

Los efectos del esquema Buy Now Pay Later en la salud financiera de los consumidores de bajos ingresos

Margarita Ojeda Hernández

Resumen

En este ensayo se revisan los efectos del esquema Buy Now Pay Later (BNPL) en la salud financiera de los consumidores, principalmente en aquellos de menores ingresos. Para ello, se analizan los patrones de consumo y de pago de los usuarios de este producto, reportados por organismos como la Oficina de Protección Financiera del Consumidor (CFPB), así como por otras instituciones de Estados Unidos, Australia y Singapur, donde la implementación del BNPL está más adelantada. La literatura reporta que el uso de este medio de pago es más frecuente entre consumidores con ingresos superiores a los 20,000 dólares anuales pero menores a 50,000 dólares anuales. También indica que su uso es mayor entre los Millenials y la Generación Z, siendo éstos los consumidores más vulnerables, dado que son los grupos más jóvenes y de menores ingresos. Por lo que, es más probable que este grupo de consumidores no pueda cumplir con los términos del financiamiento, cayendo en sobreendeudamiento, generando estrés y preocupación financiera, y, por lo tanto, mala salud financiera.

Palabras clave: Buy Now Pay Later, sobreendeudamiento, salud financiera, acceso al financiamiento, método de pago, crédito.

Clasificación JEL (Journal of Economical Literature): G21, G23, G40, G51.

Abstract

This work reviews the effects of the Buy Now Pay Later (BNPL) scheme on the financial health of consumers, mainly those with lower incomes. For that purpose, consumption and payment patterns of the users of this product are analyzed, which are reported by organizations such as the Consumer Financial Protection Bureau (CFPB), as well as by other institutions in the United States, Australia and Singapore, where the implementation of BNPL is more advanced. The literature reports that the use of this product is more frequent among consumers with incomes above 20,000 USD dollars per year but less than 50,000 USD dollars per year. It also indicates that its use is higher among Millennials and Generation Z, who are the most vulnerable consumers, given that they are the youngest and lowest income groups. As a result, it is more likely that this group of consumers will not be able to meet the terms of the financing, falling into over-indebtedness, generating stress and financial worry, and, therefore, poor financial health.

Keywords: Buy Now Pay Later, over-indebtedness, financial health, access to finance, payment method, credit.

JEL classification: G21, G23, G40, G51.

Introducción

La revolución tecnológica y auge del e-commerce o comercio electrónico, exponenciado por la pandemia del Covid-19, está transformando el acceso al financiamiento, propiciando la generación de nuevas empresas y modelos de negocio que buscan captar a diferentes perfiles de consumidores, con necesidades diversas. Una de las modalidades con mayor presencia en las compras en línea es lo que en países anglosajones se conoce como Buy Now Pay Later (BNPL, por sus siglas en inglés), o en español, Compra Ahora, Paga Después.

Buy Now Pay Later ha crecido en popularidad en los últimos años, ya que, como su nombre lo indica es una solución financiera que permite a los consumidores realizar compras y diferir el pago a lo largo del tiempo. Los usuarios del BNPL lo utilizan para financiar desde muebles para el hogar, electrónica y ropa hasta artículos de viaje, conciertos y vuelos (Credit Karma, 2021). Como resultado, miles de personas anteriormente excluidas y desatendidas por la banca tradicional están dejando de realizar transacciones en efectivo y han empezado a acceder a servicios financieros formales a través de un teléfono móvil u otras tecnologías digitales.

Este rápido crecimiento ha comenzado a tener un impacto en los métodos de pago tradicionales que lentamente han comenzado a ser reemplazados por este nuevo sistema de pagos electrónicos. Sin embargo, la velocidad con la que el BNPL y otras soluciones de financiamiento entran al mercado, pueden crear desafíos para los reguladores encargados de garantizar un sistema financiero estable, seguro y equitativo, así como para los consumidores a quienes atraen estos nuevos productos y servicios.

Si bien las Fintech han popularizado este tipo de financiamiento, los bancos también han ido adaptando sus procesos de pago para ofrecer opciones similares (BBVA, 2022), por lo que, cada vez más consumidores financian sus compras en línea con este tipo de pagos. Gracias a ello, el modelo BNPL ha crecido rápidamente a nivel mundial, operando actualmente en Estados Unidos, Inglaterra, Australia, Sudáfrica, Singapur, entre otros, y, recientemente en México (AMVO, 2022).

Sin embargo, a pesar de su rápido crecimiento, aún existe poca información sobre las tendencias y uso del Buy Now Pay Later, así como de las características y patrones de consumo y de pago de los usuarios de este producto, sobre todo en México. Por lo que, en este trabajo se utilizan datos y estadísticas de organismos como el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas a través del Grupo de Trabajo de Salud Financiera del programa United Nations Secretary General's Special Advocate for Inclusive Finance for Development (UNSGSA), la Oficina de Protección Financiera del Consumidor de los

Estados Unidos (CFPB), así como de otras instituciones de Australia, Estados Unidos y Singapur, donde la implementación del BNPL está más adelantada.

De esta forma se pretende explorar los efectos del esquema Buy Now Pay Later en la salud financiera de los consumidores, sobre todo en aquellos que pertenecen a la base de la pirámide, puesto que como se abordará más adelante, son los más propensos a usar este medio de pago. Para ello, el trabajo se divide en 3 capítulos: en el Capítulo 1 se aborda el tema de la inclusión financiera en México, así como la relación que guarda con la salud financiera; posteriormente, en el Capítulo 2 se describen las características y beneficios del esquema BNPL; y finalmente, en el Capítulo 3, se abordan las principales características de los consumidores que adoptan el BNPL como medio de pago, así como los riesgos potenciales asociados a este producto financiero.

1. Inclusión y salud financiera en México

1.1 ¿Qué es la inclusión financiera?

De acuerdo con la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF, 2020)¹, así como con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV, 2020), en México, la inclusión financiera se define como el acceso y uso de servicios financieros formales (cuentas de ahorro, créditos, seguros y afores) bajo una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al

¹ En México las líneas de acción para impulsar la inclusión y las competencias económico-financieras, así como la protección al usuario de productos y servicios financieros, se encuentran descritas dentro de la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF). Esta política se sustenta en los artículos 25 y 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los cuales establecen que el Estado velará por la estabilidad del sistema financiero para coadyuvar a generar condiciones favorables para el crecimiento económico y el empleo. Asimismo, indican que le corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional, garantizando que éste sea integral y sustentable y que a través del fomento del crecimiento económico y una distribución equitativa del ingreso y la riqueza se llegue al pleno ejercicio de la libertad y al respeto de las garantías consagradas en la misma. Aunado a ello, la PNIF también se sustenta en los artículos 9 y 16 de la Ley de Planeación; 9 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 183, 184, 188 y 189, de la Ley para Regular las Agrupaciones Financieras (LRAF) y 30 de la Ley General de Educación. Además, guarda congruencia con el Plan Nacional de Desarrollo (PND) y el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (PRONAFIDE).

consumidor y promueva las competencias económico-financieras para mejorar la educación financiera de todos los segmentos de la población.

En correspondencia con esta definición, y de acuerdo con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2020), así como con el Panorama Anual de Inclusión Financiera (2023), se puede observar que los principales componentes de la inclusión financiera son:

- i. Acceso. Es la penetración del sistema financiero respecto a la infraestructura que se tiene disponible para ofrecer servicios y productos financieros, desde una perspectiva de la oferta. Es decir, los puntos de contacto entre las instituciones financieras (sucursales, corresponsales, cajeros automáticos, terminales punto de venta, etcétera) y la población.
- ii. Uso. Se trata de la adquisición o contratación por parte de la población, de uno o más productos o servicios financieros, así como de la frecuencia con que son utilizados. Esto se refiere a la demanda de servicios financieros, la cual a su vez refleja el comportamiento y las necesidades de la población.
- iii. Protección de los usuarios. Se refiere a que los productos y servicios financieros, nuevos o ya existentes, se encuentren bajo un marco regulatorio que garantice la transparencia de información, el trato justo y mecanismos efectivos para la atención de quejas y asesoría de los clientes contra prácticas desleales y abusivas, así como la efectividad de la regulación para favorecer la inclusión de la población objetivo y el resguardo de los datos personales de los usuarios.
- iv. Educación financiera. Se refiere a las aptitudes, habilidades y conocimientos que la población debe adquirir para estar en posibilidad de efectuar un correcto manejo y planeación de sus finanzas personales. Así como para evaluar la oferta de productos y servicios financieros; tomar decisiones informadas y acorde a sus intereses; elegir productos que se ajusten a sus necesidades, y comprender los derechos y obligaciones asociados a la contratación de estos servicios.

