

Foro por la
modernización
de **Cantabria**

Proyecto piloto:
“*Cantabria digital
payments*”

Abril 2017



Índice

1. Introducción	3
2. Promover los pagos digitales: una oportunidad para Cantabria en su proceso de modernización	4
2.1. Elemento transversal de la estrategia de modernización regional .	4
2.2. Contribución al cambio cultural, al empoderamiento y a la cohesión social y territorial	6
2.3. Una experiencia pionera en España	6
3. Contextualización de los pagos en Cantabria	8
3.1. Perfil de pagos. Análisis comparado	8
3.2. Ventajas e inconvenientes del desplazamiento gradual del uso del efectivo.....	11
3.3. Experiencias de sociedades sin efectivo	12
4. Reto: experiencia piloto de pagos digitales en Cantabria	15
4.1. Motivación	15
4.2. Participantes	16
4.3. Cobertura geográfica	16
4.4. Hoja de ruta	18

1. Introducción

Las tecnologías digitales han irrumpido, y continúan ganando terreno, en distintas esferas de nuestra cotidianidad - ya sea pública, privada, profesional- así como en las relaciones con terceros, sean estos particulares, empresas o Administraciones públicas. Sin embargo, la presencia de dichas tecnologías se hace cada día menos visible, a pesar de encontrarse creciente y profundamente enraizadas en prácticamente todos nuestros gestos, sin necesariamente tener conciencia plena de ello.

La digitalización automatiza, simplifica y mejora procesos, facilita el acceso a bienes y servicios, hace más eficaces y eficientes las comunicaciones, expande las fronteras del conocimiento y permite almacenar, analizar y producir información a partir de la captura de ingentes cantidades de datos en formatos diversos, proporcionando información necesaria para la toma de decisiones en entornos cada día más complejos e inciertos. Las tecnologías digitales son promotoras de un cambio de paradigma. **Las transacciones económicas en general, y las de pagos en particular, son un claro ejemplo de transformación digital.**

La promoción del uso universal de medios de pago electrónicos para todo tipo de transacciones económicas – con la consiguiente reducción del uso del dinero en efectivo - contribuirá positivamente al objetivo de **modernización y digitalización de Cantabria**, como se pone de manifiesto en la segunda sección de esta monografía. Dicha promoción tiene cabida en el marco de este Foro a través del diseño, desarrollo y evaluación de un **proyecto piloto de pagos digitales.**

La segunda sección muestra el **contexto de los pagos de bajo valor o minoristas en Cantabria** (asimilando un comportamiento análogo al del conjunto de España en cuanto a acceso y uso), tomando como referencia otros países europeos que han avanzado significativamente en el tránsito hacia sociedades que promueven la reducción del uso del efectivo, así como experiencias concretas asimilables al proyecto propuesto. Además de establecer las ventajas e inconvenientes del desplazamiento gradual del uso del efectivo.

La última sección detalla el **objetivo y propósito de la intervención piloto planteada**, así como los elementos necesarios para llevarla a cabo con éxito.



2. Promover los pagos digitales: una oportunidad para Cantabria en su proceso de modernización

El uso que hacemos de los medios de pago disponibles es una manifestación más de la evolución de los patrones de comportamiento de la sociedad. En un contexto de digitalización de absolutamente "todo" – proceso imparable y crecientemente veloz – es fundamental que el acto de pagar avance paralelamente, sin fricciones innecesarias, en la medida en que el pago es un gesto imprescindible para culminar prácticamente cualquier tipo de transacción de intercambio de bienes y servicios.

Por su proyección y carácter transversal a todos los ámbitos de la economía y sociedad, por su contribución al cambio cultural, al empoderamiento de los ciudadanos, al cierre de la brecha digital y a la cohesión social y territorial, la promoción de la universalización de los pagos digitales es una apuesta con una elevada rentabilidad global a un reducido coste.

Estos motivos justifican la puesta en marcha de un proyecto piloto que contribuya a hacer crecer la adopción y uso de medios de pago electrónicos en las transacciones cotidianas de los ciudadanos cántabros. Adicionalmente, y por las características de la iniciativa propuesta, representa una excelente oportunidad diferencial para Cantabria por tratarse de una experiencia pionera en España, con los efectos en términos de visibilidad, notoriedad e innovación que supone.

2.1. Elemento transversal de la estrategia de modernización regional

Los pagos forman parte de la cotidianeidad de ciudadanos, profesionales, empresas e instituciones públicas. Representan una operativa fundamental en el ejercicio de las actividades de carácter personal y profesional y gozan por ello de un **carácter transversal** en cuanto a usuarios (quien cobra, quien paga), ámbitos de actividad y localizaciones geográficas.

El uso del dinero en efectivo para efectuar pagos genera ineficiencias y gastos asociados a su manejo y gestión. Estos se verían eliminados o reducidos significativamente si se consiguiera minimizar la intensidad de su uso, para lo cual existen medios de pago electrónicos/digitales alternativos, seguros y universales, que funcionan sin fricciones, cuya universalización permitiría **llevar a cabo las transacciones económicas de forma más eficiente y segura**. Además, el efectivo no es un medio de pago aceptado en la práctica totalidad de nuevas soluciones digitales que cada día surgen en el mercado, relacionadas con la movilidad urbana, el comercio *online* y los servicios de la llamada economía colaborativa.

Una región como Cantabria, que busca **modernizarse y reforzar su posicionamiento y ventajas competitivas** en la esfera global, más acorde con su potencial y capacidades reales, ha de contar con infraestructuras y prácticas modernas, también en el ámbito de los

pagos. Los pasos que se den para promover el uso de medios de pago digitales en detrimento del uso de efectivo, estarán alineados tanto con los objetivos estratégicos regionales como con la mayor inserción en la agenda global.

