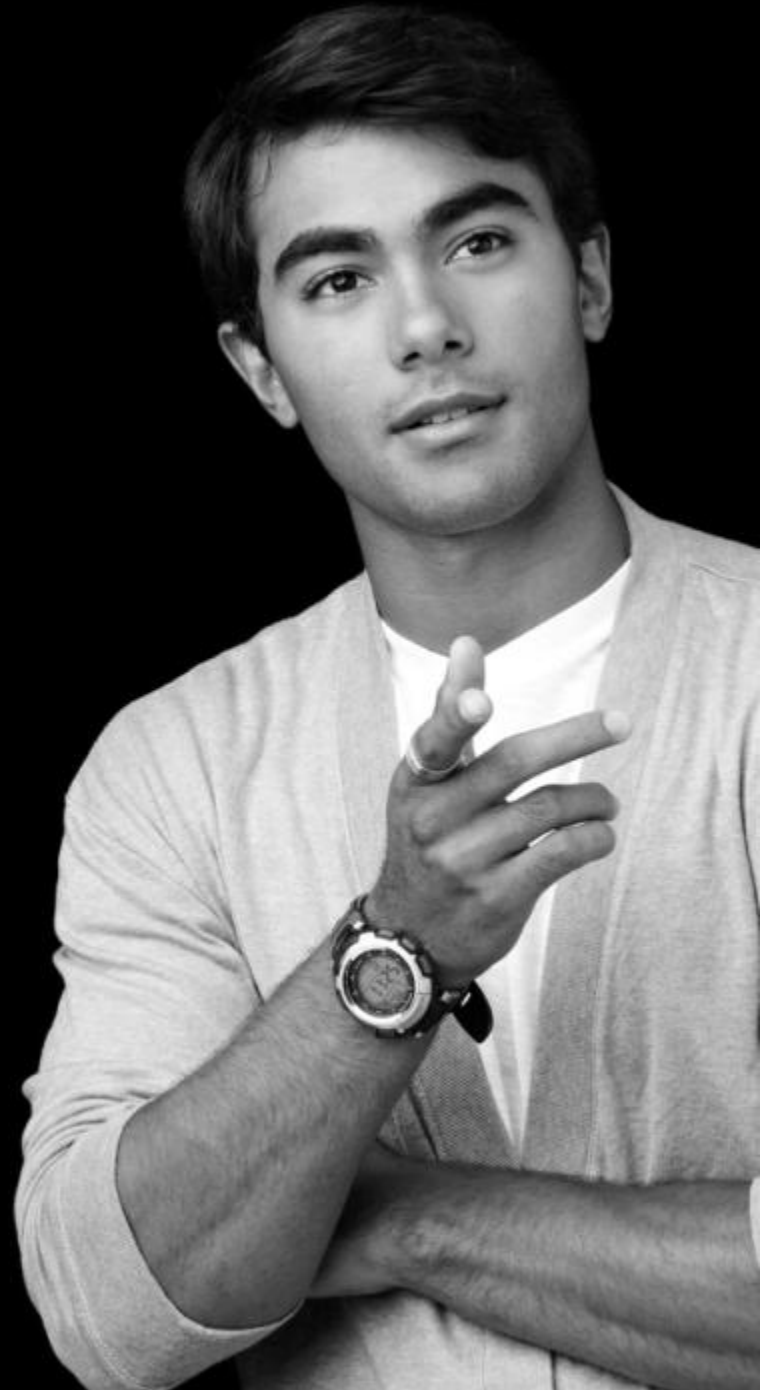


nielsen

PRINCIPALES FORMAS DE PAGO EN MÉXICO

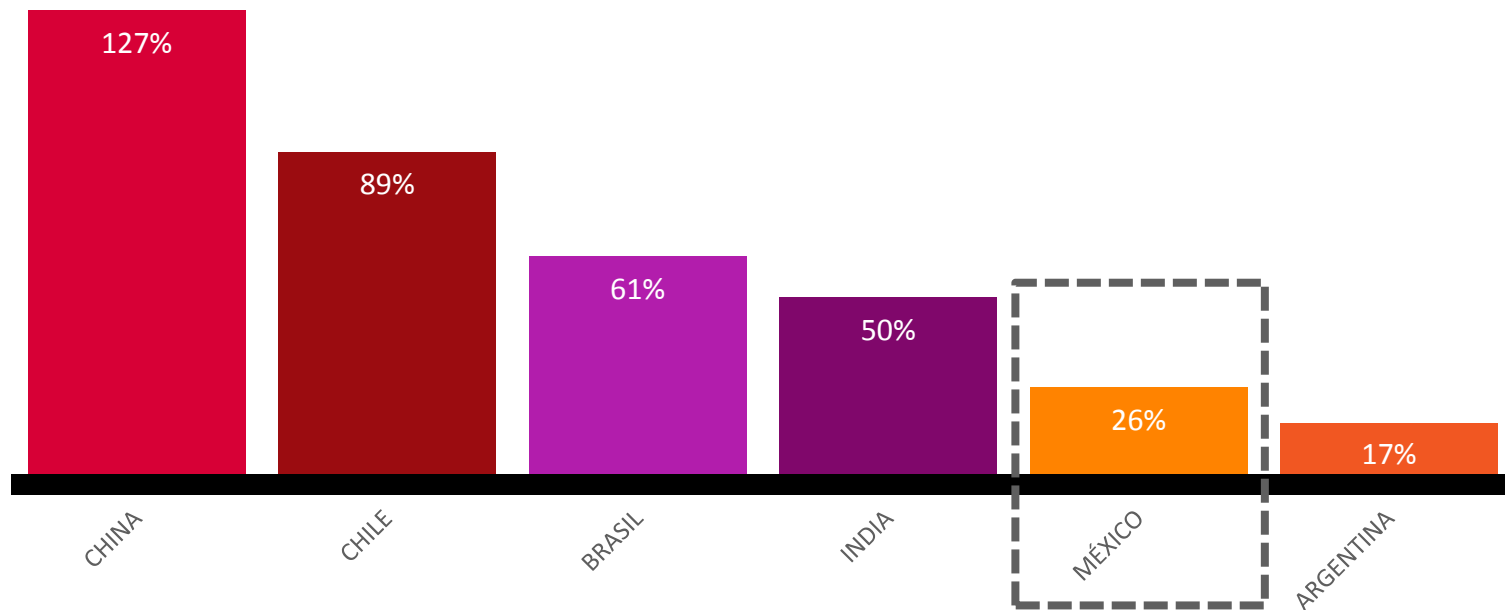
NIELSEN HOMESCAN

Noviembre 2013



EL CRÉDITO QUE OTORGA LA BANCA MEXICANA ES BAJO COMPARADO CON OTRAS NACIONES EN DESARROLLO

Crédito interno al Sector Privado como % del PIB

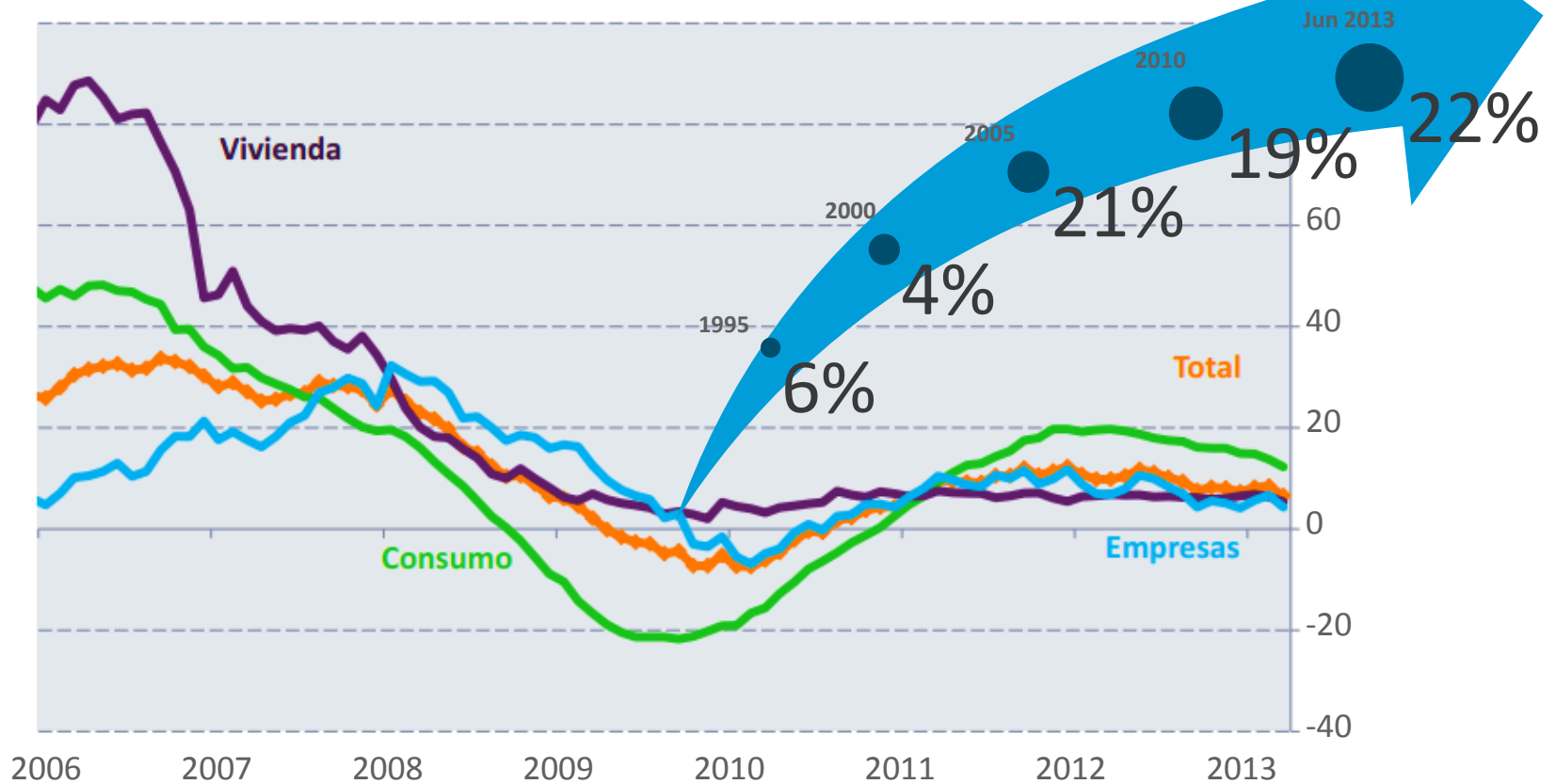


Fuente: Banco Mundial, datos de 2011