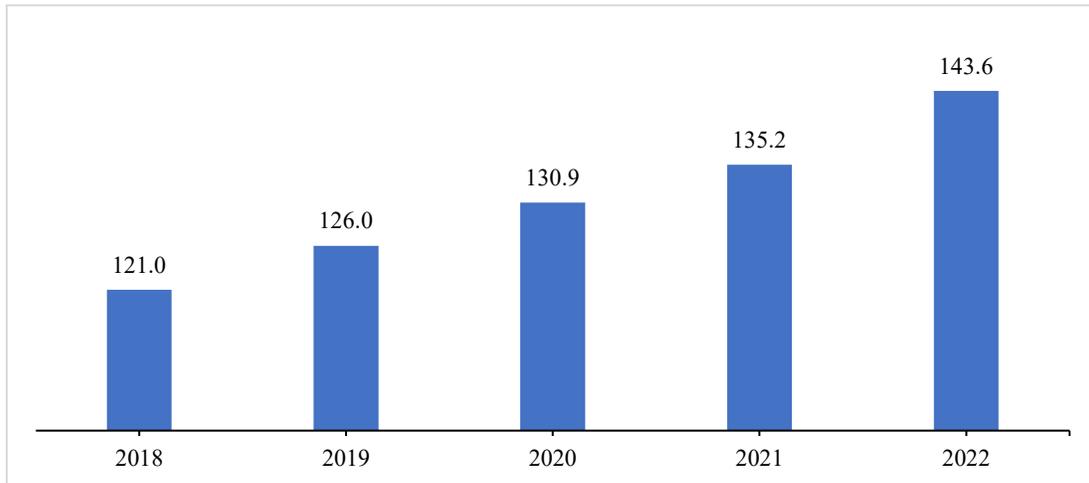
Bajo esta línea, y de acuerdo con datos del Banco Mundial recopilados en el estudio realizado por Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer y Ansar (2021), los hogares y negocios que tienen acceso a productos financieros son capaces de resistir mejor las crisis financieras que aquellos que no lo tienen. De esta forma, la inclusión financiera contribuye al crecimiento económico y al bienestar de la población², ya que dota a las personas y empresas de herramientas útiles para mejorar su liquidez, les brinda la capacidad de prepararse a fin de superar alguna emergencia económica, les permite alcanzar metas financieras, así como aprovechar oportunidades de crecimiento económico y tener mayor control sobre sus finanzas. Para ello, es importante que la prestación de productos financieros sea asequible y se realice de manera responsable y sostenible (López, 2021).

Esta evidencia sobre los beneficios de la inclusión financiera ha estimulado los esfuerzos a nivel mundial por expandir el número de cuentas y su uso. Tener acceso a una cuenta de ahorro es el primer paso hacia una mayor inclusión financiera (Banco Mundial, 2022), dado que, permite a los propietarios de las cuentas guardar, enviar y recibir dinero de forma segura y asequible, ya sea que estas cuentas se aperturen en bancos, o con alguna institución regulada, tales como sociedades financieras populares, instituciones microfinancieras o con alguna Fintech³. Asimismo, una cuenta de captación también sirve como vía de acceso a otros servicios financieros. En contraste, las personas sin una cuenta deben manejar su dinero usando mecanismos informales, incluido el efectivo, que puede ser menos seguro, menos confiable y más caro que los métodos formales (Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer y Ansar, 2021).

² El Banco Mundial (2022) considera que la inclusión financiera es un elemento que facilita la consecución de siete de los 17 *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, al ser un elemento facilitador clave para reducir la pobreza extrema y promover la prosperidad compartida.

³ La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2017) señala que el término “Fintech” deriva de las palabras *financiamiento* y *tecnología* y se utiliza para denominar a las empresas que ofrecen productos y servicios financieros, haciendo uso de tecnologías de la información y comunicación, como páginas de internet, redes sociales y aplicaciones para celulares, resultando en servicios menos costosos y más eficientes que los que ofrece la banca tradicional. Bajo esta línea, la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera (2024) define como Fintech a las instituciones de tecnología financiera que prestan servicios financieros, a través de nuevos modelos de negocio disruptivos con canales de acceso novedosos, modelos escalables y menores costos de transacción.

Gráfica 1. Evolución del número de cuentas de captación en México (millones de cuentas)



Fuente: Elaboración propia con datos del PAIF (2023).

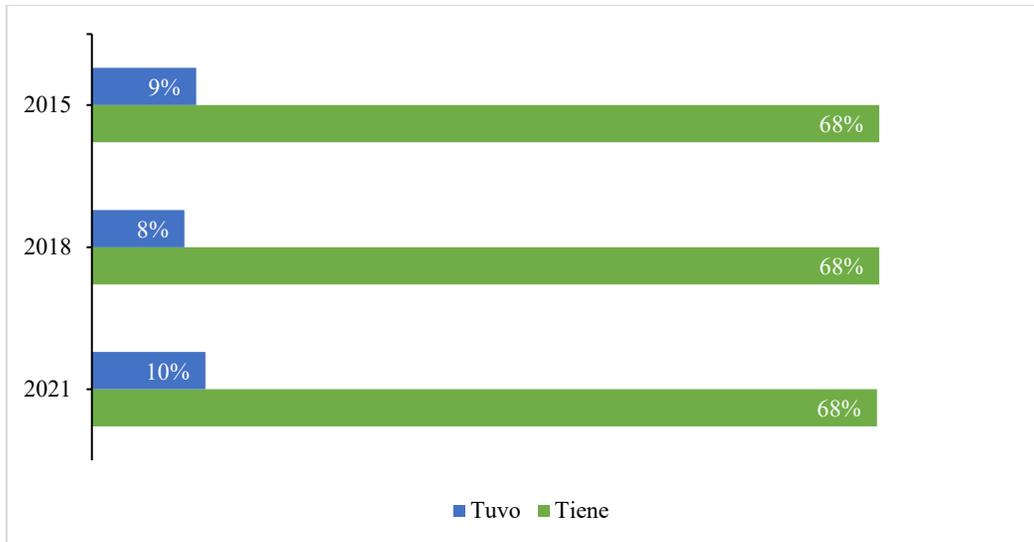
En México, de acuerdo con datos del Panorama Anual de Inclusión Financiera (PAIF, 2023), el número de cuentas de captación, al cierre de 2022, se ubicó cercano a los 143.582 millones de contratos, lo que representó un crecimiento del 6 por ciento respecto a 2021 (véase gráfica 1). Siendo la Banca Múltiple el sector que concentró el mayor número de cuentas de captación, así como de contratos de tarjetas de débito, seguido por las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SOCAPS), la Banca de Desarrollo y las Sociedades Financieras Populares (SOFIPOS), las cuales concentraron el 78 por ciento, 11 por ciento, 7 por ciento y 4 por ciento, respectivamente.

En la Gráfica 1 se puede observar que, si bien la inclusión financiera en México, medida a través de las cuentas de captación, ha avanzado en los últimos años, si se compara con los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF, 2021), respecto a la adquisición de al menos un producto financiero formal, se observa que la inclusión financiera en el país no ha sido del todo efectiva.

Como se muestra en siguiente gráfica, si bien al cierre del 2021, el 78 por ciento de la población tenía o había tenido al menos un instrumento financiero (cuenta de ahorro, crédito, seguro o afore), este porcentaje sólo incrementó dos puntos porcentuales respecto a la

encuesta del 2018. Asimismo, la población que tiene al menos un producto financiero se ha ubicado en 68 por ciento desde el 2015, lo que sugiere que, si bien el porcentaje de la participación en el sistema financiero se ha mantenido estable, no ha crecido en los últimos años.

Gráfica 2. Porcentaje de la población adulta que cuenta con al menos un producto financiero



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIF (2021).

Por otra parte, si bien es cierto que el acceso a los servicios financieros facilita la vida diaria de las familias y las empresas, ayudándolas a planificar mejor sus metas financieras, así como a hacer frente a posibles emergencias, la inclusión financiera por sí sola no es suficiente, dado que es necesario que las personas que acceden al sistema financiero comprendan bien cada uno de los productos y servicios que el mercado les ofrece. En este sentido la educación financiera se vuelve fundamental para que el acceso a servicios y productos financieros se convierta en una ventaja y no en un problema (López, 2021).

De acuerdo con Demirgüç-Kunt, Klapper, Singer y Ansar (2021) este factor cobra especial relevancia en personas de bajos recursos, quienes generalmente son inexpertos en temas financieros. Debido a ello, este grupo de la población puede no ser capaz de beneficiarse de tener un producto financiero formal con alguna institución financiera si no entiende cómo

usarlo, de forma que optimice sus beneficios, y así evitar los riesgos de protección al consumidor tales como comisiones altas y ocultas, sobreendeudamiento, fraude y discriminación.

1.2 El papel de la educación financiera

En los últimos años el concepto de educación financiera ha cobrado relevancia en la agenda política internacional, debido a que distintos organismos a nivel global, como el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, han puesto especial énfasis en lograr un mayor acceso a los servicios financieros, a fin de contribuir al crecimiento y bienestar económicos, la productividad y la reducción de la desigualdad, entre otros beneficios (Del Río & Zapata, 2023).

Sin embargo, para que los beneficios de la inclusión financiera se propaguen a toda la población y a la economía en su conjunto, se requiere que las personas sean capaces de participar en el sistema financiero de forma adecuada, informada y segura, para lo cual es indispensable el fomento de la educación financiera. Asimismo, la evidencia ha demostrado que bajos niveles de educación financiera pueden frenar el crecimiento de la inclusión financiera, ya que la falta de capacidades económico-financieras puede conducir a cometer errores financieros, tales como ahorrar en instrumentos no adecuados, tomar riesgos excesivos al invertir o recurrir a fuentes costosas de financiamiento (ENIF, 2021).

En México, el organismo a cargo de la educación financiera es el Comité de Educación Financiera (CFE), quien tiene como objetivo ser la instancia coordinadora de los esfuerzos, acciones y programas en materia de educación financiera de los integrantes que lo conforman⁴, a fin de alcanzar una Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), que

⁴ El CEF está conformado por doce miembros: 1. El subsecretario de Hacienda y Crédito Público, de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), quien lo preside. 2. El subsecretario de Educación Básica, de la Secretaría de Educación Pública (SEP). 3. El subsecretario de Educación Media Superior de la Secretaría de Educación Pública (SEP). 4. El presidente de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los

funcione como una herramienta de política pública que guíe los esfuerzos del país para fomentar el bienestar financiero de la población, evitando la duplicidad de esfuerzos y propiciando la maximización de los recursos.

