✓ Acceso mundial: un producto soluciona todo: en comercio, en línea, en APP, P2P
- ✓ Control del consumidor: alertas, activar/desactivar cuenta,
- ✓ Contactless: usando tarjeta o wallet, tap and go

Preferencia

En 2020, el crecimiento de débito fue el método de pago de más rápido crecimiento en ecommerce.

**DEBIT
#1**

Para 2024, se espera que el débito sea el método de pago más utilizado en POS¹



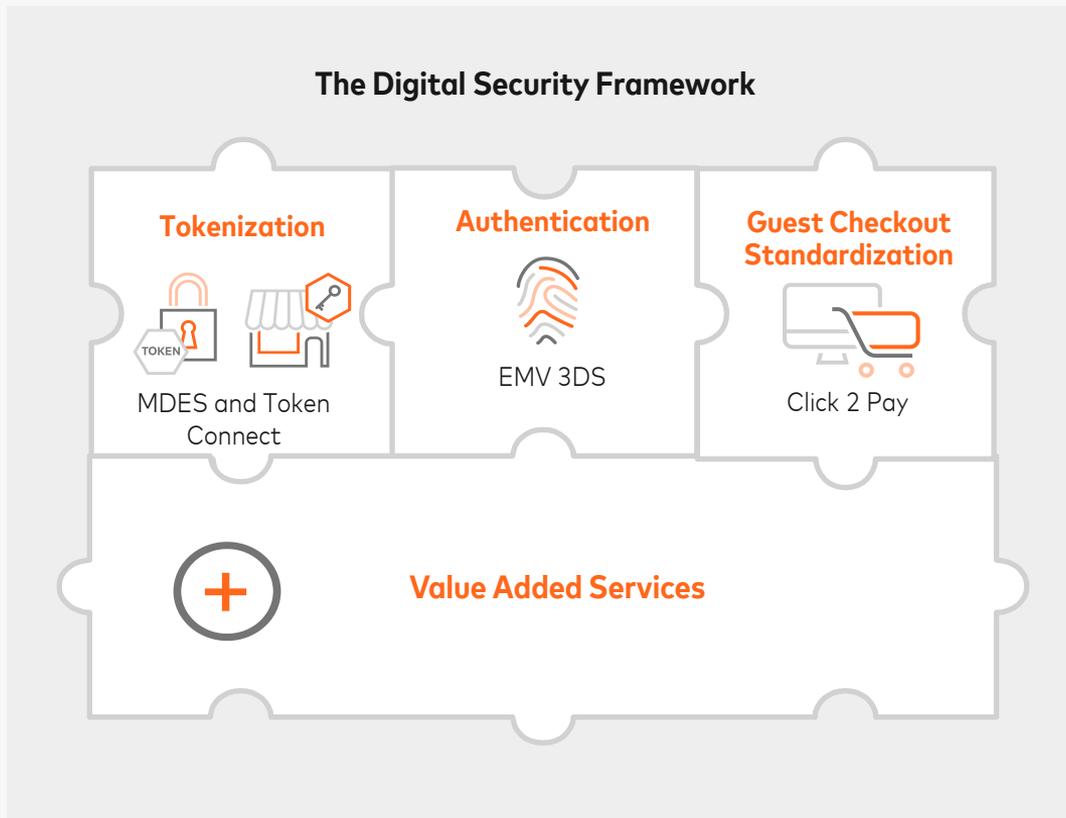
Source : 1. The 2021 Global Payments Report by Worldpay from FIS



5. EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR SIMPLE Y SEGURA (CYBER SECURITY)

Los consumidores esperan una mayor comodidad y al menos el mismo nivel de seguridad al comprar en línea

Tenemos un enfoque integral para aumentar la seguridad y disminuir la fricción en el pago mediante la implementación de nuestras plataformas y servicios a través de todo el ecosistema de pagos.