ACTUALMENTE EL CRÉDITO AL CONSUMO REPRESENTA EL 22% DEL TOTAL DE CRÉDITO OTORGADO

Después de la crisis de 2009, el crédito al consumo se convirtió en el más dinámico.


Crédito Vigente de la Banca Comercial al Sector Privado No Financiero
Variación Real % Anual



Fuente: BANXICO, Informe sobre la inflación enero-marzo 2013, Banca comercial crédito por actividad principal de prestatarios a junio de 2013


CRECE EL NÚMERO DE CLIENTES QUE PAGA EL SALDO DE SU TARJETA DE CRÉDITO CADA MES

La mayor parte del crédito sigue estando en manos de los “No Totaleros”.



Totaleros

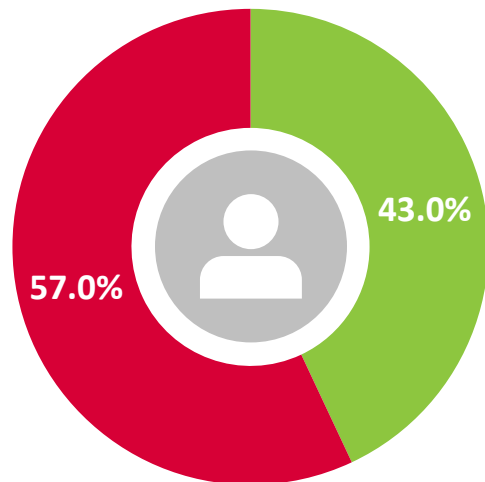
Se conoce como cliente “Totalero” al que paga el saldo de la tarjeta de crédito cada mes.



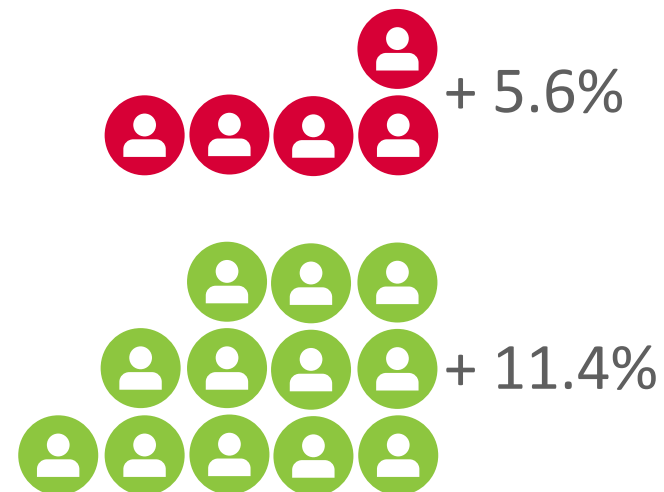
No Totaleros

Tarjetahabiente que acarrea una deuda a través del tiempo y paga intereses por no liquidarla cada mes.