En relación con los **objetivos regionales**, los medios de pago electrónicos son susceptibles de generar valor para la economía y la sociedad de Cantabria, facilitando las transacciones económicas de locales y visitantes, particulares y empresas, apostando por una economía más moderna, más integrada en la Sociedad de la Información y más conectada. Ello contribuye a reforzar la actividad de los sectores turístico, hostelero, del comercio minorista y otros servicios (transporte, ocio y cultura, etc.), además de atraer la localización de nuevos emprendimientos innovadores, muy relevantes para dinamizar la economía de Cantabria.

El desarrollo del Internet de las Cosas, de los territorios inteligentes y de la economía colaborativa lleva aparejada la proliferación de micropagos, en muchos casos autónomos o programados, en los que la presencia del efectivo será residual o simplemente incompatible. La fuerte penetración de los *smartphones* y del Internet móvil – una realidad hoy – ya permite observar estos cambios estructurales en Cantabria.

Respecto a los **objetivos de la agenda global**, las ineficiencias y costes asociados al manejo de efectivo están promoviendo iniciativas internacionales y domésticas para minimizar su uso. Así, por ejemplo, el Banco Central Europeo decidió en mayo de 2016 interrumpir la emisión de billetes de quinientos euros en enero de 2018 y algunos países del área euro (Bélgica, Finlandia, Irlanda y Holanda) han puesto en marcha acciones para reducir el uso o retirar las monedas de uno y dos céntimos de euro. Más valientes son los países nórdicos liderados por Suecia, que ya han puesto una fecha límite al uso del efectivo (2030).

En este contexto, se están produciendo por parte de la industria de proveedores de servicios de pago innovaciones para mejorar la experiencia de usuario (hacerlos más cómodos y convenientes), la seguridad y la privacidad, en parte como respuesta a la presión regulatoria que emana de las instituciones europeas, centradas en la creación de un verdadero Mercado Único Digital y un Mercado Único de Pagos en Europa. Asimismo, uno de los grandes objetivos de la Agenda Digital para España, el de "reforzar la confianza en el ámbito digital", incorpora la facilitación de los pagos seguros como uno de los servicios de confianza a impulsar en el entorno *online*. En esta línea, la [Directiva de Servicios de Pago](#) (PSD2, por sus siglas en inglés), cuya transposición al ordenamiento jurídico español ha de ser efectiva en enero de 2018, dotará de mayor seguridad y protección a los consumidores en el uso de pagos digitales, y ampliará la competencia y la oferta de medios de pago electrónicos.

2.2. Contribución al cambio cultural, al empoderamiento y a la cohesión social y territorial

La creciente digitalización está alterando las pautas de comportamiento y las relaciones socioeconómicas. La **ubicuidad, inmediatez, agilidad y conectividad** han ganado importancia en la configuración de las expectativas de los "usuarios digitales", y el ámbito de los pagos no es excepción. Siempre que se garantice la seguridad de las transacciones y la protección de los datos del usuario, los medios de pago electrónicos responden a los citados atributos y **facilitan las operaciones, la gestión y toma de decisiones vinculadas a las finanzas personales, y por tanto al empoderamiento de los individuos**. Controlar los gastos y los niveles de ahorro deseados resulta más sencillo mediante aplicaciones digitales que llevando una contabilidad manual de las disposiciones y usos de dinero efectivo. Si los usuarios valoran dichos atributos, los negocios habrán de adaptarse e incluso anticiparse a esas nuevas necesidades y preferencias, en un contexto en el que la lógica de "el cliente en el centro" aspira a ser sostenible en el tiempo.

La actual transición hacia un uso más intenso y extenso de dispositivos móviles y tecnologías digitales - además de las múltiples aplicaciones que ayudan a gestionar desde una cita médica, hasta una reserva en un restaurante o la solicitud de un servicio de taxi, entre muchos otros servicios públicos y privados - es un hecho y forma parte de una **evolución cultural que también afecta – o debe afectar - a los pagos**.

Cuando la adopción y uso de pagos digitales es lenta – como ocurre en España en general y en Cantabria en particular, como se muestra en la siguiente sección - han de ofrecerse mecanismos que ayuden a **superar las barreras culturales y la desconfianza**, muchas veces ancladas en preconceptos alimentados por la falta de información sobre seguridad, coste, disponibilidad, garantía de aceptación universal, etc.). Ciudadanos y empresas precisan, para replantearse ciertos hábitos como el del uso universal, conocer de primera mano las ventajas de operar sin efectivo. Para ello, además de acciones de sensibilización, pedagogía y demostración, será necesario garantizar una dotación suficiente de infraestructuras de pago y conectividad que permitan realizar pagos electrónicos sin fricciones en todo el territorio (garantía de acceso universal).

Con todo ello se estará contribuyendo a su vez, al empoderamiento de los individuos en un contexto de vertiginosa transformación digital, ofreciendo un marco de igualdad de acceso y uso que impulse la cohesión social y territorial.

2.3. Una experiencia pionera en España

La experiencia piloto detallada a continuación para su puesta en marcha en el territorio cántabro tendrá un importante impacto en términos de conocimiento y obtención de **evidencia empírica, efecto demostración y visibilidad**.

Cantabria *digital payments* será la primera experiencia de estas características realizada en España, a través de la cual se podrán recoger evidencias valiosas sobre el comportamiento de nuestra sociedad en lo que a los actos cotidianos de pago se refiere. Por su carácter pionero atraerá la atención mediática y despertará la curiosidad de los distintos agentes socioeconómicos y de otras regiones, tanto españolas como foráneas.