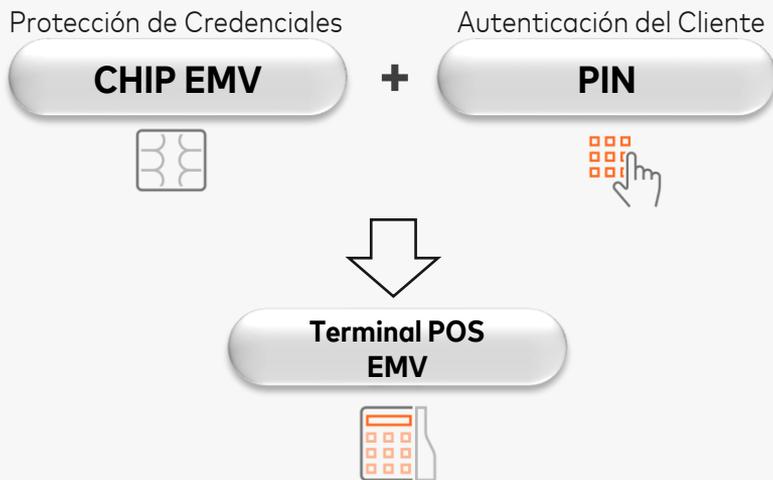
Mundo Físico & Mundo Digital



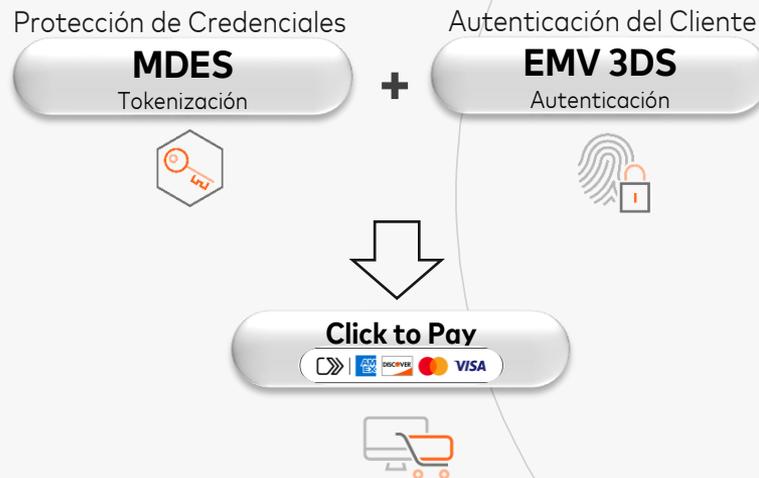
Estamos trabajando para acelerar la adopción de herramientas que permitan mejorar seguridad

Similar seguridad para el Mundo Físico vs Mundo Ecommerce

Mundo Físico o Presencial



Mundo Ecommerce o No Presencial



Estos cuatro pilares serán los motores de nuestro futuro de seguridad en los pagos



Seguridad cibernética

Infraestructura segura, puntos de acceso digital y dispositivos del consumidor



Autenticación

Autenticación sin fricción aprovechando la biometría activa y pasiva



Administración de fraude

Uso de datos colaborativos de AI y toma de decisiones con base en datos



Tokens y control

Enfoque en la administración del ciclo de vida y la tokenización



Fricción



Conversión



Fraude

¿Por qué Autenticar con EMV 3DS?

EMV 3DS mejora la experiencia de pago digital al reducir el fraude, los rechazos falsos y la fricción innecesaria.



Comercio	✓	✓	✓
Emisor	✓	✓	✓

¿Qué es la tokenización?

Proceso de sustitución del PAN de una tarjeta por un número de tarjeta alternativa o "token".



Como Funciona



Data Original de la tarjeta
16-digit card number



Tokenization
PAN es reemplazado por un PAN Digital



Digitization
Una tarjeta tokenizada son entregados en un dispositivo y / o comercio

Benefits



Mejora en los Approval Rates



Mejor User Experience



Enhanced Security



Interoperability



Nuestro compromiso con **mejorar la experiencia** en transacciones no presenciales



Mejorar tasas de aprobación

Optimización Autorizaciones



Mejorar experiencia de usuario

Biometría (A&P) en autenticación



Mayor conversión para el comercio

Administración de Fricción



Reducción de fraude

Aplicación de AI y modelos expertos



Mejorar eficiencias

Reducción contracargos





mastercard.