Siguiendo esta línea, la ENEF (2017) define a la Educación Financiera como el conjunto de acciones necesarias para que la población adquiera aptitudes, habilidades y conocimientos que le permitan administrar y planear sus finanzas, así como usar de manera óptima los productos y servicios que ofrece el sistema financiero en beneficio de sus intereses personales, familiares, laborales, profesionales y de su negocio.

De esta forma, la educación financiera implica el desarrollo de competencias y capacidades financieras en la población, con el objetivo de que los ciudadanos puedan tomar decisiones financieras informadas y responsables (López, 2021), a fin de planear y administrar sus finanzas en el corto, mediano y largo plazo, conocer para qué sirve cada producto y servicio financiero, identificar cuáles necesita en cada etapa de su vida, poder evaluar y comparar la oferta de productos y servicios financieros existentes y comprender los riesgos, beneficios, derechos y obligaciones asociados a la contratación de cada servicio.

En concordancia con lo anterior, la evidencia internacional indica que los adultos que recibieron educación financiera tienen una mayor probabilidad de ahorrar y planear para el futuro, en comparación con aquellos que no la recibieron. Asimismo, las personas con mayores conocimientos financieros tienen una probabilidad menor de experimentar situaciones de sobreendeudamiento o que su capacidad de consumo se vea reducida (PNIF, 2020).

Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF). 5. El presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). 6. El presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF). 7. El presidente de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR). 8. El secretario ejecutivo del Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB). 9. El titular de la Unidad de Banca, Valores y Ahorro de la SHCP. 10. El titular de la Unidad de Banca de Desarrollo de la SHCP. 11. El titular de la Unidad de Seguros, Pensiones y Seguridad Social de la SHCP. 12. El director de Educación Financiera y Fomento Cultural del Banco de México.

De esta forma, se observa que existe una relación positiva entre la educación financiera y la inclusión financiera, dado que el uso de un mayor número de productos financieros está vinculado con un mayor grado de conocimientos financieros. Del mismo modo, la educación financiera no sólo influye en un mayor uso de los servicios financieros, sino que también genera un mayor nivel de bienestar o salud financiera para las personas, al permitirles gestionar de una mejor manera sus obligaciones financieras, así como a planear y establecer metas para su futuro financiero.

1.3 ¿Por qué es importante la salud financiera?

El concepto de salud financiera ha sido estudiado e impulsado en los últimos años, sobre todo a raíz de la pandemia mundial del Covid-19 que puso de relieve los desafíos que enfrentan las personas para administrar sus finanzas en situaciones de estrés. De este modo, los responsables de la formulación de política económica, así como diversos actores e instituciones han comenzado a interesarse cada vez más en comprender y mejorar la salud financiera de los ciudadanos.

Tal es el caso de la Red de Salud Financiera de los Estados Unidos (FHN, por sus siglas en inglés), la Organización de las Naciones Unidas a través del Grupo de Trabajo de Salud Financiera del programa United Nations Secretary General's Special Advocate for Inclusive Finance for Development (abreviado como UNSGSA), y diferentes bancos e instituciones financieras como Citi Group y el Grupo Financiero BBVA, por mencionar algunos.

De acuerdo con el Grupo de Trabajo de Salud Financiera de UNSGSA (2020) la salud o el bienestar financiero es la medida en que una persona o familia puede gestionar sin problemas sus obligaciones financieras actuales y sentirse segura de su futuro financiero. Por su parte López (2021) y Arellano (2024) definen la salud financiera como el bienestar que alcanza una persona a través de su capacidad para cumplir a tiempo con sus obligaciones financieras, tener control sobre su situación financiera y la suficiente solvencia para hacer frente a

imprevistos, pero también para tomar decisiones que le permitan planificar con tranquilidad su futuro.

Por su parte, la Red de Salud Financiera de los Estados Unidos (2024) define la salud financiera como un indicador compuesto que mide la vida financiera de una persona. A diferencia de otras métricas como las calificaciones crediticias, la salud financiera evalúa si las personas gastan, ahorran, piden prestado y planifican de manera que les permitan ser resilientes y aprovechar oportunidades de crecimiento económico, convirtiéndose en el mejor indicador de la capacidad de una persona para prosperar financieramente.

Si bien no existe una definición consensuada del término salud financiera, de acuerdo con Del Río y Zapata (2023), así como con el Grupo de Trabajo de Salud Financiera de UNSGSA (2020) y la Política Nacional de Inclusión Financiera (2020) existen cuatro elementos que siempre están presentes en el marco conceptual de la salud financiera, los cuales se listan a continuación:

- i. Día a día. Gestión adecuada de las finanzas a corto plazo.
- ii. Oportunidades. Capacidad de aprovechar oportunidades de crecimiento económico.
- iii. Resiliencia. Poder enfrentar, manejar y superar imprevistos financieros.
- iv. Agencia. Sentimiento de confianza y control de las finanzas personales.

De esta forma, en México, la salud financiera puede definirse como aquel estado que permite que las personas sean capaces de manejar sus finanzas de manera adecuada, permitiéndoles hacer frente a sus gastos cotidianos, afrontar variaciones negativas en sus flujos de ingresos o gastos inesperados, lograr sus metas y aprovechar oportunidades para lograr su bienestar y movilidad económica (PNIF, 2020).

La distinción entre salud e inclusión financiera es importante, ya que un país puede alcanzar un mayor grado de inclusión financiera, sin que su población sea necesariamente más saludable en términos financieros. Por ejemplo, en Estados Unidos, de acuerdo con datos de

The Global Findex (2021) más del 95% de la población está incluida financieramente a través de una cuenta, sin embargo, sólo el 31% de las personas se considera financieramente saludable (Dunn, Celik, Warren & Chege, 2022).

En México, la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF, 2021) incluyó una serie de preguntas para conocer la salud financiera de la población adulta. Los resultados revelan que la inclusión financiera por cuentas de captación sólo llega al 61% de la población y que, además, los niveles de salud financiera son bajos dado que, sólo el 12% de las personas encuestadas reportó que “siempre le sobra dinero a final de mes”, mientras que solamente un 35% reportó que “siempre le alcanza el dinero para cubrir sus gastos”. Asimismo, sólo un 31% de los encuestados indicó que, dada su situación económica actual, siente que “tendrá las cosas que desea”, es decir, 7 de cada 10 mexicanos están preocupados de que su dinero no sea suficiente.

Estos datos sirven para ilustrar cómo la inclusión financiera es condición necesaria más no suficiente para lograr la salud financiera de las personas. Por otra parte, si bien, la salud financiera es fundamental, a menudo no se le da la importancia que merece, lo que puede derivar en situaciones de sobreendeudamiento, estrés y preocupaciones económicas. Es por ello que, no sólo se debe impulsar la inclusión financiera, sino que ésta debe ir acompañada de más y mejor educación financiera, a fin de lograr que las personas, sobre todo las más vulnerables, como lo son los grupos más jóvenes y de menores ingresos, puedan desarrollar una buena salud financiera.

2. ¿Qué es el esquema Buy Now Pay Later?

El auge del comercio electrónico, exponenciado por la pandemia del Covid-19, ha propiciado la generación de nuevas empresas y modelos de negocio que buscan captar a diferentes perfiles de consumidores, con necesidades diversas. Este rápido desarrollo ha comenzado a tener un impacto en los métodos de pago tradicionales que lentamente han comenzado a ser

reemplazados por un nuevo sistema de pagos electrónicos (Della y Salsabilla, 2021). De acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO, 2022) hoy en día existe un ecosistema con múltiples soluciones que buscan potenciar la estrategia de pagos de las empresas, tales como las pasarelas de pago, agregadores, adquirentes, soluciones de Buy Now Pay Later, entre otras.

Un estudio lanzado por BBVA en 2022, señala que, una de las modalidades con mayor presencia en las compras en línea es lo que en países anglosajones se conoce como Buy Now Pay Later (BNPL, por sus siglas en inglés), o en español, “Compra Ahora, Paga Después”. Esta fórmula ha cobrado relevancia en la industria del e-commerce, o comercio electrónico, ya que como su nombre lo indica es una solución Fintech que permite a los consumidores realizar compras y diferir el pago a lo largo del tiempo.

2.1 Características del esquema BNPL

Este innovador método de pago permite a las personas que no cuentan con tarjeta de crédito realizar compras sin tener que pagar de inmediato, simplificando y mejorando la experiencia del cliente (AMVO, 2022). De este modo, el esquema Buy Now Pay Later, se puede definir como una forma de financiamiento en el punto de venta, es decir que, es un crédito que se origina en el momento de la compra, y por lo tanto está atado a ella. Posteriormente, el monto de dicha compra se paga en cuotas en un corto período de tiempo. A nivel mundial, la financiación en el punto de venta ha crecido más rápido que otros préstamos no garantizados, como tarjetas de crédito y préstamos personales (Di Maggio, Williams & Katz, 2022).