Un proyecto piloto de pagos digitales **señalará la voluntad cántabra de dar pasos al frente en la modernización económica** y de abrazar los beneficios que pueden reportar las nuevas tecnologías digitales, también en lo que respecta a una práctica tan frecuente como son los pagos. Este componente de visibilidad ha sido una de las motivaciones que ha llevado a otras localidades europeas - Bérgamo (Italia), Cork (Irlanda) - a poner en marcha iniciativas de similar alcance.

Esta iniciativa tendrá lugar en un momento en el que existe un gran interés y debate en torno a las sociedades sin efectivo, como demuestran numerosos debates académicos así como sucesivos anuncios de autoridades de diversos países que apuestan abiertamente por este tipo de sociedad.

Los medios de pago electrónicos

Los pagos con tarjeta, tanto de crédito como de débito, junto con las transferencias y los débitos y créditos directos, constituyen los principales medios de pago electrónicos disponibles.

Pago con tarjeta
débito / crédito

Transferencia
interna / externa

Débito y crédito directo
pago / cobro

Los pagos con tarjeta se realizan a través del terminal punto de venta (TPV) del establecimiento / comercio. El TPV captura la información del titular de la tarjeta y la trasmite de forma segura al banco adquirente. Este último solicita al procesador de pagos la autorización del banco emisor de la tarjeta para realizar la transacción, quien al autorizarla envía la respuesta al TPV y el pago al banco adquirente, que se encarga de efectuar el abono en la cuenta del establecimiento.

La transferencia es una orden de pago que cursa el deudor a su entidad financiera para que abone cierta cantidad al beneficiario, de cuenta bancaria (IBAN) a cuenta bancaria (IBAN).

El débito o adeudo directo permite debitar los pagos en cuentas bancarias de particulares o empresas, previo consentimiento expreso del deudor.

En el último año, motivado por el nuevo marco normativo definido por la nueva Directiva de Servicios de pago (PSD2) y las aspiraciones de avance hacia el Mercado Único Digital y el Mercado Único de Pagos a nivel europeo, se están masificando soluciones de pago innovadoras impulsadas tanto por los proveedores de servicios de pago –PSP- tradicionales (entidades bancarias) como por nuevos agentes (ecosistema *fintech*, *players* digitales, etc.). Entre las novedades destacan las billeteras / wallet digitales para pago móvil HCE (Host Card Emulation- Emulación de la Tarjeta Host), en las que el medio de pago subyacente es la tarjeta; y los servicios de pago inmediato móvil de persona a persona (P2P) de cuenta

a cuenta, basados en el esquema de Transferencias Inmediatas SCT de inminente alcance pan-europeo (noviembre 2017).



3. Contextualización de los pagos en Cantabria

Para dimensionar el alcance y potencial impacto de la universalización del pago electrónico en Cantabria es importante conocer cómo paga la sociedad cántabra actualmente –*offline* y *online*–, teniendo como referencia tanto el comportamiento común en el conjunto de España como el de otras economías más avanzadas en esta materia y que presentan un mayor grado de digitalización.

3.1. Perfil de pagos. Análisis comparado

La creciente digitalización en Cantabria es una realidad en la que participan individuos, empresas e instituciones públicas, cada día más inmersos en la dimensión *online* de los diferentes ámbitos de actividad, aunque todavía queda un largo camino por recorrer.

En la dimensión digital, **el número de cántabros que ha comprado *online* creció un 32,3% entre 2011 y 2016**, según datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares del INE, aunque se sitúa por debajo del promedio en España (57,6%). Sin embargo, **el 54,9% de los internautas cántabros utilizó en 2016 la banca electrónica** (33,3% de 2011), ligeramente por encima de la media nacional (53,6%).

En la dimensión física o analógica¹, como punto de partida podemos afirmar² que al menos **uno de cada cuatro cántabros (23,6%) aún paga en efectivo todas sus compras cotidianas**, mientras que solo el 7% lo hace exclusivamente utilizando una tarjeta de pago. De hecho, el **92% declara utilizar efectivo para el pago de algunas de sus transacciones habituales**, aunque es habitual que la tarjeta supere al efectivo como medio de pago de los gastos de mayor importe.

La tarjeta también es utilizada para retirar efectivo en los cajeros automáticos (ATM), acción que realizan un 48% de los españoles al menos una vez a la semana, en un contexto de (i) intensa reducción del parque de ATM tras el proceso de reestructuración bancaria y (ii) de aumento del cobro de comisiones por retirada de efectivo, invalidando la anterior época de retiradas gratuitas.

Si vemos qué ocurre en los **países nórdicos**, observamos que **ocupan posiciones de liderazgo en intensidad de uso de tarjetas de pago**. Así, por ejemplo, el total de pagos per cápita realizados en un año con tarjeta superaba los 350 en Islandia y Noruega (2014), rondaba los 270 en Dinamarca y Suecia, mientras que el promedio europeo es de 88 pagos y tan solo de 59 para el caso de España.

Dichos datos sobre el uso de medios de pago electrónicos en comercios físicos minoristas bien podrían atribuirse a una falta de equipamiento (acceso), tanto de tarjetas (medio de pago) como de redes de adquirencia (TPV). Pero acudiendo a las fuentes oficiales³ se observa que dicha atribución no es razonable. En relación al equipamiento de particulares, a cierre de 2015 el parque de tarjetas de débito ascendía a 25 millones de plásticos (544 por cada 1.000 habitantes) mientras que el de crédito, recuperado el máximo de los años pre-crisis, registraba cerca de 45 millones (971 por cada 1.000 habitantes). En relación al número de TPV disponibles por millón de habitantes, mientras el promedio de la UE-28 era de 19.693 al cierre de 2015, en España era de 29.841, superior a los registros de Finlandia, Dinamarca y Suecia (27.985, 24.639 y 18.758 respectivamente)