Proporción por Tipo de Cliente
Febrero 2013



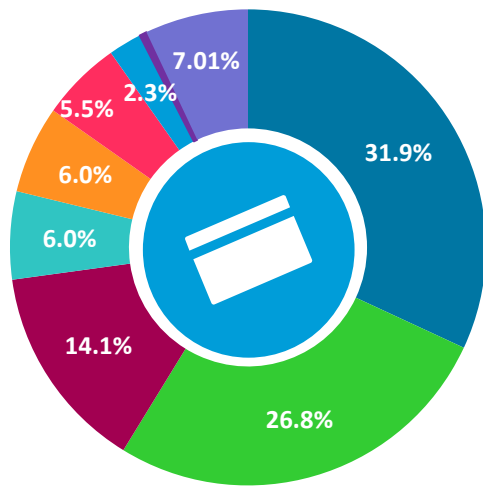
Crecimiento por Tipo de Cliente
2013 vs. 2012



Fuente: Banco de México Indicadores Básicos de Tarjetas de Crédito datos a febrero 2013

LAS TARJETAS DE CRÉDITO DE LOS *RETAILERS* SON LAS QUE MÁS CRECEN

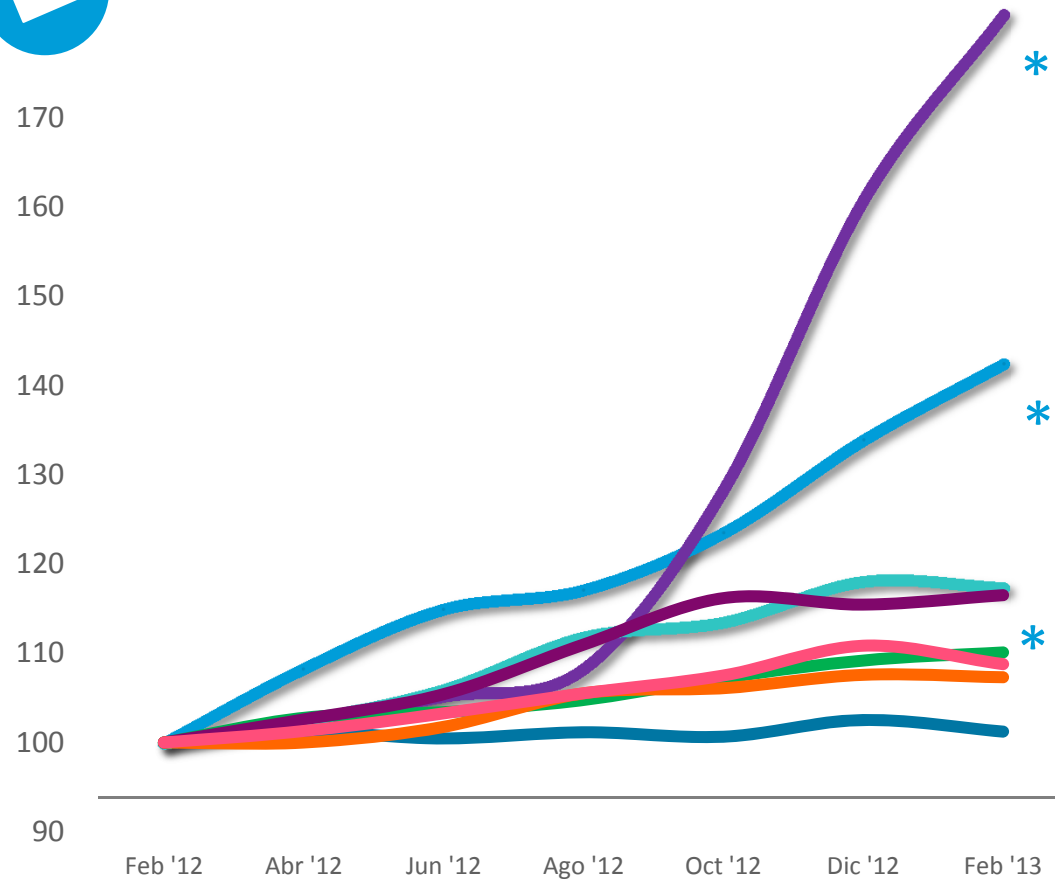
Participación de Mercado en Número de Tarjetas Febrero 2013