Si bien, este método de pago encuentra similitudes con el esquema de pago de una tarjeta de crédito regular, existen cuatro diferencias principales entre ellos: i) En lugar de una línea de crédito renovable, los consumidores obtienen un préstamo a plazos a través del minorista en el momento de la compra, y, el crédito se limita al monto de la misma. ii) Los proveedores de BNPL a menudo no cobran tarifas adicionales además del pago original, ni tasas de interés

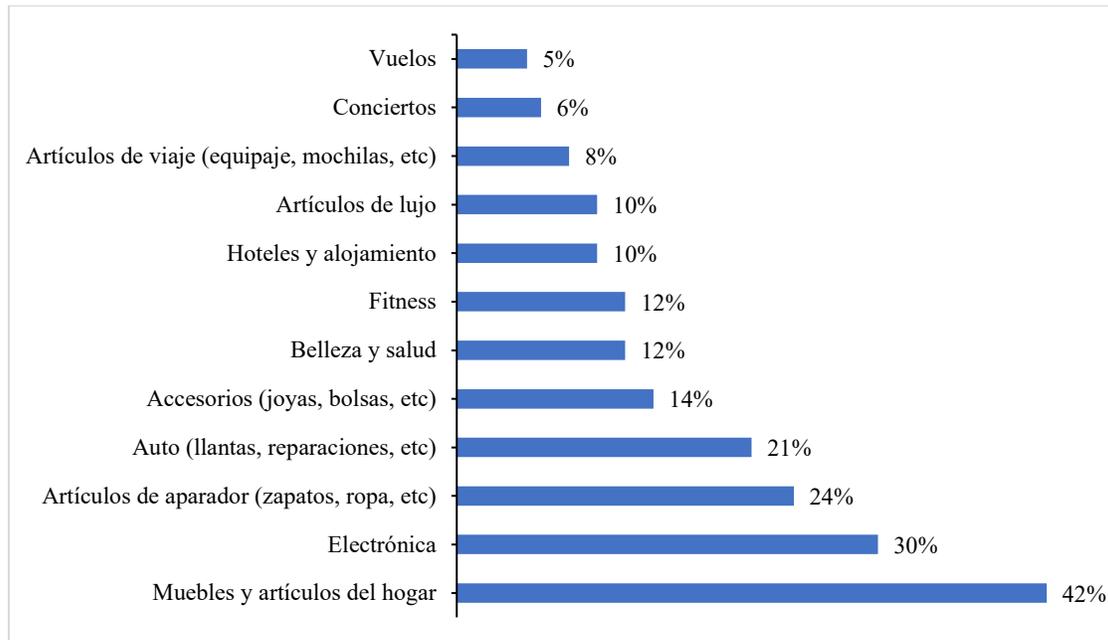
si las cuotas se pagan a tiempo. iii) En tercer lugar, los proveedores de BNPL tienen un calendario de pagos fijo, generalmente varias semanas o meses, a diferencia de los proveedores de tarjetas de crédito que requieren pagos mensuales. iv) Por último, generalmente hay poca o ninguna verificación de crédito.

En virtud de dichas características, las plataformas BNPL se han vuelto muy populares, especialmente entre los compradores en línea, pues como se mencionó previamente, la crisis del coronavirus dio un gran impulso al crecimiento del comercio electrónico, el cual permitió a los proveedores de este esquema de pago llegar más fácilmente a los consumidores y, a su vez, atraer a un gran número de comerciantes. Desde entonces, el esquema Buy Now Pay Later no ha hecho más que crecer en popularidad. De acuerdo con una encuesta realizada por Qualtrics en nombre de Credit Karma (2021), en Estados Unidos, el 44 por ciento de los consumidores ha utilizado productos de BNPL para adquirir algún artículo, lo que representa un 4 por ciento más respecto a diciembre de 2020.

La misma encuesta reveló que los consumidores utilizan esta herramienta para financiar una amplia gama de productos, que van desde muebles y artículos del hogar (42%), hasta conciertos (6%) y vuelos (5%) (véase Gráfica 3). Además, el 75 por ciento de las personas que han utilizado los servicios de Buy Now Pay Later lo han hecho al menos dos veces, lo que indica que la mayoría de los consumidores está lo suficientemente satisfecho con su primera experiencia de compra como para volver a utilizarlo.

Aunque las Fintech han popularizado este tipo de financiamiento, los bancos también han ido adaptando sus procesos de pago para ofrecer opciones similares (BBVA, 2022), por lo que, cada vez más consumidores financian sus compras en línea con este tipo de pago. Gracias a ello el modelo BNPL ha crecido rápidamente a nivel mundial, operando actualmente en Estados Unidos, Inglaterra, Australia, Sudáfrica, Singapur, entre otros mercados, y, recientemente en México (AMVO, 2022).

Gráfica 3. Porcentaje de los consumidores que han utilizado servicios de BNPL, por tipo de gasto



Fuente: Elaboración propia con datos de Credit Karma (2021).

Pero las bondades del esquema Buy Now Pay Later no sólo han sido del agrado de los consumidores, sino que un gran número de comerciantes han optado por ofrecer esta forma de pago. BNPL ha sido tan lucrativo que los comerciantes están pagando a las compañías Fintech aproximadamente el doble de la cantidad que pagan en tarifas de tarjetas de crédito para ofrecer los préstamos a corto plazo a los consumidores (Layne, 2022).

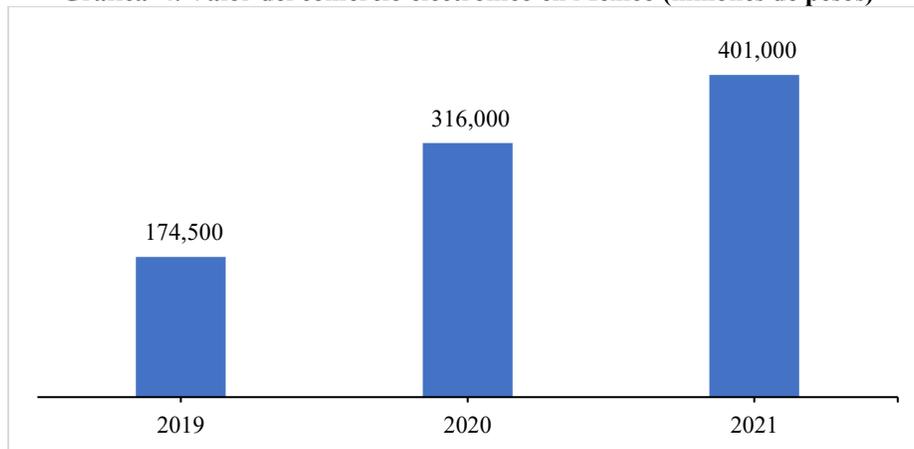
Este hecho no es de extrañar considerando que los consumidores que usan este método de pago a menudo gastan más de lo que gastarían con una tarjeta de crédito. De acuerdo con una encuesta de la firma de datos Cardify, citada por Di Maggio, Williams y Katz (2022), casi la mitad de los consumidores gastan entre un 10 y un 40 por ciento más cuando pagan a través de BNPL en comparación con una tarjeta de crédito. Del mismo modo, a través del esquema Buy Now Pay Later se eleva el tamaño de los tickets de compra entre un 30 y 50 por ciento.

Derivado de lo anterior, en los últimos años han surgido muchos proveedores de financiamiento en punto de venta, cuyo modelo de negocio consiste en cobrar a los

comerciantes una tarifa por cada transacción realizada. Algunos de los proveedores más populares de Buy Now Pay Later a nivel mundial son Zip, anteriormente conocido como Quadpay, Klarna, Affirm, Afterpay, Sezzle y “Pay in 4” de PayPal (Alieva y Sozinova, 2022). Tan sólo en Estados Unidos las firmas Afterpay, Affirm, Zip, Sezzle y Klarna representaron más del 95 por ciento del mercado BNPL durante 2021. (Di Maggio, Williams y Katz, 2022).

En lo que a México se refiere, conforme avanza la penetración del comercio electrónico en el país, también lo hace el uso del esquema Buy Now Pay Later. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), y como se muestra en la siguiente gráfica, en 2021 el valor del comercio electrónico en el mercado mexicano alcanzó los 401,000 millones de pesos, lo que representa un crecimiento del 27 por ciento respecto al 2020 y el 11.3 por ciento de las ventas totales al menudeo.

Gráfica 4. Valor del comercio electrónico en México (millones de pesos)



Fuente: Elaboración propia con datos de la AMVO (2022).

Asimismo, de acuerdo con el reporte “Mexico Buy Now Pay Later Business and Investment Opportunities Databook 2024”, al cierre del 2023 el valor bruto de las mercancías BNPL alcanzó los 55,156 millones de pesos. El mismo reporte revela que la tendencia de crecimiento a mediano y largo plazo de la industria de Buy Now Pay Later en México sigue siendo sólida y se espera que la adopción de pagos BNPL crezca de manera constante a una

tasa de crecimiento anual del 41 por ciento durante 2024 y a una tasa de crecimiento promedio anual del 27.2 por ciento durante los próximos cinco años. De esta forma se estima que el valor bruto de las mercancías BNPL alcance los 77,151 millones de pesos a finales de 2024 y los 257,507 millones de pesos en 2029.

Con base en lo anterior, se puede observar que las nuevas soluciones de pago también están moldeando el ecosistema de métodos de pago en México, adaptándose a los cambios en la cultura de pago de los consumidores. Si bien, en los últimos años, México ha fortalecido el crecimiento de la industria de comercio electrónico se espera que el número de consumidores en línea aumente a medida que el acceso a internet sea más frecuente (AMVO, 2022). Esto representa una oportunidad creciente para aquellos métodos alternativos de financiamiento que participan en el mercado de punto de venta, tales como el Buy Now Pay Later.