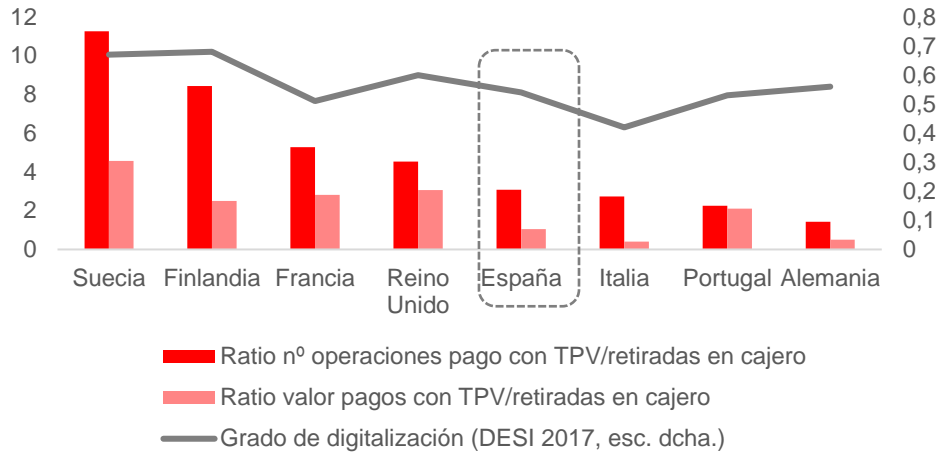
Si bien en España el valor de los pagos realizados con tarjeta en TPV consiguió superar al de las retiradas de efectivo en ATM (hace apenas un año de este hito histórico), **todavía dista significativamente de la ratio que presentan economías más digitalizadas** como Suecia, Finlandia y Reino Unido, así como de la de nuestros vecinos más próximos (Portugal y Francia). **La distancia de España se amplía si atendemos al volumen de operaciones**, salvo en el caso de Portugal: si en España el número de pagos en TPV triplica al de retiradas de efectivo en ATM, en Suecia esta diferencia fue de casi 12 veces (2015).

¹ Si bien la información pública disponible no permite, sin un estudio *ad-hoc* como el planteado en el marco de este proyecto piloto, conocer los usos minoristas de pago de la población cántabra, asumimos que se comporta como el promedio de españoles.

² Según el Informe Tecnocom sobre Tendencias en Medios de Pago 2016

³ Banco de España y Banco Central Europeo

Ratio de pagos con TPV respecto a retiradas en ATM y nivel de digitalización*



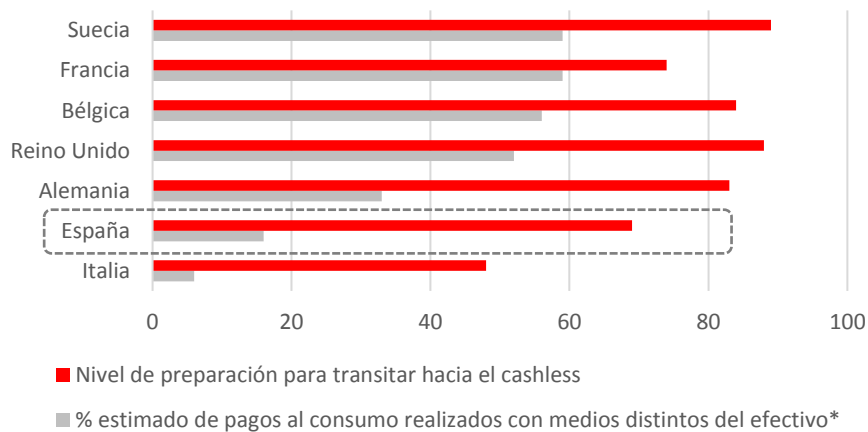
(*) Ratio correspondiente a pagos con tarjeta en punto de venta (POS) respecto a retiradas de efectivo en cajero automático, con datos de 2015. Grado de digitalización medido a través del Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI 2017) de la Comisión Europea.

Fuente: Afi, a partir de BCE y Comisión Europea.

A pesar de que no se puede establecer una correspondencia ente el grado de digitalización y el peso relativo de los pagos electrónicos, lo que sí es cierto es que aquellas **economías europeas que lideran el ranking de las más digitalizadas, también hacen mayor uso de pagos electrónicos.**

Los datos anteriores se traducen, como hiciera MasterCard Advisors en 2013, en la evidencia de que **España se encuentra aún en una fase muy incipiente** en el tránsito hacia una sociedad sin efectivo, y más motivado **por falta de uso** que por falta de acceso o equipamiento.

Avance hacia el *cashless*



(*) Estimaciones realizadas en 2013 por MasterCard Advisors

Fuente: Afi, a partir de MasterCard Advisors

3.2. Ventajas e inconvenientes del desplazamiento gradual del uso del efectivo

El impulso de la cultura de pagos digitales y la ruptura de la inercia de ciertos comportamientos de pago, no sustentados en decisiones con criterio coste-beneficio, ayudaría a mejorar el posicionamiento de Cantabria respecto a otras regiones más digitalizadas.

Para individuos y negocios minoristas que soportan un gran volumen de transacciones comerciales, la migración progresiva hacia un mayor uso de medios de pago electrónicos reportaría mayor **seguridad frente a robos y extravíos, mejores prácticas desde el punto de vista fiscal, así como una mayor facilidad de uso, agilidad operativa** (ahorro de tiempo) **y conveniencia**, como han demostrado otras experiencias de tránsito a sistemas *cashless* llevadas a cabo en otros países, sobre todo del Norte de Europa. Los individuos ahorrarían en comisiones de cajero, aunque quizás tendrían más margen de ahorro los negocios, al ser los que soportan los mayores costes derivados de la aceptación y uso de efectivo dentro de la cadena de pagos (integrada también por bancos, proveedores de infraestructura interbancaria, autoridades monetarias y empresas de custodia de efectivo)⁴. Además, en la operativa con tarjetas, las tasas medias de descuento abonadas por los comercios a las entidades adquirentes han venido reduciéndose hasta situarse, según datos del Banco de España, entre un mínimo del 0,2% y un máximo del 0,7%. Y de acuerdo con el Banco Central de Dinamarca el coste de manejar efectivo es más del doble que el de operar con tarjetas de débito⁵.