- BBVA Bancomer
- Banamex
- Santander
- BanCoppel
- Otros
- Banorte - Ixe
- HSBC
- Walmart
- Soriana



Índice de crecimiento en Número Tarjetas de Crédito



EL *TICKET* PROMEDIO MÁS ALTO LO HACEN LOS HOGARES QUE DECLARAN USAR TARJETA DE LA TIENDA

Ticket promedio. Año Total, 2012

Tarjeta de Tienda \$299

Vale electrónico \$245

Vales de despensa \$229

Tarjeta de Crédito \$276

Tarjeta de Débito \$237

Efectivo \$217

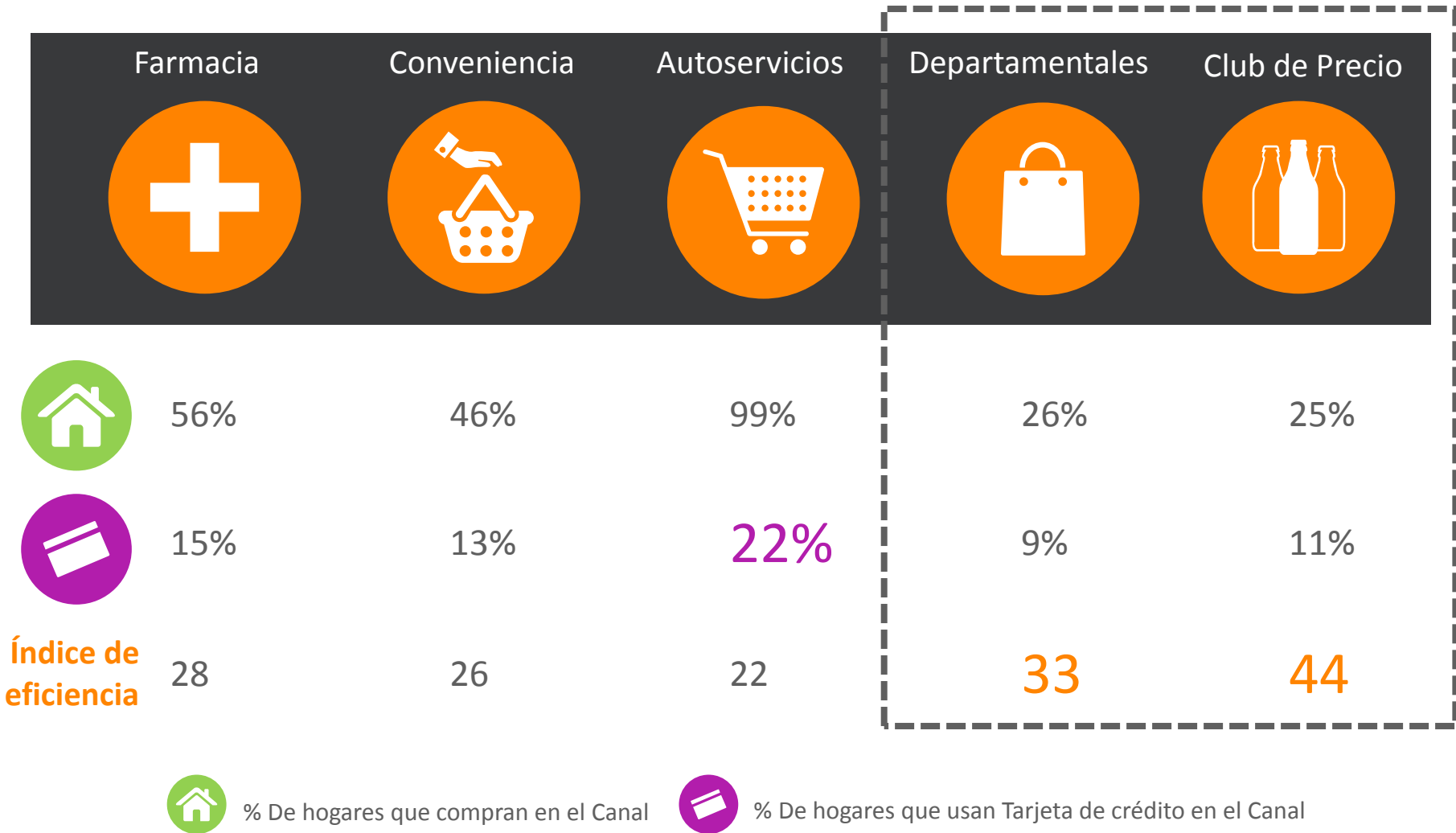
Categorías con mayor diferencial en el Gasto por Ocasión