2.2 Empresas de BNPL en México

Dado que el mercado mexicano del e-commerce ha registrado un crecimiento importante en los últimos años, se espera que varias empresas globales de BNPL, incluidas empresas regionales de América Latina, se expandan en México, mercado que se posiciona como el segundo mercado online más importante en América Latina, superado únicamente por Brasil (Statista, 2023). Actualmente, en México, ya es posible encontrar diferentes pasarelas de pago, de acuerdo con Acevedo (2023), Moscosa (2022) y la Asociación Mexicana de Venta Online (2022), algunas de las principales firmas de Buy Now Pay Later en el país son:

i. Kueski Pay

Kueski, S.A.P.I. de C.V., SOFOM, E.N.R. fue fundada en Guadalajara, Jalisco, en 2012, por Adalberto Flores con la misión de facilitar la vida financiera de las personas en México. Su modelo de negocio consiste en un método de pago digital que te permite

hacer compras en línea o en tiendas físicas con comercios afiliados, sin necesidad de tener una tarjeta de crédito.

Es una de las empresas de préstamos de consumo en línea y BNPL más grande de América Latina. La firma aprovecha tecnologías como la inteligencia artificial y el big data para ampliar el acceso a los productos y servicios financieros tradicionales. A través del desarrollo del machine learning⁵ su sistema aprende de los datos de las solicitudes, los analiza y detecta patrones con lo que puede obtener un resultado en segundos.

Hasta la fecha, Kueski ha recaudado más de 300 millones de dólares en financiamiento de capital y deuda y, entre su creciente lista de comercios afiliados en línea y tiendas físicas se encuentran marcas como Cloe, MAC, Crocs, Old Navy, Linio, Puma y Office Depot, por mencionar algunas.

ii. Finvero

Fundada en México en 2021, Finvero, S.A.P.I de C.V. es una Fintech de crédito para prestamistas y comercios, donde las personas pueden acceder a una opción de crédito, tanto para adquirir productos y servicios en puntos físicos como a través del comercio electrónico, pagando en quincenas, sin tarjeta de crédito o débito y con cero por ciento de interés.

Pese a que en el mercado mexicano ya existen ofertas de BNPL, parte del éxito de Finvero tiene que ver con su modelo de negocio enfocado en la venta al menudeo, teniendo entre sus principales clientes a Walmart, Bodega Aurrera, Sam's Club y Tiendas 3B. La oferta de valor que respalda a Finvero, no sólo con retailers de talla mundial sino con todo aquel

⁵ El machine learning es una rama de la inteligencia artificial (IA) y la informática que se centra en el uso de datos y algoritmos para imitar la forma en la que aprenden los seres humanos, con una mejora gradual de su precisión. Mediante el uso de métodos estadísticos, los algoritmos se entrenan para hacer clasificaciones o predicciones, y descubrir información clave dentro de los proyectos de minería de datos. Por lo que, es un componente importante del creciente campo de la ciencia de datos (IBM, 2024).

que quiere aumentar sus ventas y ciclo de vida del cliente, es la posibilidad de tener a su disposición más de una oferta de financiamiento, al ser un marketplace que reúne a quienes necesitan un crédito, a los que lo otorgan y a los comercios que ofrecen el producto.

iii. Aplazo

Aplazo, S. A. de C.V. fundada en 2021 por Ángel Peña, es una plataforma de financiamiento para compras en línea que emplea el esquema Buy Now Pay Later, el cual permite dividir el pago de las compras hasta en cinco plazos quincenales, sin necesidad de tarjetas de crédito. Esto se hace mediante la firma de un contrato directamente entre cada cliente y Aplazo al momento de elegir esta opción, aunque también pueden pagar de contado o con tarjetas bancarias.

Para usar Aplazo solo se necesita ser mayor de edad, tener nacionalidad mexicana y tener una cuenta de banco. A diferencia de las entidades tradicionales, Aplazo aprueba tarjetas virtuales en tiempo récord para permitir a los clientes acceso instantáneo y la capacidad de comprar productos a pedido, con la comodidad de pagarlos en el tiempo sin cargos adicionales.

Para tiendas en línea, al comprar en algún comercio afiliado sólo se elige Aplazo como método de pago al finalizar la compra. Para tiendas físicas afiliadas, se debe pedir pagar con Aplazo e iniciar sesión en una cuenta de Aplazo para confirmar el pago. Una vez hecha la compra el dinero se debita de la tarjeta de débito o crédito automáticamente, y así sucesivamente una vez cada 15 días a partir del primer plazo, durante cuatro quincenas más. Entre las principales tiendas que trabajan con Aplazo se encuentran: Nautica, Guess, Steren, Vans y Office Max.

iv. Nelo

Nelo Mobile, S.A. de C.V. fundada en 2019 por los estadounidenses Stephen Hebson y Kyle Miller, pero con sede en la Ciudad de México, es una aplicación móvil para comprar y pagar en quincenas sin tarjeta de crédito. Con la aplicación se pueden hacer recargas, retirar efectivo, pagar servicios y comprar en línea. El sistema Buy Now Pay Later que Nelo maneja va desde una hasta seis quincenas.

Dado que Nelo le paga al comercio la compra del consumidor, ya no es necesaria una tarjeta de crédito para comprar en internet. Al ser un esquema de BNPL la solicitud de financiamiento de la compra con Nelo se realiza al momento de pagar en línea, pero si ya se cuenta con un registro previo y una línea de crédito aprobada, se puede comprar sin hacer más solicitudes.

La aplicación de Nelo cuenta con más de un millón de descargas, más de tres millones de créditos otorgados y cuatro años sirviendo a consumidores mexicanos. Entre las principales tiendas que han suscrito acuerdo de financiamiento para sus clientes con Nelo, se encuentran: Liverpool, la Comisión Federal de Electricidad, Mercado Libre, Coppel, Walmart y Spotify.

v. Zip

Zip Co Limited, es una de las empresas líderes en la categoría de Buy Now Pay Later. Fue fundada por Larry Diamond y Peter Gray en Australia en 2013 y actualmente cuenta con operaciones en 14 países entre los que destacan Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos. En 2015 Zip se convirtió en una empresa pública que cotiza en la Bolsa Australiana de valores, y llegó a México en 2021.

El método de pago de ZIP, a diferencia de los meses sin intereses, absorbe el 100 por ciento de los contra cargos por desconocimiento de la transacción del usuario final. Esta

característica se convierte en uno de sus grandes beneficios, ya que brinda seguridad y una mejor experiencia de venta que los modelos tradicionales bancarios. Por otra parte, un gran diferenciador, es su robusta infraestructura de riesgo, la cual ha llevado a la firma a ser uno de los principales líderes de BNPL a nivel mundial. Asimismo, su integración con los principales Customer Relationship Manager (CRM)⁶ del mercado como Shopify, Magento, Woocommerce, entre otros, le ha permitido que negocios de grandes volúmenes de facturación puedan integrarse de manera fácil y rápida.

vi. Graviti

Graviti es una fintech mexicana de Buy Now, Pay Later fundada por Yusef Jacobs Kuri. La empresa ofrece créditos a las familias no bancarizadas en el país, para que compren productos de primera necesidad a meses sin intereses, sin tarjeta de crédito o débito y sin enganche. Los pagos pueden realizarse desde doce hasta cuarenta y ocho semanas, pero también se cuenta con la opción de pagar de manera quincenal o mensual.

A diferencia de otras empresas de BNPL, la primera compra que se realiza con Graviti, sólo puede ser de electrodomésticos, es decir, celulares, pantallas, lavadoras, refrigeradores, aire acondicionado, calentadores solares, etcétera. En compras posteriores ya se puede hacer el financiamiento de otros artículos como motos, colchones, muebles, bicicletas, herramientas de trabajo y equipo de cómputo, entre otros; pero, la activación del primer electrodoméstico quedará en garantía. Es decir, si no se paga un abono de la segunda compra, se retendrá el electrodoméstico hasta que se pague la deuda.

⁶ El concepto CRM se refiere al conjunto de prácticas, estrategias comerciales y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. De esta forma un CRM almacena información de clientes actuales y potenciales, e identifica sus actividades y puntos de contacto con la empresa. Esto incluye visitas de los clientes al sitio, llamadas telefónicas realizadas, intercambios por correo electrónico y varias otras interacciones (Salesforce, 2024).

La empresa con sede en la Ciudad de México, se fundó a finales de 2019 y recaudó 2.5 millones de dólares en una primera ronda de capital semilla liderada por Active Capital, una de las principales firmas de Venture Capital en Estados Unidos. Entre los principales comercios asociados a Gravit se encuentran: Linio, Shopify y PrestaShop.

vii. Atrato

Atrato Technologies, S.A.P.I. de C.V., con domicilio en Zapopan, Jalisco, fue fundada en 2019 por Rogelio Rea Contreras, Alejandro Chávez y Juan Pedro Casian. Su modelo de negocio se basa en una aplicación que, bajo el modelo Buy Now, Pay Later, permite realizar compras por hasta 200,000 pesos en comercios afiliados, ya sea de manera online o física, y pagarlas hasta en veinticuatro meses sin necesidad de contar con una tarjeta de crédito o débito.

Entre los requisitos para usar Atrato se debe ser mayor de edad y menor a setenta años, contar con un número de celular con lada mexicana y correo electrónico, ser de nacionalidad mexicana o residente permanente/temporal en México y subir la documentación necesaria. De acuerdo con su página de internet, Atrato ha levantado más de 29.5 millones de dólares en capital de inversionistas como Accel, Y-Combinator, Harvard University's Endowment y Architect Capital. Entre los comercios asociados con Atrato se encuentran: Dentalia, Atlas, Gaia y Luuna.

viii. PayPal “Pay in 4”

PayPal, fundada en 1998, es el sistema de pagos en línea y envío de dinero más popular del mundo, aceptado en los principales comercios. Esta herramienta cuenta con un amplio prestigio internacional por su seguridad y protección en las compras, además ofrece la posibilidad de aceptar pagos a meses sin intereses (Acevedo, 2023). Con su sistema

BNPL “Pay in 4”, se puede dividir el monto de la compra en cuatro pagos quincenales, que van entre los 300 y 1,500 pesos sin intereses, sin cargos por pagos atrasados ni cargos por inscripción.