La migración hacia pagos electrónicos representa asimismo un **avance favorable en la dirección que marca el desarrollo de una sociedad digital**, en la que prolifera el uso de dispositivos móviles o *wearables* para efectuar unos pagos "menos visibles" y más cómodos (el gesto de pago pierde relevancia). Ello, en un contexto de mayor conectividad y de aprovechamiento de las mejoras e innovaciones en el ecosistema de pagos digitales.

Sin embargo, si se produce una **falta de sincronía en la migración** por parte de los distintos agentes, los negocios que tengan que pagar a sus proveedores en efectivo, podrían no contar con suficientes incentivos para el cambio a medios electrónicos en el corto plazo. Además, cuando la falta de información es considerada una de las principales trabas a la expansión de los pagos electrónicos, las **acciones de sensibilización y educación financiera para promover su uso son necesarias**. A su vez, existe una necesidad para garantizar una accesibilidad generalizada, vinculada con la completa dotación de infraestructuras y medios de pago.

Por otra parte, existe cierta preocupación por que una sociedad *cashless* pueda **amplificar la desigualdad social**, afectando a los que no pueden disponer de una cuenta bancaria y

⁴ Banco Central Europeo (2012). "The social and private costs of retail payment instruments. A European perspective". Occasional Paper Series No 137 / Sept 2012.

⁵ Danish Payments Council (2016). "Report on the Role of Cash in Society".

un medio de pago electrónico, como las tarjetas. Habría que garantizar que "nadie se quede fuera" y asegurar el acceso a cuentas de pago básicas que permitan utilizar el sistema de pagos, como establece la Directiva 2014/92/UE⁶, todavía pendiente de trasposición al ordenamiento jurídico español.

3.3. Experiencias de sociedades sin efectivo


Una sociedad sin efectivo (*cashless*) es aquella en la que los consumidores realizan la mayor parte de sus **pagos utilizando medios electrónicos**⁷. Así, sociedades como la sueca, en las que el efectivo representa apenas un 20% de los pagos cotidianos, pueden ser consideradas *cashless*. En España, dicha ratio se encuentra cercano al 80%.

La lucha contra el fraude y la economía sumergida ha sido una de las grandes banderas en defensa de este modelo de sociedad. **Minimizar el uso del efectivo es condición necesaria para un máximo aprovechamiento de las innumerables ventajas que conlleva la transformación digital y**, más importante si cabe, **para garantizar la inclusión** de toda la población en el disfrute de dichos beneficios. Gobiernos como el danés, atendiendo las demandas de los comerciantes locales, permiten reglamentariamente que los comercios puedan rechazar el pago en efectivo; Suecia, donde el 80% de los pagos minoristas se realizan de forma electrónica, ya ha puesto fecha al fin del uso del efectivo (2030).

Existen algunas **experiencias cashless puntuales** entre las que destacan el "No Cash Day" (Italia), "Cork Cashes Out" (Irlanda) y "Cashless City Bergamo" (Italia) presentadas más adelante y que hacen hincapié en la necesidad de concienciación y sensibilización a la sociedad del uso de medios de pago electrónicos. Con distintos formatos, todas ellas han conseguido visibilizar a nivel global las ciudades de acogida y, lo que es más relevante, obtener buenos resultados en términos de uso de medios de pago electrónicos y dinamización de las economías locales.

⁶ [Directiva 2014/92/UE](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de julio de 2014, sobre la comparabilidad de las comisiones conexas a las cuentas de pago, el traslado de cuentas de pago y el acceso a cuentas de pago básicas.

⁷ Rogoff, K. (2016). "The case against cash"

	Iniciativa	"No Cash Day"
	Lugar	Roma, Milán y Copenhague
	Fecha	Desde 2011, anualmente, durante un día
	Promotor	CashlessWay, asociación italiana para la cultura de pagos electrónicos

Objetivos: (i) extender la cultura del pago electrónico resaltando los aspectos negativos asociados al pago con efectivo; (ii) promover la toma de decisiones consciente en la selección del medio de pago utilizado; y (iii) poner en evidencia la utilidad de una relación más equilibrada entre el uso del efectivo y el de los pagos electrónicos.

Temáticas: cada una de las seis ediciones celebradas ha destacado una temática particular: (i) impacto medioambiental de los billetes, (ii) moneda complementaria, (iii) coste del efectivo, (iv) Bitcoin, (v) pagos electrónicos en servicios públicos, y (vi) un *Manifiesto* para el "sin efectivo".


Participantes: ciudadanos, medios de comunicación, asociaciones e instituciones. Entre los socios de la iniciativa figuran entidades públicas y privadas, financieras y no financieras, locales e internacionales*.

Experiencia planteada: no usar efectivo durante 24 horas y difusión de experiencia por distintos canales a disposición (Twitter, ideas para eventos / conferencias / *flash-mobs*, artículos o notas de prensa, etc.)

Lugar: Roma (2011, 2013, 2014 y 2015), Milán (2012) y Copenhague (2016).