Categoría	Gasto Promedio en pesos	Uso de Tarjeta de Tienda (pesos)	Diferencial en pesos
Pañales	61.3	107.3	46.0
Café Tostado/Molido	14.3	32.9	18.6
Shampoo	27.3	42.3	15.0
Leche en Polvo	56.6	70.8	14.3
Detergente Ropa	28.8	41.6	12.8
Café Soluble	19.4	30.4	11.0
Alimentos p/animales	39.9	50.4	10.5
Cereales	31.7	41.3	9.7
Condimentos Líquidos	20.2	29.7	9.5
Crema para la piel	47.7	57.1	9.3

Fuente: Nielsen Homescan/ Cuestionario Uso de formas de pago/ Año Total 2012

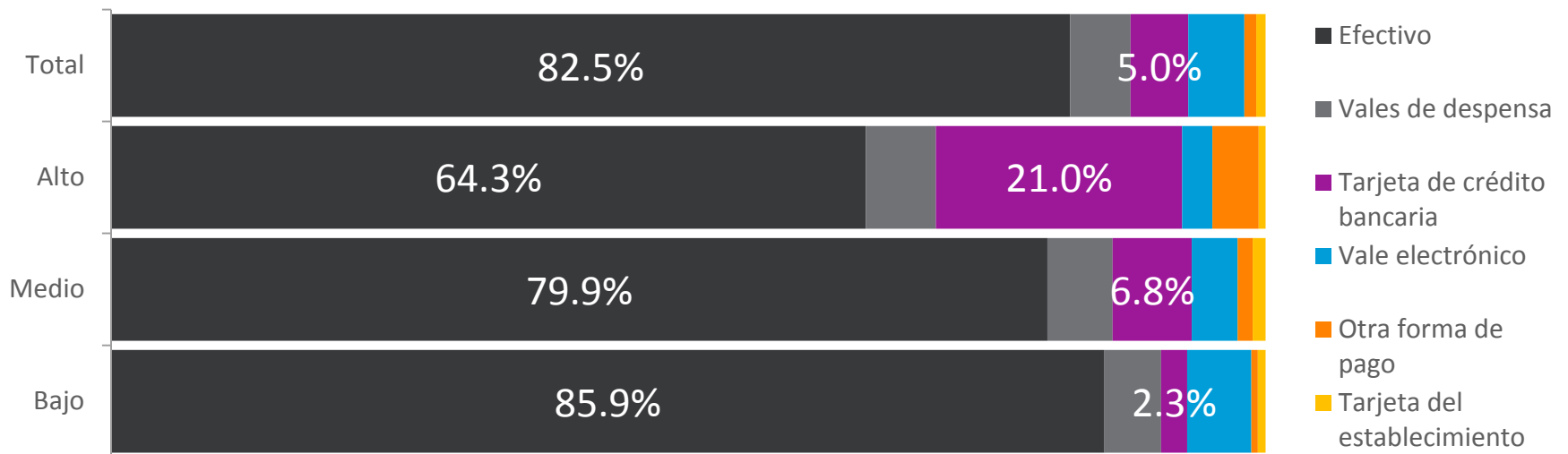
DEPARTAMENTALES Y CLUBES DE PRECIO TIENEN MÁS COMPRADORES QUE USAN TARJETA DE CRÉDITO

% De hogares que compran en el Canal vs. % De hogares que usan Tarjeta de crédito en el Canal



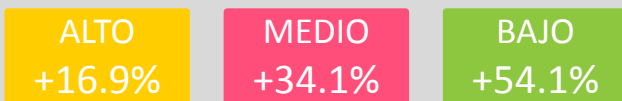
Fuente: Nielsen Homescan/ Cuestionario Uso de formas de pago/ Año Total 2012