Si bien existen algunas limitaciones y restricciones en su uso, “Pay in 4” se puede utilizar para hacer que ciertas compras sean más asequibles pagándolas a través del tiempo en lugar de hacer el pago en una sola exhibición. Esta característica es especialmente beneficiosa para consumidores que de otro modo pagarían una tasa anual de interés alta.

Aunque la lista de participantes del Buy Now Pay Later en México aún es reducida, es innegable la relevancia que el producto adquirió, sobre todo durante 2020 y gran parte del 2021 cuando los ingresos de las familias se vieron afectados por la crisis del coronavirus. Fue durante la pandemia que, en muchos casos, el método de pago BNPL brindó al sector de las ventas al por menor la oportunidad de atraer a nuevos clientes, a menudo a las generaciones más jóvenes, para realizar compras que de otra forma no les habría sido posible llevar a cabo.

Lo anterior es relevante porque al permitir que los consumidores paguen los bienes y servicios a plazos, durante un período de tiempo acordado, en lugar de pagar la suma total en una sola exhibición, como generalmente sucede, las personas con problemas de liquidez pueden continuar comprando sus productos habituales y tomar posesión de ellos para su uso inmediato, con el beneficio de dividir sus pagos en cuotas más pequeñas, a diferencia de si se les hubiera exigido el pago completo inmediatamente después de la compra

La aparición del esquema Buy Now Pay Later es un ejemplo de cómo está cambiando el panorama de los pagos al consumidor, facilitado por el uso de la tecnología móvil y la aparición de más y nuevas Fintech, así como por la baja bancarización que existe en el país, lo que ha representado una oportunidad para estas empresas. Sin embargo, si bien la innovación y la competencia podrían mejorar la eficiencia de los sistemas de pagos al proporcionar servicios que satisfagan las necesidades de los usuarios finales, también cabe

señalar que pueden plantear problemas para los responsables de la formulación de política fiscal y económica, este tema se abordará en el siguiente capítulo.

3. Los riesgos del esquema Buy Now Pay Later

De acuerdo con el Panorama Anual de Inclusión Financiera (PAIF, 2023), tener acceso al sistema financiero formal contribuye a que la población, sobre todo aquella que percibe menores ingresos, pueda aprovechar oportunidades de crecimiento productivo, invertir en activos y hacer frente a cualquier emergencia económica, con lo cual se busca incrementar su bienestar social y empoderamiento económico.

Desde esta perspectiva, el esquema de pago Buy Now Pay Later, resulta ser una herramienta útil, puesto que abre la puerta al financiamiento a aquellas personas que de otra forma no podrían acceder a un crédito formal, como por ejemplo a una tarjeta de crédito, proveyéndoles de liquidez para enfrentar imprevistos económicos, o bien, para hacerse de bienes y servicios que de otra forma no podrían adquirir. Sin embargo, si bien este método de pago presenta una serie de oportunidades financieras, también es necesario entender qué riesgos se presentan al utilizarlo.

3.1 Características de los consumidores del BNPL

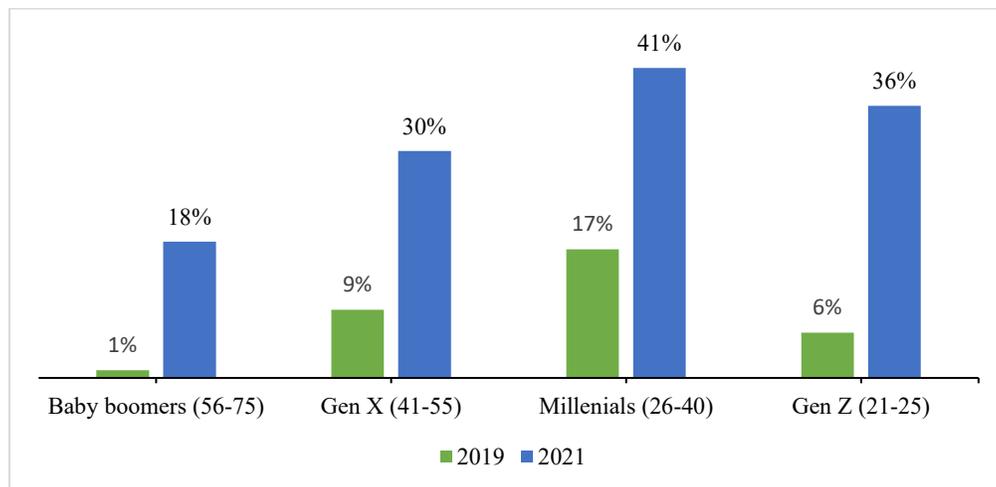
Como se abordó en el capítulo anterior, a raíz de la pandemia del Covid-19 la popularidad del BNPL aumentó entre los consumidores que utilizan este método para financiar desde muebles y artículos para el hogar hasta conciertos y vuelos. De acuerdo con Credit Karma (2021), en 2020 el 44 por ciento de los estadounidenses utilizó productos de Buy Now Pay Later para adquirir algún artículo. Asimismo, de acuerdo con Constantinescu (2021), Layne (2022), Di Maggio, Williams y Katz (2022), casi la mitad de los consumidores gastan entre un 10 y 40 por ciento más cuando usan un plan BNPL que cuando usan una tarjeta de crédito.

Además, también se estima que estos préstamos en puntos de venta aumentan el tamaño promedio del ticket entre un 30 y 50 por ciento.

De acuerdo con Della y Salsabilla (2021), Shevlin (2021) y Layne (2022), así como con la Oficina de Protección Financiera del Consumidor de Estados Unidos (2023), el uso del esquema Buy Now Pay Later es mayor entre los Millennials y la Generación Z. No obstante, el uso de este método de pago ha tenido un crecimiento importante dentro de todos los grupos de consumidores.

Como se muestra en la Gráfica 5, durante 2021 el 41 por ciento de las personas de entre 26 y 40 años utilizó BNPL, seguidos por la Generación Z (36 por ciento), la Generación X (30 por ciento) y los Baby Boomers (18 por ciento). La popularidad del esquema BNPL entre la Generación Z y los Millennials es entendible dado que, generalmente, son los primeros en acceder a productos y/o servicios a través de aplicaciones móviles. Sin embargo, también es preocupante dado que los consumidores más jóvenes suelen tener menor estabilidad financiera (Lux & Epps, 2022).

Gráfica 5. Porcentaje de los consumidores que usan BNPL, por grupo de edad

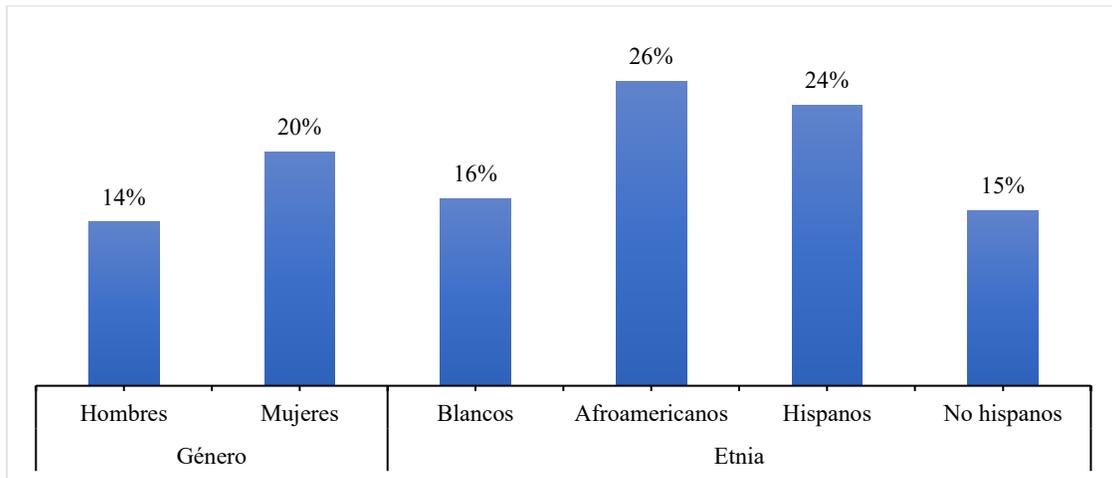


Fuente: Elaboración propia con datos de Cornerstone Advisors citados por Shevlin (2021).

Por otra parte, de acuerdo con la Oficina de Protección Financiera del Consumidor (CFPB, por sus siglas en inglés), el uso de Buy Now Pay Later es más frecuente entre consumidores con ingresos superiores a los 20,000 dólares anuales pero menores de 50,000 dólares anuales; y es menos popular entre aquellos con ingresos anuales superiores a los 200,000 dólares anuales. Estos datos denotan que, el financiamiento a través del BNPL puede parecer más atractivo para personas de bajos ingresos, que encuentran las cuotas sin intereses más asequibles en lugar de hacer el pago completo en una sola exhibición, al momento de la compra.

El mismo estudio revela que las mujeres tienden a solicitar este tipo financiamiento con mayor frecuencia (20 por ciento) en comparación con los hombres (14 por ciento) (véase Gráfica 6). Asimismo, los consumidores afroamericanos (26 por ciento) tienen más probabilidades de usar Buy Now Pay Later que los consumidores blancos (16 por ciento); así como los hispanos (24 por ciento) tienen más probabilidad que los consumidores no hispanos (15 por ciento) de haber hecho una compra utilizando este método de pago.

