



Japón intenta ser un país "cashless" PAGAR SIN EFECTIVO

Pese a ser un país de gran desarrollo y avance tecnológico, Japón aún no se sitúa al nivel de otras naciones vecinas que están dejando de usar dinero físico.

Seguramente Ud. ha visto los afiches, los paneles y comerciales en la televisión y se habrá preguntado (sin entender mucho, probablemente, porque hay cierta confusión también en los mensajes) de qué va aquello de "Cashless", una palabra en inglés que quiere decir "sin efectivo". O, en la misma línea, se habrá intrigado al ver cómo cada vez más personas van al konbini y pagan "con su teléfono".

El Programa "Cashless" es una campaña del gobierno, puesta en marcha desde octubre pasado, que busca paliar de alguna manera el efecto de la subida del impuesto al consumo del 8 al 10% e incentivar a la población a dejar de usar dinero en efectivo y hacer sus compras o pagos de cualquier servicio usando tarjetas y aplicaciones para teléfonos.

Es básicamente, un programa de reembolso que ofrecerá hasta el próximo 30 de junio descuentos para compras sin efectivo en las tiendas participantes y sitios de compras por internet. La campaña premia el uso de un método de pago sin dinero, como cartones electrónicos o tarjetas de crédito, otorgando un 2% o 5% del precio de compra en puntos o en efectivo. El porcentaje y la forma en que los recibirá variará según la tienda y el sistema que utilizó para realizar el pago.



La subvención gubernamental para este programa alcanza la friolera de 280 mil millones de yenes que premiarán el uso de las 40 formas de pago digital autorizados en el país (tarjetas de crédito y débito, cartones de "dinero electrónico" prepagos, aplicaciones para teléfonos celulares, etc.).

Entre las naciones desarrolladas, Japón luce claramente rezagado entre los países que más han avanzado para eliminar el efectivo de los bolsillos de sus ciudadanos. Lejos de los países líderes en este aspecto, casos de Canadá o Suecia, tampoco puede compararse con sus vecinos China -el país donde se realizan más pagos a través de teléfonos celulares en el mundo y donde hay gente que no usa billeteras desde hace más de un año- o Corea del Sur, en donde el uso de efectivo en compras viene dejando de ser común. Otro país del llamado "Primer Mundo" que aún muestra cierta reacción a convertirse en una sociedad "cashless" es Alemania.

En Japón el uso de dinero no físico solo representa el 20%, proporción que se pretende elevar hasta volúmenes de transacciones cercanas al 40% hasta el año 2025. El gobierno japonés ha dejado en claro sus intenciones de promover los pagos sin efectivo para solucionar de una vez varios problemas: hacer frente a la falta de mano de obra (pagos más rápidos y de forma personal), brindar mayores facilidades al creciente número de turistas que visita el país al momento de sus compras, así como reducir los costos asociados con la impresión y la administración de moneda física, como billetes y monedas.

"VIEJO POR CONOCIDO, BUENO POR CONOCER"

Pero hay varias razones por las que Japón no ha avanzado mucho en el pago mediante el uso de la tecnología. Motivos que van desde cuestiones culturales y de costumbres, hasta lo poco conveniente que resulta para los pequeños comerciantes recibir los pagos de sus productos sin efectivo que poner en caja.

En una sociedad en la que prácticamente no existe el robo, muchos pueden permitirse aún cargar dinero en una abultada billetera pagando directamente en la caja de la tienda o hacer



La red de tiendas de conveniencia 7Eleven fue una de las primeras en adoptar sistemas de pago sin efectivo en sus tiendas. También tiene su propia aplicación para móviles.

pagos de mayor cuantía mediante transferencia bancaria. Registrarse para hacer pagos electrónicos significa para muchos también otorgar datos sobre su privacidad, lo que a muchos no agrada.

De otro lado, si bien es bastante común el comprar vía internet, estos portales ofrecen una gama de formas de cancelamiento del importe usando dinero, que incluyen pagos contra entrega, depósitos bancarios o pagos en tiendas de conveniencia. Es decir, hay toda una infraestructura para seguir pagando en dinero "vivo" que para un considerable número de japoneses funciona bien y es una buena razón para mirar con desconfianza cualquier cambio.

Del otro lado "del mostrador", muchos comerciantes no se animan a adoptar este servicio para sus clientes por las altas tarifas del procesamiento de pagos de opciones sin efectivo. Ello no permite una adopción más amplia entre las pequeñas empresas y los minoristas, especialmente aquellos con bajos márgenes de ganancia. La irrupción de más empresas que promuevan el pago por tarjetas o códigos QR deberá ofrecer opciones más atractivas para los comerciantes, a la vez que éstos habrán de adaptarse a los nuevos vientos para no arriesgarse a perder clientes. Para el Programa "Cashless", que también otorga incentivos a los propietarios de estos comercios que adhieran a la campaña, se inscribió casi un millón de empresas de diverso porte.

Entre las personas que no usan efectivo, las tarjetas de crédito o las de prepago para transporte público Suica (perteneciente a la compañía ferroviaria JR -Japan Railway Company-) en la región de Kanto, son las más populares y fáciles de usar y para muchos que dependen del servicio de trenes, forman parte de su rutina de pago de servicios y compras pequeñas.

En los últimos tiempos han aparecido también las aplicaciones de pago basadas en código QR que permiten el pago a través de teléfonos inteligentes. Son tantas que puede causar confusión en el usuario, y no todas son aceptadas en todos los establecimientos comerciales, por lo que tenemos una auténtica "guerra" de empresas por querer hacer suya una parte del mercado de pagos. Las líderes en este segmento

Japón tiene una gama de servicios para pagos sin dinero. Sin embargo, movimientos basados en su uso solo llegan al 20%. El dinero sigue siendo la preferencia en las transacciones.

son Rakuten Pay (perteneciente al gigante del comercio electrónico), Pay Pay (un consorcio entre la empresa de telefonía Softbank, Yahoo! Japan y la compañía india Paytm) y LINE Pay (de la aplicación de mensajería y red social más popular del Japón).

MOMENTO DE TRANSICIÓN

Japón está en un punto de quiebre en su ruta para convertirse en una sociedad sin dinero en efectivo y el Programa "Cashless" ha contribuido en parte a ello.

Un reciente estudio del Ministerio de Industria que abarcó a 27 mil consumidores y 7 mil empresas, permitió saber que por lo menos un 40% de las personas encuestadas habían comenzado a realizar pagos sin dinero con más frecuencia luego del lanzamiento de la campaña de recompensa de puntos.

Otra investigación sobre costumbres en pagos sin efectivo, dada a conocer en enero pasado por la consultora General Research, reveló que las personas de mayor edad tienen predilección por usar la tarjeta de crédito como opción de pago sin dinero, mientras que los más jóvenes, más familiarizados con el uso de sus teléfonos celulares, prefieren los pagos por aplicaciones.

Sin embargo, un 13,7 por ciento del total de encuestados (1060 personas que hacen pagos sin efectivo, entre los 20 y 60 años), confió que volvería a usar dinero luego de ser recompensados por el programa de reembolso, o que consideró problemático el uso de una aplicación de pago móvil.

Del 31 por ciento que dijo sentirse incómodo con una sociedad "cashless", un 43,3% dijo desconfiar con la seguridad de sus datos, un 19% temía por estafas y un 16,5% dijo preocuparle el no poder controlar sus gastos.



Caja registradora especial para pagos sin dinero.