EL NSE ALTO ES QUIEN USA MÁS LA TARJETA DE CRÉDITO, PERO EL QUE MENOS INCREMENTA SU GASTO CUANDO LA USA



Tarjeta de la tienda

Diferencial en el Gasto por Ocasión promedio vs. uso de tarjeta



Tarjeta de crédito

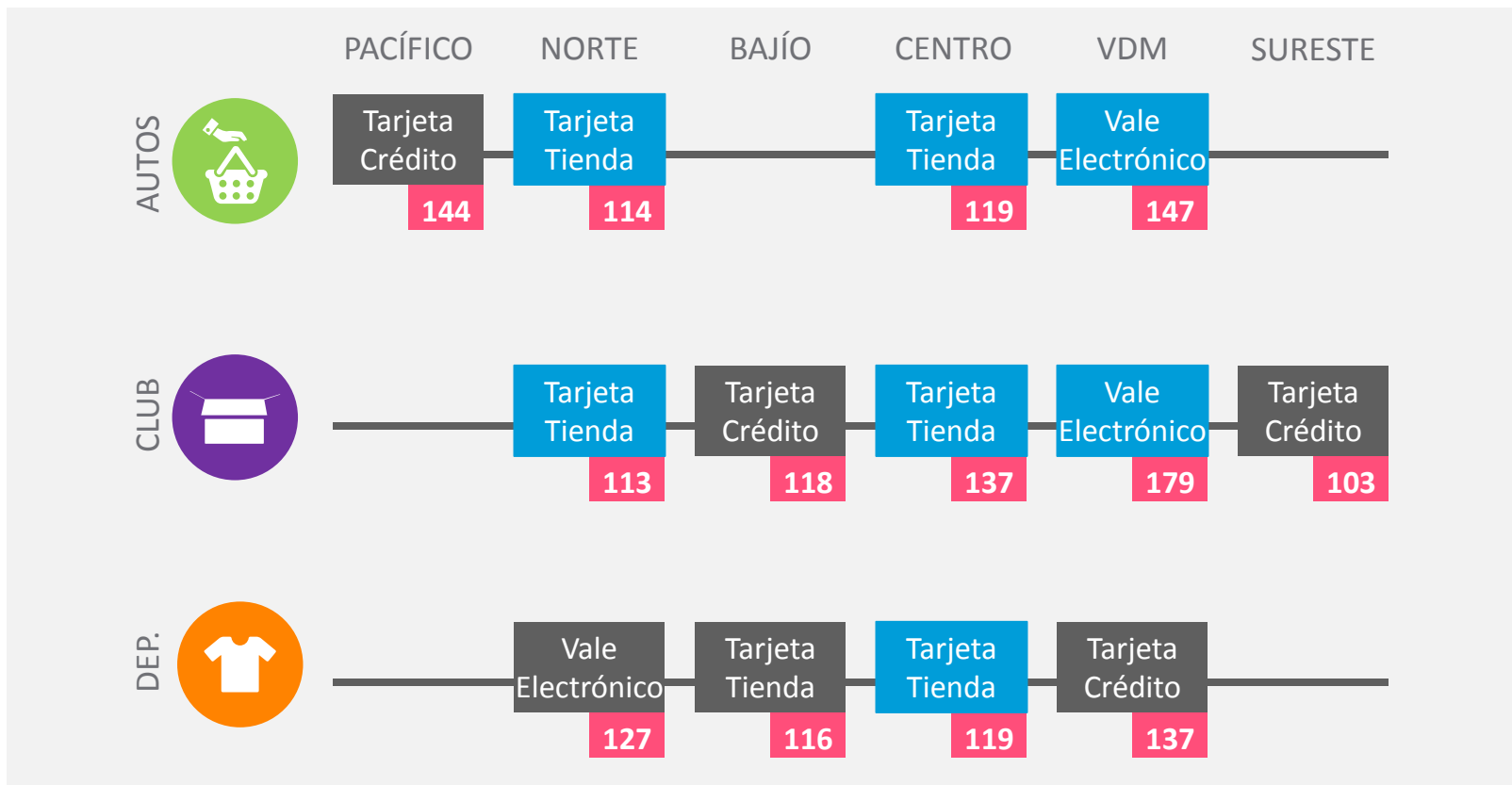
Diferencial en el Gasto por Ocasión promedio vs. uso de tarjeta



EN CADA ÁREA GEOGRÁFICA HAY MEDIOS DE PAGO QUE PREVALENCEN

Centro y Norte se caracterizan por su afinidad a tarjetas de la tienda, mientras el Valle de México prefiere el vale electrónico .