Gráfica 6. Porcentaje de las personas que usan BNPL, por género y etnia



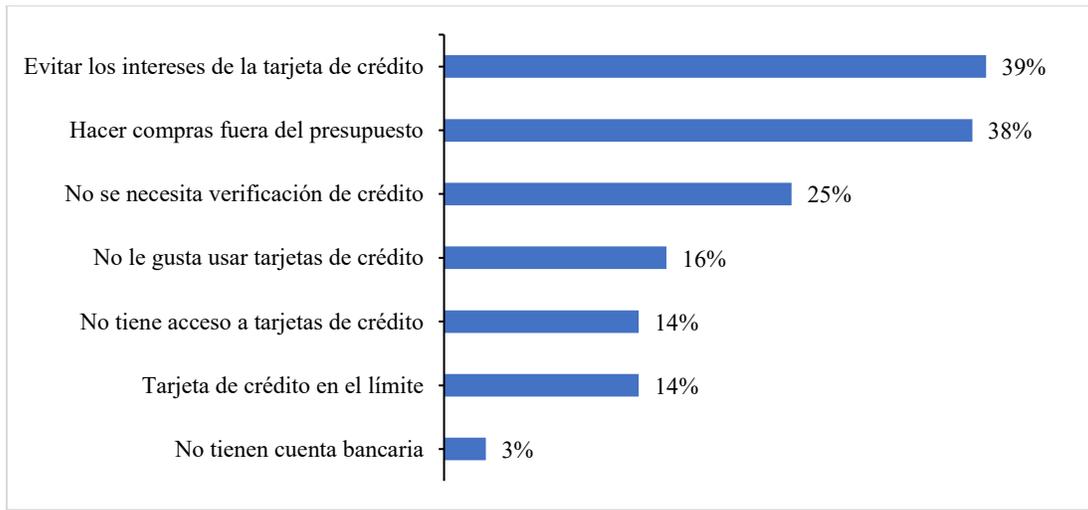
Fuente: Elaboración propia con datos del CFPB (2023).

Por otra parte, un estudio realizado por TransUnion en 2021 revela que los usuarios de BNPL, en comparación con el consumidor promedio, tienen peores calificaciones de crédito (70 por ciento son de alto riesgo o de riesgo medio); son más susceptibles a caer en demora (90 días o más de retraso, en promedio); y tienden a buscar más crédito (tienen un mayor volumen de solicitudes de crédito).

Respecto a este último punto, dicho estudio también revela que los usuarios de este método de pago también participan activamente en el mercado tradicional de crédito. Es decir que, una proporción de estos consumidores, también cuenta con tarjetas de crédito, préstamos para automóviles y préstamos personales. De hecho, TransUnion (2021) señala que, estos consumidores pueden llegar a tener más tarjetas y préstamos que el consumidor promedio. Entonces, si una parte de los consumidores de BNPL ya tiene acceso a alguna forma de crédito ¿por qué utilizar este método de pago? De acuerdo con Lux y Epps (2022), si bien los consumidores de BNPL cuentan con algún tipo de crédito, en promedio tienen menos acceso a él del que realmente necesitan. Por lo que, para muchos consumidores, la herramienta Buy Now Pay Later funciona para cerrar esa brecha de financiamiento.

De esta manera, para los consumidores que enfrentan restricciones crediticias, el acceso al esquema BNPL puede ayudarles a resolver problemas de liquidez, al distribuir su gasto de consumo a través de distintos períodos de pago. Asimismo, la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO, 2022) señala como otros de sus beneficios una simplificación y mejora en la experiencia de compra, así como el aseguramiento de los plazos de pago a meses sin intereses.

Gráfica 7. Motivo de los consumidores para el uso del BNPL, por porcentaje



Fuente: Elaboración propia con datos de Insider Intelligence citados por Lux y Epps (2022)

De acuerdo con Layne (2022), así como con un estudio de Insider Intelligence, citado por Lux y Epps (2022), las principales razones para el uso de BNPL incluyen evitar los intereses de la tarjeta de crédito (39%), así como la posibilidad de hacer compras que de otra forma no podrían costear con su presupuesto (38%). No obstante, es de resaltar que las dificultades financieras también representan una parte sustancial de la lógica de los usuarios para hacer uso del BNPL: 14% de los consumidores señalan como motivo la falta de crédito y otro 14% señala el tener sus tarjetas de crédito ocupadas al máximo (véase Gráfica 7).

3.2 Los riesgos para los consumidores de menores ingresos

Como ya se ha mencionado, los datos revelan que la comodidad de este esquema de pago incrementa el tamaño promedio del ticket de compra entre un 30 y 50 por ciento, al permitirle a los consumidores hacerse de bienes de que otra manera no podrían ser adquiridos. Este hecho genera lo que autores como Layne (2022) y Di Maggio, Williams y Katz (2022) denominan el “efecto flypaper”, señalando que los consumidores con acceso a liquidez, como tarjetas de crédito o cuentas bancarias, gastan una mayor parte de su presupuesto total en productos minoristas cuando utilizan Buy Now Pay Later.

Si bien, esto es una clara ventaja para los comercios y las pasarelas de pago, también puede convertirse en un riesgo latente para la salud financiera de los consumidores, especialmente la de los Millennials y la Generación Z, que son los principales usuarios del BNPL. Como advierte BBVA (2022), comprar y pagar luego es muy tentador, pero puede fomentar la compra impulsiva, y por ello es necesario planificar las compras y actuar con responsabilidad para no terminar endeudándose en exceso.

De acuerdo con Layne (2022) y la Oficina de Protección Financiera del Consumidor (CFPB, 2023), los consumidores de bajos ingresos, con ingresos entre 20,000 y 50,000 dólares anuales, y que no cuentan con una tarjeta de crédito, no solo gastan más en el comercio minorista a través del BNPL, sino que su gasto total aumenta, lo que los hace más propensos a incurrir en cargos por sobregiro y agotar sus cuentas de ahorro: 20 por ciento de ellos incurre en cargos por sobregiro y un 17 por ciento paga cargos por saldo bajo.

Asimismo, de acuerdo con Credit Karma (2021), el 34 por ciento de quienes han utilizado los servicios de Buy Now Pay Later se han atrasado en uno o más pagos, siendo las generaciones jóvenes las más propensas a no realizarlos. El estudio señala que, más del cincuenta por ciento de los encuestados, pertenecientes a la Generación Z y los Millennials, declararon no haber realizado al menos un pago, en comparación con el 22 por ciento de la Generación X y solo el 10 por ciento de los Baby Boomers. Sin embargo, no todos los pagos atrasados son iguales, puesto que, de aquellos que utilizaron BNPL el 25% de los Millennials no realizaron un pago, mientras que el 30% de los encuestados de la Generación Z no realizaron dos.

Aunado a ello, la existencia de múltiples plataformas donde el esquema Buy Now Pay Later es ofrecido, permite a los consumidores dispersar el aplazamiento de sus compras en varias de ellas, lo que puede llevarlos a perder el control de sus finanzas y a sobreendeudarse con facilidad. Una investigación de la Comisión Australiana de Valores e Inversiones, citada por BBVA (2022), detectó que, en 2020, el 20 por ciento de los usuarios de BNPL recortó gastos esenciales para poder cumplir con sus pagos aplazados, y que el 21 por ciento no había saldado ninguna cuota en los 12 meses anteriores.

Ante estos riesgos, las entidades reguladoras de Australia y Reino Unido, países donde la implementación del BNPL está más adelantada, han puesto la regulación como prioridad en su agenda, con el objetivo de desarrollar una normativa que no deje desprotegidos a los usuarios. De acuerdo con Layne (2022) y Di Maggio, Williams y Katz (2022), el crecimiento de este esquema, cuyos proveedores no enfrentan la estricta regulación financiera que enfrentan los bancos, también ha llamado la atención de la Oficina de Protección Financiera del Consumidor de los Estados Unidos. Esto dado que, empresas Fintech como Affirm, Zip y Sezzle no están sujetas a la Ley de Veracidad de Préstamos, por lo que las transacciones a plazo no afectan los historiales crediticios, lo que significa que los consumidores que utilizan tales servicios podrían tener más deudas de las que parece.

Sin duda, el esquema BNPL ha generado grandes beneficios a las empresas que lo incluyen en sus métodos de pago. Asimismo, ha permitido que personas sin acceso a créditos tradicionales tengan la posibilidad de adquirir bienes y servicios, y que, aquellos que ya cuentan con alguna forma de crédito amplíen su gama de opciones. Desde esta perspectiva Buy Now Pay Later resulta ser una herramienta útil, al estar diseñada para proporcionar a los consumidores financiamiento asequible, accesible y fácil; y con ello proveerles de la mejor experiencia posible.

No obstante, estas características pueden provocar un sobreconsumo, al permitir a los usuarios gastar más allá de sus posibilidades. Por ello, es importante usarlo con cautela, puesto que las personas de menores ingresos, y con menor experiencia y estabilidad financiera, son las que más usan este medio de pago. Lo que puede derivar en un sobreendeudamiento, provocado por problemas de liquidez y riesgos inflacionarios (Layne, 2022), afectando así la salud financiera e historial crediticio de los consumidores.

De ser utilizado de manera responsable y estratégica, el esquema BNPL puede ser de gran ayuda para los hogares, en compras de emergencia o, bien, si no se tiene el dinero disponible en el momento de la compra, puesto que permite adquirir artículos de primera necesidad hasta artículos de lujo. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, si por alguna razón no es posible

hacer frente a tiempo a los pagos periódicos, se cobrarán comisiones por retraso en el pago y unos intereses generalmente por encima de la media del mercado en préstamos al consumo (BBVA, 2022).

