



JOSÉ MANUEL NAVARRO
Experto en marketing

X in

Su larga vida profesional la ha dedicado principalmente al sector financiero, donde ha desempeñado funciones como técnico de organización de procesos y como directivo de marketing. Y, basándose en su formación en biología, ha profundizado en las neurociencias aplicadas a la empresa, lo que le ha permitido dirigir, coordinar e impartir formación en diferentes masters de neuromarketing en escuelas privadas y en universidades públicas. Ha sido socio fundador de diversas empresas y de la entidad de dinero electrónico con licencia bancaria otorgada por el Banco de España [SEFIDE EDE](#), de la que en la actualidad es director de Marketing y Organización. Es autor de “El Principito y la Gestión Empresarial” y “The Marketing, stupid”, además de colaborador habitual del diario Ideal (Grupo Vocento).



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

LA INNOVACIÓN DEL DINERO EN EFECTIVO

En la última década, hemos sido testigos de la rápida transformación de los sistemas de pago a nivel global. Las transacciones digitales han ganado una popularidad significativa, impulsadas por la expansión del comercio electrónico, el desarrollo de aplicaciones móviles de pago integradas (Embedded Finance), la consolidación de las opciones de pago inmediato (A2A) y aplazado (BNPL), la integración de tecnologías como la inteligencia artificial y la tokenización de las transacciones. Sin embargo, a pesar de esta tendencia, una parte considerable de la población continúa prefiriendo el uso del dinero en efectivo, sobre todo para determinadas compras y zonas geográficas. Este fenómeno plantea una serie de preguntas sobre las razones que subyacen en la resistencia de los ciudadanos a abandonar por completo los pagos en efectivo. Veamos las más significativas.

PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD

Uno de los factores clave que justifica la persistente preferencia por



el efectivo es la percepción de seguridad que ofrece. A pesar de los avances en la seguridad digital, como la autenticación de dos factores y el cifrado de extremo a extremo, muchos usuarios siguen viendo el dinero en efectivo como una opción más segura y tangible. Es cuestión de confianza: según un estudio publicado por [Ditrendia](#), el 17% de los europeos seguirán usando el efectivo en 2025 sobre todo para transacciones

pequeñas, debido a la preocupación por el fraude y el robo de identidad en las plataformas digitales.

La confianza en este medio de pago también está motivada por la privacidad; en un mundo donde las transacciones digitales pueden ser rastreadas y analizadas, el efectivo ofrece un nivel de anonimato que no puede ser igualado por ninguna de las actuales soluciones de pago electrónico. De acuerdo con el infor-

me [The Global Payments Report](#), los pagos en efectivo han liderado las transacciones en el punto de venta en 12 de los 40 mercados analizados, y se prevé que siga siéndolo en cinco mercados en 2027 (España entre ellos). En general, los consumidores europeos consideran que el uso de efectivo es esencial para mantener su privacidad financiera. Este sentimiento es especialmente fuerte en países como Alemania y Austria, donde las tradiciones de protección de datos son robustas y la población es más cautelosa respecto a la vigilancia digital.

A pesar del crecimiento de las plataformas de pago digital, una parte significativa de la población mundial sigue sin tener acceso a servicios bancarios formales. Según datos del Banco Mundial actualizados en 2024, aproximadamente 1.400 millones de personas en todo el mundo permanecen no bancarizadas. Para

este colectivo de excluidos financieros, el efectivo sigue siendo la única opción viable para realizar transacciones, sobre todo en áreas rurales o menos desarrolladas donde la infraestructura de comunicaciones para pagos digitales puede ser deficiente, lo que refuerza la dependencia del efectivo.

MÁS SOSTENIBLES, PERO...

La alternativa de los pagos digitales, promovidos como más sostenibles y convenientes, a menudo implica costes adicionales para los usuarios, como comisiones por transacciones, tarifas de servicio, o la necesidad de un dispositivo inteligente con acceso a internet. En contraste, el uso de efectivo es gratuito y no requiere infraestructura tecnológica. Un estudio de McKinsey & Company en 2024 destacó que, en mercados emergentes, el costo de realizar transacciones digitales puede ser prohibitivo

EL PANORAMA DE LOS PAGOS DIGITALES SE ENCUENTRA EN UNA FASE DE TRANSFORMACIÓN CONTINUA Y, A PESAR DE SU CRECIMIENTO EXPONENCIAL, EL EFECTIVO SIGUE SIENDO UN COMPONENTE CRUCIAL EN LA ECONOMÍA



para las personas de bajos ingresos, lo que explica la reticencia a abandonar el efectivo, aunque en sectores más jóvenes haya una creciente demanda de medios digitales que, inicialmente, son requeridos para acceder al mundo exterior y mantenerse conectados e intensificar sus relaciones personales.

Por otro lado, la crisis financiera de finales de la primera década del siglo XXI y el colapso de varios bancos importantes desde entonces, ha erosionado la confianza pública en los sistemas bancarios. Eventos recientes, como la quiebra del Silicon Valley Bank en 2023 y la posterior inestabilidad financiera, han llevado a una mayor desconfianza en las plataformas de pago digitales que dependen de las instituciones financieras. Esta pérdida de confianza ha podido ayudar a que, como señalan las últimas encuestas realizadas por la plataforma [Denaria](#), el 67,3% de los encuestados considere importante el efectivo en su día a día; siendo la opción de pago más importante para la población residente en municipios pequeños (72%) y también en los grandes (64%). Esto hace que la percepción del dinero en efectivo es cada vez más positiva, considerán-

dose como un bien público para el 85,1% de la población.