Duración: 1 día

(*) Socios de ediciones pasadas: Asociación Bancaria Italiana (ABI), Banca Sella, Bassilichi, be moov, Bitcoinist.net, CartaSi, Central European Electronic Card, CFIR, Edenred, Hype, Ministerio de Desarrollo Económico (Italia), Ministerio de Desarrollo (Polonia), Ministerio de Finanzas (Polonia), movin.com, newmoney.it, payleven, Presidencia del Consejo de Ministros (Italia), Retail&Loyalty, Sisal Pay, Sodexo, Solo, Tasgroup, Telecompaper, The Paypers, y la Unión Nacional de Consumidores.

	Iniciativa	The "Cork Cashes Out" scheme
	Lugar	Cork (Irlanda)
	Fecha	Noviembre 2015 – Enero 2016
	Promotor	Cork City Centre Forum

Objetivos: (i) promover el uso de tarjetas de pago y la transición a transacciones solo electrónicas por parte de los consumidores; (ii) posicionar a Cork como 1ª ciudad irlandesa *cashless* o libre de efectivo; y (iii) diferenciar a Cork como líder tecnológico y para favorecer el turismo y la atracción de talento (sobre todo de población joven).

Temáticas: (i) destacar los beneficios de los pagos electrónicos a consumidores y negocios (seguridad, conveniencia, facilidad de uso), vinculado a la política gubernamental de promoción del comercio electrónico, de abandono del cheque y de la supresión del impuesto de timbre de tarjetas de débito.

Participantes: ciudadanos y comercios minoristas. Cork City Centre Forum es encargado de impulsar la actividad económica en el centro de la ciudad de Cork, representando a comerciantes minoristas, Ayuntamiento, Policía (Gardaí) y organizaciones empresariales relevantes como la Cámara de Cork. La iniciativa cuenta con el apoyo de la *Banking & Payments Federation Ireland* (BPFi) y entidades asociadas.


Cómo: fomento del uso de los pagos electrónicos en lugar del efectivo en los comercios participantes. Adhesión voluntaria para consumidores y comercios minoristas. Incentivos a consumidores (concurso en el que optan a distintos premios).

Lugar: ciudad de Cork (120.000 habitantes)

Duración: 3 meses

Resultados destacados: mayor uso de pagos con tarjeta que en el promedio nacional (un 2% superior); crecimiento interanual de número de transacciones con tarjeta (17%, 2 puntos porcentuales por encima del conjunto nacional; crecimiento en términos de valor).

Reconocimiento internacional: premio en los [Contactless and Mobile Awards 2016](#) (categoría "Contactless and Mobile City Initiative")

	Iniciativa	"Cashless City Bergamo 2015"
	Lugar	Bergamo (Italia)
	Fecha	Mayo 2015 – Junio 2016
	Promotor	CartaSi SpA, Comune di Bergamo

Objetivos: (i) crear el hábito de pago electrónico; (ii) difundir el conocimiento de los sistemas de pago electrónicos y sus ventajas comparativas respecto al uso del efectivo y; (iii) escalar el proyecto a otras geografías. Alineación con las necesidades de impulso económico y del sector comercial de la ciudad y busca mejorar el posicionamiento de Italia entre las economías europeas con mayor uso de pagos electrónicos. Eslogan: "Senza contanti Bergamo è avanti" (sin efectivo Bérghamo va por delante).

Enfoque: sensibilizar y aumentar la difusión entre los ciudadanos de los pagos electrónicos, no solo para reducir los costes de manejo del efectivo, sino también para impulsar la transparencia, la cultura de pagos seguros y trazables, y reducir el fraude. Muestra del compromiso de los bancos y las autoridades hacia un sistema económico más efectivo.

Participantes: ciudadanos, comerciantes e instituciones promotoras. Iniciativa promovida por CartaSi SpA, en colaboración con la ciudad de Bérghamo (*Comune di Bergamo*), con el apoyo de la industria de medios de pago (Mastercard, Visa, Bancomat, Banco Popolare y UBI Banca).

Cómo: realizar pagos electrónicos. Se ofrecen premios a los consumidores y a los comercios a través de un "juego" interactivo (concurso) mediante una app para *smartphone*. Además de premios individuales existen otros colectivos, como el establecimiento de un quiosco virtual interactivo para permitir a los residentes el acceso remoto a los servicios de la oficina de registro local.

Lugar: ciudad de Bérghamo

Duración: mayo – diciembre 2015, ampliada por los resultados positivos, hasta junio de 2016

Resultados destacados: crecimiento de uso de pagos electrónicos (10% a los seis meses) muy superior al de otras ciudades italianas de tamaño similar (ej: Vicenza, 1%). Consecución de los objetivos mensuales preestablecidos. Visibilidad de la apertura de Bergamo a las nuevas tecnologías y la introducción de fórmulas innovadoras en la mentalidad de los gestores públicos.

Reconocimiento: iniciativa finalista del premio "Agenda Digitale 2015", del Observatorio Agenda Digital de la Universidad Politécnica de Milán, en la categoría de "Agenda digital para el gobierno local".

Nota: para la selección de Bérghamo se ha tenido en cuenta su tamaño, desarrollo económico y preparación de infraestructuras de pagos.

4. Reto: experiencia piloto de pagos digitales en Cantabria

La oportunidad identificada en las anteriores secciones anima la puesta en marcha de una experiencia piloto en Cantabria que contribuya a la sensibilización sobre el uso de medios de pago electrónicos, y a visibilizar a Cantabria como una de las regiones que apuestan por una economía más digital y competitiva, velando por el bienestar social y la cohesión territorial.

4.1. Motivación

La condición de **transversalidad** y poder de involucración al conjunto de la población cántabra – y también de los que visitan la región-, el ser una **iniciativa pionera** en España, su alineamiento con los **objetivos de desarrollo regional** e integración en la Sociedad de la Información, en la que ganen peso las nuevas tecnologías digitales y que responda a las **tendencias internacionales** para garantizar su competitividad global, son algunas de las razones que motivarían la puesta en marcha efectiva de una experiencia de promoción de los pagos digitales en Cantabria.