Uso de los diferentes medios de pago por Área geográfica vs. Total Nacional

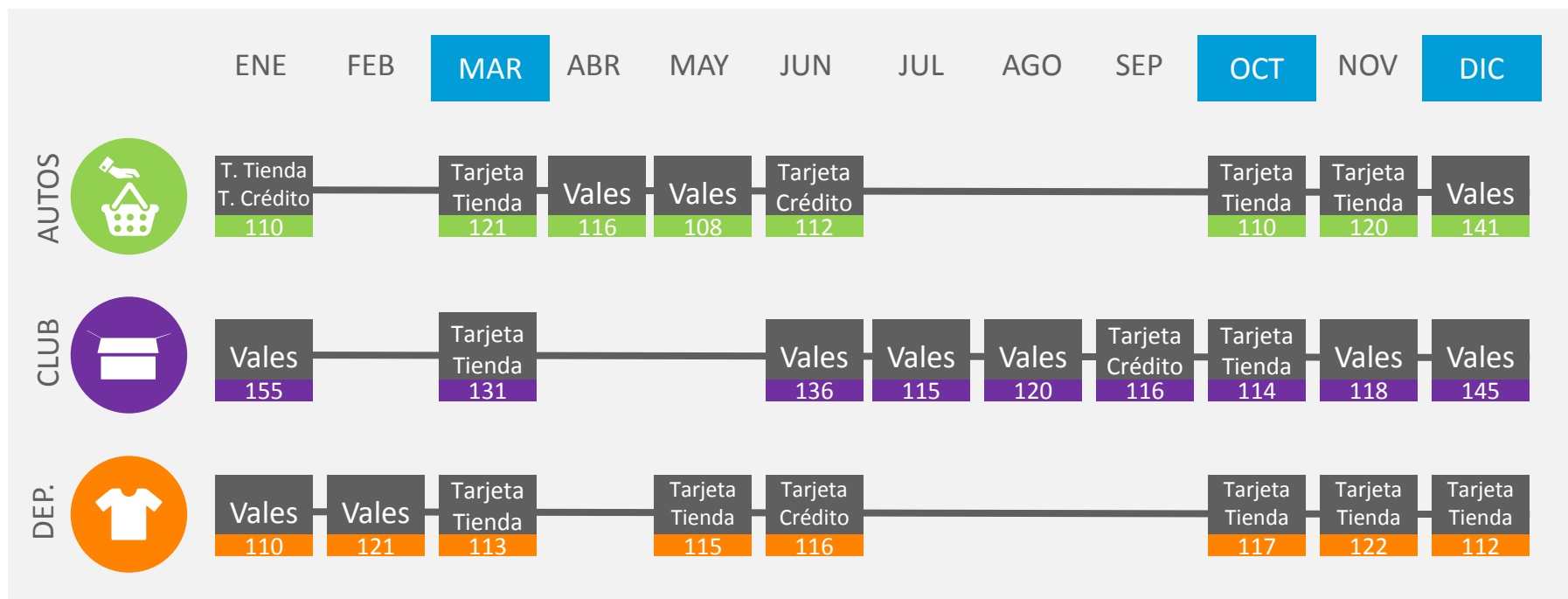


Índice de uso por área y canal: Base 100 Total México, Año Total 2012.

MARZO Y OCTUBRE SON IMPORTANTES PARA LAS TARJETAS DE TIENDA EN LOS 3 CANALES

Los Vales juegan un papel importante para Clubes de precio y Autoservicios en diciembre.

Temporalidad en el uso de los diferentes medios de pago



Índice de uso por mes y canal: Base 100 promedio mensual, Total México.

HALLAZGOS

- El crédito al consumo es el que más ha incrementado en los últimos años, representando una oportunidad para impulsar esta forma de pago en todos los NSE's, ya que genera un crecimiento en el gasto vs. el promedio.
- Aunque la mayor parte del crédito sigue estando en manos de los "No totaleros", crece el número de clientes que paga el saldo de su tarjeta de crédito cada mes.
- Las tarjetas de crédito de los *Retailers* son las que presentan un mayor crecimiento.
- El gasto promedio más alto lo hacen los hogares que declaran usar tarjeta de la tienda.
- Departamentales y Clubes de precio tienen más compradores que usan tarjeta de crédito.
- Aunque el NSE alto es quien usa más la tarjeta de crédito, es el que menos incrementa su gasto cuando la usa.
- Las zonas Centro y Norte del país se caracterizan por su afinidad a las tarjetas de la tienda, mientras el VDM prefiere el vale electrónico.
- Los meses de marzo y octubre son importantes para las tarjetas de tienda en los Clubes de precio, Autoservicios y Departamentales.





nielsen

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

jesus.tiburcio@nielsen.com
karla.rodriguez@nielsen.com
pamela.romero@nielsen.com

www.nielsen.mx