

Compras con tarjeta: los pagos en tres meses ganan terreno y desplazan al “Ahora 12”

23/01/2023



Las subas de las tasas de interés, la escasez de las “cuotas sin interés” y la preferencia por evitar el endeudamiento a largo plazo están cambiando los parámetros de consumo con tarjeta de crédito. Según un estudio de **Prisma Medios de Pago**, en el cuarto trimestre se acentuó la preferencia por planes de hasta tres cuotas, tanto dentro como fuera de los planes “Ahora”.

En detalle, el estudio indica que, del total de compras realizadas con el plan del Gobierno en el cuarto trimestre del año pasado, el 35,7% se hicieron en un plazo de tres cuotas, el 30,23% se hizo con “Ahora 6”, el 29,16% con “Ahora 12” y el 4,9 restantes con planes de 18, 24 y 30 meses.

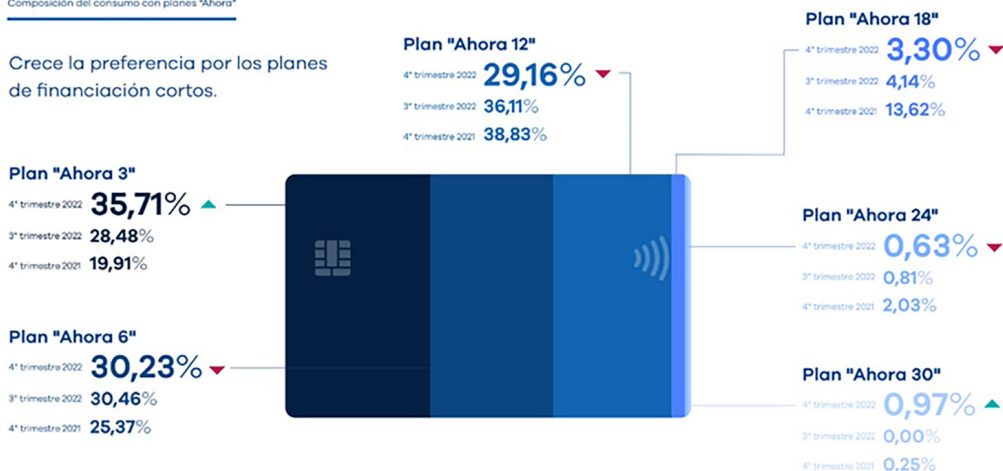
Lo llamativo, es que solo tres meses antes las preferencias eran muy distintas. La mayoría de los compradores optaba por los planes de 12 cuotas y en segundo lugar aparecían los financiamientos a seis meses.

Consumo con tarjeta de crédito con planes "Ahora"

Medición por volumen

Composición del consumo con planes "Ahora"

Crece la preferencia por los planes de financiación cortos.



Las diferencias eran aún más significativas hacia finales del 2021. En ese momento el "Ahora 12" se llevaba el 38,83% de las compras realizadas con el programa impulsado por el Estado y el plan "Ahora 3" apenas representaba el 19,91%.

Esto demuestra que hay una clara tendencia hacia el achicamiento de los plazos de pago y un desplazamiento del financiamiento de mayor extensión.

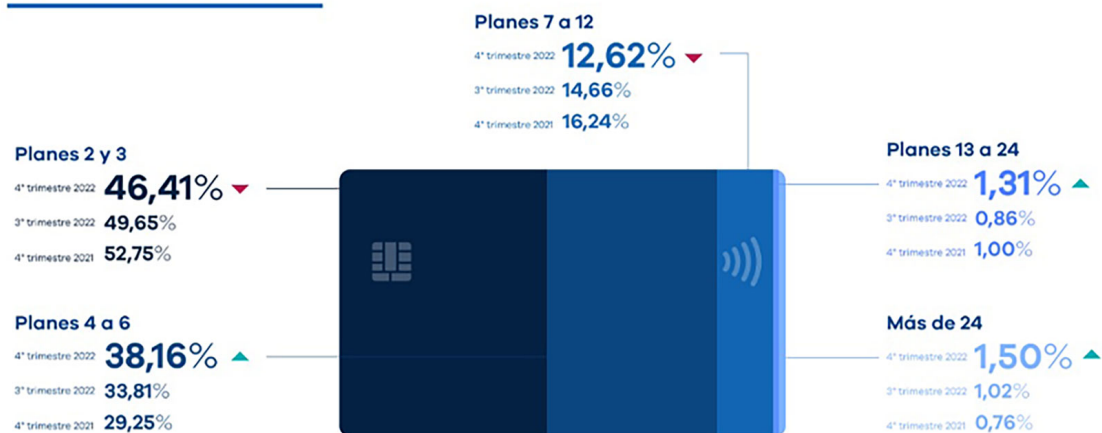
Incluso fuera del programa "Ahora" se da una situación similar. De acuerdo a la medición de Prisma, prácticamente la mitad de las compras que se pagaron con tarjeta de crédito fuera del plan del Estado, se hicieron en **planes de 2 y 3 cuotas** (46,41%).

Otro 38,16% se concretó en planes de **4 a 6 cuotas** y muy por detrás aparecieron los planes de entre **7 y 12 meses**, con una participación de solo 12,62%. El resto de los planes tuvo una presencia muy poco significativa.

Consumo con tarjeta de crédito resto de planes de cuotas (sin planes "Ahora")

Medición por volumen

Composición del consumo en cuotas (sin planes "Ahora")



En este caso, la tendencia de largo plazo muestra que han ido ganando terreno los pagos en plazos de entre **4 y 6 meses**, dado que su participación **creció 8,91 puntos** porcentuales en el transcurso de un año. Sin embargo, el financiamiento de tres cuotas sigue liderando las preferencias de los consumidores.

Sí se observa una caída progresiva de las compras realizadas a 12 meses. En el cuatro trimestre del 2021 esos planes tenían una participación del 16,24% y luego fueron bajando progresivamente hasta 12,62%.

Preferencia por el crédito

El **Índice Prisma Medios de Pago** es un estudio que utiliza como base la información estadística que cuenta la empresa a partir de los diferentes productos que administra, como la red de adquirencia **Payway** (terminales POS, sistemas propios, eCommerce, entre otros), la **red Banelco** (cajeros, transferencias y pagos con transferencias -PCT-) y el pago electrónico de impuestos y servicios en **PagoMisCuentas**, además de ponderarlo con información de mercado y estadísticas del **Indec** y del **Banco Central**.

Con esa información la empresa mide, del total de operaciones canceladas con tarjeta, cuántas transacciones se pagan con débito y cuántas se abonan con tarjeta de crédito.

De acuerdo a las últimas estadísticas disponibles (cuarto trimestre de 2022), el 55,33% de las compras se están pagando con crédito, en tanto que el 43,14% se paga con débito y el 1,53% con tarjetas prepagas. La tendencia de largo plazo indica que hay una inclinación hacia el crédito, que ganó 2,86 puntos de participación en el último año.

Qué se compra

Más allá de la modalidad y los plazos de pago, es importante destacar que, de acuerdo al informe, en el cuarto trimestre del 2022 crecieron 3,74% las compras -medidas en volumen- con relación al mismo período del año anterior.

Asimismo, se incrementó la cantidad de transacciones en todos los sectores. La medición de la empresa indica que hubo un fuerte repunte en la cantidad de operaciones con tarjeta en el rubro de **“autopartes y motocicletas”** (crecieron 60,99% la cantidad de transacciones).

Fue significativo también el crecimiento de los sectores de **restaurantes** (44,42%), supermercado (36,62%) y **“educación y salud”** (62,44%).

Fuente: Infobae