Se trata además de una iniciativa para cuya implementación se aboga por la puesta en común y la colaboración de todos, pudiendo contribuir a sentar unas bases sólidas para la **adaptación al cambio de paradigma** que está promoviendo la digitalización. Una adaptación que también tiene una derivada de responsabilidad social, al facilitar herramientas de **empoderamiento a los ciudadanos** para la toma de decisiones relativas a una práctica tan cotidiana como son los pagos y la gestión de las finanzas personales. En este sentido, promover el uso y extender la cultura de pagos electrónicos, y poder **romper con la inercia de hábitos de pago en efectivo**, representaría un avance cualitativo importante en la senda de modernización socioeconómica perseguida por Cantabria.

Además de poder activarse como palanca de sensibilización y empoderamiento de los agentes locales, esta iniciativa de pagos digitales, realizada a pequeña escala, busca poder **generar conocimiento sobre el comportamiento y las prioridades de los agentes involucrados en la cadena de pagos** que ayuden a identificar y superar las barreras existentes al uso universal de medios de pago electrónicos. Con este aprendizaje se busca además **generar un efecto emulación** en otras partes del territorio. El testimonio de esta experiencia, cuyos principales resultados sería objeto de análisis académico y correspondiente difusión, tendrá así una proyección e impacto más amplios que los referidos a la circunscripción geográfica en la que se implemente el proyecto piloto.

Por otra parte, en el corto plazo, como demuestra la evidencia empírica de experiencias similares en otros territorios, la iniciativa cuenta con un potencial intrínseco favorable en términos de **dinamización de la actividad económica**.

4.2. Participantes

La puesta en marcha de este proyecto piloto conlleva la participación activa de **ciudadanos, establecimientos comerciales y otros** (hostelería y otros servicios minoristas), **así como autoridades y asociaciones locales, y el Gobierno de Cantabria**. Los dos primeros son usuarios directos de los medios de pago electrónicos, en su interacción en el marco de las transacciones comerciales cotidianas (cobros y pagos), mientras que el Gobierno regional y las autoridades locales actuarían como promotores de la iniciativa, movilizándolo para ello espacios públicos e instrumentos para impulsar la participación ciudadana. Por su parte, la colaboración de entidades financieras resulta clave por el papel que desempeñan como proveedores de infraestructuras de pago y medios de pago electrónicos/digitales.

Será además clave contar con el apoyo de **medios de comunicación, asociaciones de consumidores y de comerciantes, la Universidad de Cantabria y otras entidades locales**, para la adecuada difusión de la iniciativa y la consecución de los objetivos de sensibilización, visibilidad y aprendizaje perseguidos.

De cara a animar y viabilizar la participación de todos los ciudadanos independientemente de su grado de digitalización y conocimiento de los medios de pago electrónicos, se realizarán distintas acciones de formación, sensibilización y comunicación adecuadas a los distintos perfiles de colectivos.

4.3. Cobertura geográfica

El proyecto piloto se realizará en un único municipio de Cantabria, con la finalidad de realizar un adecuado seguimiento y movilización de recursos.

La **selección del municipio cántabro** objeto de implementación del proyecto piloto se hará atendiendo a distintos **criterios**:

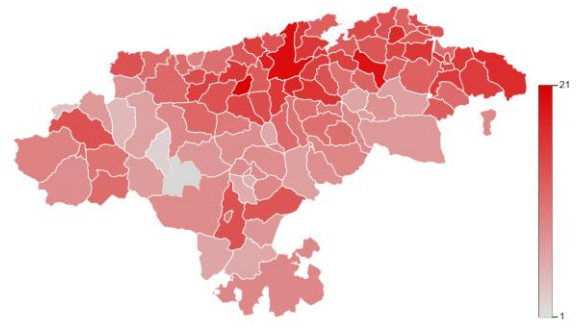
- Tamaño poblacional: entre 5.000 y 25.000 habitantes (se incluyen municipios semiurbanos y pequeños núcleos urbanos)
- Estructura demográfica en el colectivo de menores de 16 años y de mayores de 65 tengan una representación modesta
- Presencia de comercios minoristas, establecimientos de hostelería y de turismo (establecimientos de turismo rural y turismo activo)
- Existencia de oficinas bancarias (elemento de soporte)
- Diversificación sectorial (origen de las rentas)
- Existencia de asociación de comerciantes activa.

Perfil demográfico

Nivel de envejecimiento de la población*



Nivel de juventud de la población**

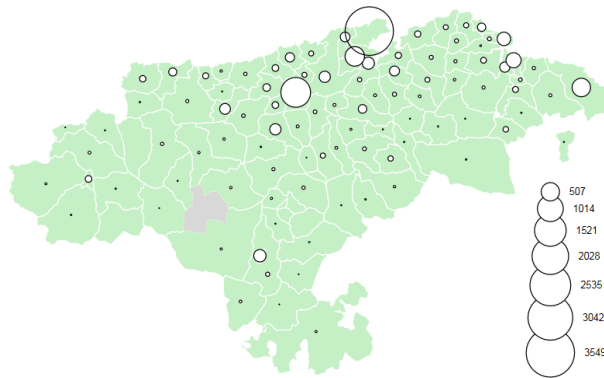


(*) % de población mayor de 65 años. (**) % de población menor de 15 años. Datos de 2016