Conclusiones

La popularidad del Buy Now Pay Later reside en ser una solución de acceso al financiamiento para la población no bancarizada o sub-bancarizada, proveyéndoles de crédito formal y liquidez para enfrentar imprevistos económicos, o bien, para poder acceder a bienes y servicios que de otra forma no podrían adquirir. Asimismo, ha funcionado como una herramienta importante para el comercio electrónico, al ayudar a incrementar el ticket promedio de los compradores en línea.

Derivado de lo anterior, el número de proveedores de BNPL continúa en aumento, y tanto consumidores como un gran número de comerciantes parecen estar más que satisfechos con su adopción. Por tal motivo, no sólo las Fintech han impulsado la popularidad de este esquema de pago, sino que también la banca tradicional se ha sumado a popularizar este tipo de financiamiento, adaptando sus procesos de pago para ofrecer opciones similares. Además, a nivel mundial, la popularidad del Buy Now Pay Later también ha llamado la atención de los responsables de política económica, quienes han comenzado a implementar acciones para su regularización.

De ser utilizado de manera responsable y estratégica, el esquema BNPL puede ser una excelente opción para quienes pueden asumir la deuda y realizar pagos regulares a tiempo. Sin embargo, las personas de bajos recursos y financieramente inexpertas pueden no ser capaces de beneficiarse de este esquema si no entienden cómo usarlo de forma que optimice sus beneficios y evite los riesgos de protección al consumidor, tales como intereses altos por falta de pago.

Aunado a ello, otra consecuencia desafortunada para los consumidores más vulnerables, es decir, los grupos más jóvenes y de menores ingresos, que son los que generalmente no pueden cumplir con los términos del préstamo, sería no sólo una mala calificación en su historial crediticio, sino caer en el sobreendeudamiento, generando estrés y preocupación financiera, y, por lo tanto, mala salud financiera.

Bibliografía

- Acevedo, E. (2023). *La guía completa sobre los servicios de pagos en línea 2023*.
<https://www.tiendanube.com/blog/mx/servicios-de-pagos-en-linea/>
- Alcazar, J. & Bradford, T. (2021 a). The appeal and proliferation of Buy Now, Pay Later: consumer and merchant perspectives. *Federal Reserve Bank of Kansas City*, 1-7. <https://www.kansascityfed.org/research/payments-system-research-briefings/the-appeal-and-proliferation-of-buy-now-pay-later-consumer-and-merchant-perspectives/>
- Alcazar, J. & Bradford, T. (2021 b). The rise of Buy Now, Pay Later: bank and payment network perspectives and regulatory considerations. *Federal Reserve Bank of Kansas City*, 1-6. <https://www.kansascityfed.org/research/payments-system-research-briefings/the-rise-of-buy-now-pay-later-bank-and-payment-network-perspectives-and-regulatory-considerations/>
- Alieva, Z. & Sozinova, S. (2022). *BNPL Unicorns That Are Changing the Fintech Industry*. <https://maddevs.io/blog/bnpl-unicorns-that-are-changing-the-fintech-industry/>
- Arellano, A. (01 de mayo de 2024). ¿Qué se entiende por salud financiera? *BBVA*.
<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-se-entiende-por-salud-financiera/>
- Asociación Mexicana de Venta Online (2022). *Medios de pago en México*.
<https://www.amvo.org.mx/estudios/libro-blanco-medios-de-pago-y-fraude/>
- Banco Mundial (29 de marzo de 2022). *Inclusión financiera*.
<https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/inclusion-financiera/overview>

- BBVA (20 de abril de 2023). *Compra ahora, paga después (BNPL): todo lo que debes saber antes de aplazar pagos*. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/compra-ahora-paga-despues-bnpl-todo-lo-que-debes-saber-antes-de-aplazar-pagos/>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2023). *Panorama Anual de Inclusión Financiera*. https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusin%20Financiera/Panorama_2023.pdf
- Consejo Nacional de Inclusión Financiera (2020). *Política Nacional de Inclusión Financiera* <https://www.pnif.mx/documentos>
- Constantinescu, R. (01 de octubre de 2021). Buy Now, Pay Later – three key lessons from Australia. *ThePaypers*. <https://thepaypers.com/expert-opinion/buy-now-pay-later-three-key-lessons-from-australia--1251860>
- Credit Karma (2021). *Buy now pay later surges throughout pandemic, consumers' credit takes a hit*. <https://www.creditkarma.com/about/commentary/buy-now-pay-later-surges-throughout-pandemic-consumers-credit-takes-a-hit>
- Della A. & Salsabilla L. (2021). Buy-Now-Pay-Later (BNPL): generation z's dilemma on impulsive buying and overconsumption intention. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 193, 130-137. <https://www.atlantispress.com/proceedings/bistic-21/125963881>
- Del Río, M. & Zapata, G. (22 de marzo de 2023). Midiendo lo que importa: De la inclusión financiera a la salud financiera. *BFA Global*. <https://bfaglobal.com/strive-mexico/insights/midiendo-lo-que-importa-de-la-inclusion-financiera-a-la-salud-financiera/>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D. & Ansar, S. (2021). The Global Findex Database 2021. *World Bank*. 1-205. <https://www.worldbank.org/en/publication/globalindex/Report>
- Di Maggio, M., Williams, E. & Katz, J. (2022). Buy Now Pay Later credit: user characteristics and effects on spending patterns. *National Bureau of Economic Research*, 30528, 1-52. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w30508/w30508.pdf

- Financial Health Network (2024). *What is Financial Health?* <https://finhealthnetwork.org/about/what-is-financial-health/>
- Fisher, C., Holland, C. & West, T. (2021). Developments in the Buy Now, Pay Later market. *Reserve Bank of Australia, Bulletin-March 2021*, 59-71. <https://www.rba.gov.au/publications/bulletin/2021/mar/pdf/developments-in-the-buy-now-pay-later-market.pdf>
- Gerrans, P., Baur, D. & Lavagna-Slater, D. (2021). Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements. *Australian Journal of Management*, 47 (3), 474–502. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/03128962211032448?journalCode=ama>
- IBM (20 de abril de 2023). ¿Qué es machine learning (ML)? <https://www.ibm.com/mx-es/topics/machine-learning>
- Johnson, D., Rodwell, J. & Hendry, T. (2021). Analyzing the impacts of financial services regulation to make the case that Buy-Now-Pay-Later regulation is failing. *Sustainability*, 13, 1-19. <https://doi.org/10.3390/su130419>
- Layne, R. (21 de noviembre de 2022). Buy Now, Pay Later: How retail's hot feature hurts low-income shoppers. *Harvard Business School*. <https://hbswk.hbs.edu/item/buy-now-pay-later-how-retails-hot-feature-hurts-lower-income-shoppers>.
- López, P. (08 de noviembre de 2021). ¿En qué se diferencian la inclusión, educación y salud financiera? *BBVA*. <https://www.bbva.com/es/pe/en-que-se-diferencian-la-inclusion-la-educacion-y-la-salud-financiera/>
- Lux, M. & Epps, B. (2022). Grow Now, Regulate Later? Regulation urgently needed to support transparency and sustainable growth for Buy-Now, Pay-Later. *Harvard Kennedy School*, 182, 1-21. https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/centers/mrcbg/files/182_AWP_final.pdf
- Moscosa, M. (2022). *Buy Now Pay Later, una alternativa para jóvenes y emprendedores sin acceso a la banca tradicional*. <https://elceo.com/tu-cartera/compra-ahora-paga-despues-metodo-de-pago-busca-atraer-a-jovenes-no-bancarizados/>

- Mesly, O. (2021). Buy Now and Pay (Dearly) Later: unraveling consumer financial spinning. *International Journal of Financial Studies*, 9 (55), 1-21. <https://doi.org/10.3390/ijfs9040055>.
- PayPal (2023). *Buy what you love now. Pay Later*. <https://www.paypal.com/us/digital-wallet/ways-to-pay/buy-now-pay-later>
- Research and Markets (2023). Mexico Buy Now Pay Later Business and Investment Opportunities Databook, (5305022), 1-88 <https://www.researchandmarkets.com/reports/5305022/mexico-buy-now-pay-later-business-and-investment>
- Rompas, R., Pangemanan, S. & Tulung, J. (2020). Buy Now, Pay Later: determinants of pay later service affecting the lifestyle of society. *International Business Administration, Management Program, Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University Manado*, 8 (4), 1164-1171. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/31520>
- Salesforce (01 de mayo de 2024). *CRM: ¿Qué es y cómo funciona?* <https://www.salesforce.com/mx/crm/#que-hace-un-crm-scroll-tab>
- Shevlin, R. (7 de septiembre de 2021). Buy Now, Pay Later: The “new” payments trend generating \$100 billion in sales. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/ronshevlin/2021/09/07/buy-now-pay-later-the-new-payments-trend-generating-100-billion-in-sales/?sh=6967ac22ffe4>.
- Shupe, C., Li, G. & Fulford, S. (2023). Consumer Use of Buy Now, Pay Later. *Consumer Financial Protection Bureau*. 1-24 https://files.consumerfinance.gov/f/documents/cfpb_consumer-use-of-buy-now-pay-later_2023-03.pdf
- TransUnion. (2021). *Identifying the Key Characteristics of BNPL and POS Financing Applicants*. <https://www.transunion.com/business>
- United Nations Secretary General’s Special Advocate for Inclusive Finance for Development (2021). *Financial Service Providers and Financial Health*. 1-26. <https://www.unsgsa.org/publications/financial-services-providers-and-financial-health>