En esta situación influye igualmente que el efectivo no solo es una herramienta financiera, sino también un elemento profundamente arraigado en la cultura y la psicología de las personas. En muchas sociedades, el uso de efectivo está vinculado a tradiciones, costumbres y prácticas cotidianas que son difíciles de cambiar como confirma la economía del comportamiento, disciplina que ofrece una perspectiva adicional que ayuda a explicar la resistencia al abandono del efectivo. Diversos estudios han demostrado que las personas tienden a percibir el gasto en efectivo como más “doloroso” que el gasto digital (“pain of paying”). Este fenómeno se refiere a la sensación tangible de pérdida al entregar billetes físicos, lo que puede llevar a un mayor autocontrol y a evitar gastos impulsivos. Este sesgo cognitivo es conocido como aversión a la pérdida; pero también hay que tener en cuenta el “efecto dotación” o de propiedad, que sugiere que la conexión emocional y psicológica que las personas tienen con el efectivo las motiva a seguir utilizándolo, ya

que les permite sentir un mayor control sobre sus finanzas.

Aun así, el mundo se está moviendo rápidamente hacia una era de pagos digitales. Según estimaciones de [PwC](#), para 2030 se espera que las transacciones digitales se tripliquen, alcanzando los tres billones de operaciones a nivel global. Este crecimiento está

impulsado principalmente por la comodidad, la inmediatez y la seguridad que ofrecen los métodos digitales, lo que los convierte en una opción preferida especialmente entre las generaciones más jóvenes (ver estudio de [PYMNTS Aprovechando el futuro de los pagos](#)), entre quienes se ha popularizado el uso de carteras digitales (Apple Pay,



Google Pay) y aplicaciones como Bizum (85% de la generación Z y 82% de los millennials), sin perder de vista las tarjetas de crédito y débito virtuales.

Como vemos, el crecimiento del comercio electrónico, la demanda de transacciones más rápidas y seguras y las soluciones como las carteras digitales, han sido los motores clave del auge de los pagos digitales, promoviéndose la agilización de la administración de identidades y la gestión de las finanzas personales. A su vez, los avances en tecnologías como la inteligencia artificial, la integración de plataformas financieras y no financieras, la mejora de los sistemas de prevención del fraude y protección de la seguridad de las transacciones electrónicas, están redefiniendo la industria de pagos.

BARRERAS A SUPERAR

No obstante, y a pesar de sus evidentes beneficios, los pagos digitales han de afrontar barreras significativas como son el coste de las transacciones y las preocupaciones por la ciberseguridad, la privacidad y el fraude, que siguen siendo obstáculos tanto para consumidores

como para empresas. Según el Informe [Global de Pagos de Xero](#), solo el 68% de las pequeñas empresas ofrecen opciones de pago digital, lo que genera una desconexión con las preferencias de los consumidores, ya que el 86% de ellos prefiere las tarjetas de crédito y débito; datos que están sometidos a significativas variaciones tanto regionales como por sectores de población.

A estas barreras, sin perder de vista el cuidadoso equilibrio que las tecnologías digitales han de tener entre la innovación y la gestión de riesgos, se suma el creciente y severo marco regulatorio local y europeo. Como apunta el [informe de PYMNTS, Beyond the Horizon: How to Identify Unexpected Threats That Could Impact Your Business](#), a la preocupación por el incremento del fraude y la morosidad (y sus consecuencias en la desaparición de startups y fintechs), se suma la intensa producción regulatoria a la que el sector financiero se ha de adaptar con rapidez y eficiencia para poder escalar su crecimiento sin quedarse atrapadas por la complejidad normativa.

El panorama de los pagos se encuentra en una fase de transforma-

LA TENDENCIA GLOBAL SUGIERE QUE LA DIGITALIZACIÓN CONTINUARÁ ACELERÁNDOSE, PERO NO NECESARIAMENTE A EXPENSAS DEL EFECTIVO, QUE SEGUIRÁ TENIENDO UN ROL RELEVANTE EN LA ECO-NOMÍA DOMÉSTICA FUTURA

ción continua y, a pesar de su crecimiento exponencial, como hemos comentado más arriba, el efectivo sigue siendo un componente crucial en la economía, especialmente en contextos y segmentos de población donde la tecnología aún no ha penetrado por completo. Para muchas personas y empresas, la clave está en la coexistencia de ambos métodos, adaptándose a las necesidades y preferencias de cada consumidor y de cada situación.

La tendencia global sugiere que la digitalización continuará acelerándose, pero no necesariamente a expensas del efectivo, que seguirá teniendo un rol relevante en la economía doméstica futura. El uso mayoritario de uno de los dos medios no implica necesariamente la renuncia al otro, de manera que la decisión de cuál utilizar en cada momento es una cuestión más de contexto y conveniencia que de

tendencias o de exigencias regulatorias. Quizá debamos reflexionar en el desequilibrio existente entre las motivaciones de innovación permanente en las soluciones de pago digitales (sean intermediadas por actores financieros o mediante métodos desintermediados) y la nula atención a la necesidad de innovación en los procesos de pago en efectivo. ■

MÁS INFO +

- » [The Global Payments Report](#)
- » [Aprovechando el futuro de los pagos](#)
- » [Informe Global de Pagos de Xero](#)
- » [Beyond the Horizon: How to Identify Unexpected Threats That Could Impact Your Business](#)