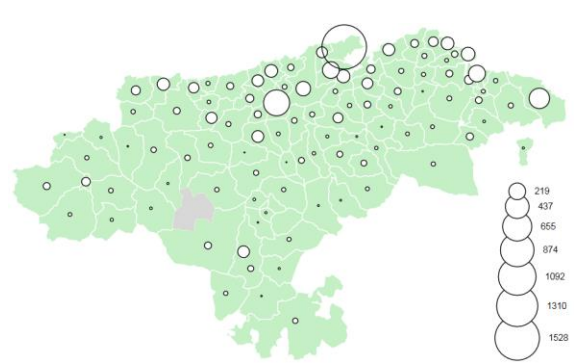
Fuente: Icafe

Establecimientos comerciales

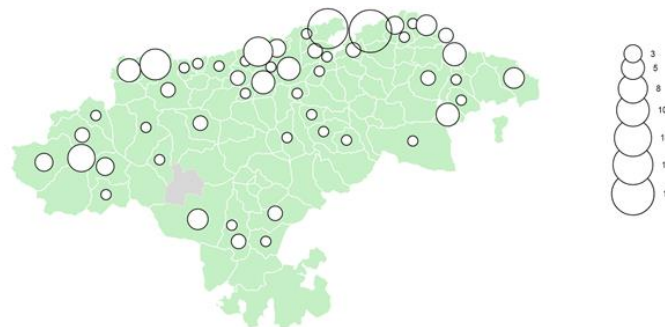
Densidad de comercios (retail)*



Densidad de establecim. de hostelería**



Establecimientos de turismo rural y turismo activo***



(*) Número de establecimientos de comercio minorista por cada cien habitantes. (**) Número de establecimientos de hostelería (servicios de alojamiento y de comidas y bebidas) por cada cien habitantes. Datos de 2014

(***) Datos de 2013

Fuente: Icafe

A los indicadores señalados es preciso añadir otros dos cuya medición se realizará en la fase de "diseño del piloto" con arranque previsto para mayo de 2017:

- Voluntad o interés en albergar la iniciativa (predisposición de las autoridades locales a llevar a cabo una iniciativa de estas características en su demarcación)
- Existencia de experiencias previas de participación ciudadana activa, de tal forma que ya cuente con los mecanismos de convocatoria deseables para facilitar la organización del proyecto piloto

Entre los municipios elegibles que manifiesten interés en protagonizar el piloto *cashless*, se seleccionará aquel que reúna mejores condiciones de acuerdo con el resto de criterios antes mencionados. Esta evaluación de municipios candidatos será realizada de forma conjunta por representantes del Gobierno de Cantabria, del coordinador técnico (Afi) y de los sponsors de la iniciativa.

4.4. Hoja de ruta

La puesta en marcha del proyecto piloto "Cantabria *digital payments*" se realizaría en tres fases secuenciales:

Fase I	Diseño del proyecto piloto
Fase II	Desarrollo del proyecto piloto
Fase III	Evaluación del proyecto piloto

Fase I - Diseño

La finalidad de esta fase inicial es múltiple:

1. Seleccionar el municipio que acogerá el piloto de acuerdo con los criterios antes mencionados
2. Conocer sus condiciones de partida relativas a las prácticas de pago minorista (diagnóstico sobre equipamiento, acceso y uso de pagos electrónicos/digitales) entre particulares, comercios y administraciones públicas locales, para diseñar los elementos detallados del piloto en función de:
 - Necesidades de equipamiento
 - Brechas de uso
 - Incentivos inteligentes
3. Construir la línea de base para la posterior evaluación

El equipo coordinador de la iniciativa (Afi) mantendrá entrevistas con los distintos grupos de interés y **recabará información preliminar** sobre el comportamiento de los pagos en el municipio seleccionado. Asimismo, **diseñará un sistema de recogida de información y**

seguimiento de resultados, formará al equipo desplegado en el terreno y propondrá un **plan de comunicación** (incluyendo acciones de sensibilización y difusión).

Se creará un **Comité organizador**, en el que estén representados los promotores y principales grupos de interés, de cara a facilitar el desarrollo del proyecto.

Fase II - Desarrollo

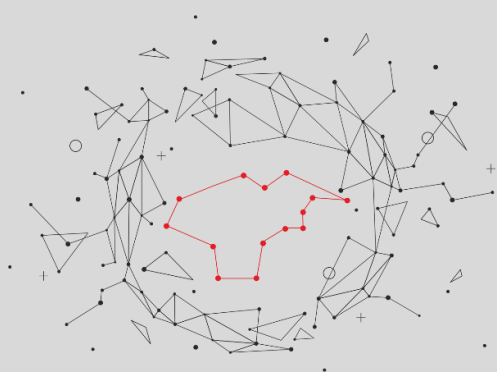
Esta fase contempla la **implementación efectiva** de la experiencia de pagos digitales, facilitando e incentivando su uso en el municipio que acoge la iniciativa. Para ello la entidad financiera socia del piloto **dotará de los medios físicos** oportunos a ciudadanos y negocios para que puedan realizar los pagos electrónicos, así como también se les **suministrará información y apoyo técnico**, con el apoyo de un equipo desplegado en el terreno.

Durante la ejecución de esta fase se llevarán a cabo una serie de **actividades complementarias**, como conferencias, exposiciones, ciclos de cine y otras, relacionadas con los medios de pago electrónicos y la transformación digital. Asimismo, se realizará la recogida de información correspondiente.

El acto de inauguración del periodo de promoción de los pagos digitales – periodo que durará un mes - tendrá lugar transcurridas cuatro semanas desde el inicio de esta fase de desarrollo, en las que se fortalecerá el equipamiento, la formación y la participación de los agentes involucrados.

Fase III – Evaluación de resultados

Tras el desarrollo del piloto y la correspondiente recogida de información, se analizarán los resultados, fruto de la medición de los indicadores definidos en la fase I. Los **principales hallazgos serán recogidos en una monografía sobre los resultados de este proyecto piloto**, que se presentará en el Foro por la Modernización de Cantabria y a la que se prevé dar máxima difusión.



Foro por la
modernización
de **Cantabria**