

29 de junio de 2020

## **PAGO CON TARJETA DE CRÉDITO EN *E-COMMERCE* SALTÓ EN TRES MESES DEL 30% AL 48% DE LA FACTURACIÓN TOTAL**

- *Compras en línea y ventas por teléfono crecieron 130 y 60% respectivamente en mayo pasado respecto al mismo mes de 2019; baja el uso de tarjeta más de 80% en viajes, y hoteles.*
- *El distanciamiento social ha generado cambios en el consumo en los últimos meses: no más compras de pánico en autoservicios y farmacias, pero sí más adquisiciones por internet.*

El aislamiento social que ha significado la contingencia sanitaria por el COVID-19 ha provocado un cambio en el uso que los clientes de HSBC dan a su tarjeta de crédito: en los últimos tres meses los pagos con tarjeta no presente incrementaron su participación en la facturación total desde un tercio (30% en febrero) hasta casi la mitad (48% en mayo).

De hecho, comparando a mayo de 2020 con el mismo mes de 2019 la facturación con tarjeta no presente crece a ritmos cercanos al 20% y con tendencia ascendente.

De la misma forma, de acuerdo con un análisis de la facturación en el consumo de los clientes de tarjetas de crédito de HSBC al quinto mes del año, se observan diferentes cambios en el consumo:

- Al cierre de ese mes, la facturación en comercio electrónico y ventas por teléfono o catálogo lideraron el crecimiento con 130 y 60% respectivamente contra mayo de 2019. Este repunte es incluso superior al que ya se observaba en abril, con 110 y 36% respectivamente.
- Destaca también el crecimiento de 34% que tuvo en mayo la compra a través de agregadores y gateways, los cuales permiten a las personas cobrar a través de dispositivos asociados a un celular.
- Continúa el repunte en la facturación en abarrotes y misceláneas (13%), aseguradoras (10%) y farmacias (5%). Resalta que en mayo se moderó el consumo en farmacias respecto a marzo (37%), cuando se tomaron las primeras medidas de distanciamiento.
- Los servicios de telecomunicaciones, específicamente referentes a telefonía celular e internet móvil, como la compra de tiempo aire, mantiene una tendencia moderada a la baja, de un dígito desde marzo y hasta mayo. Sin embargo, la facturación de clientes con empresas diversas que proveen servicios de Wi-Fi y contenido por streaming registran crecimientos superiores a los dos dígitos al quinto mes de este año.

- Los rubros cuya facturación se realizó con tarjeta de crédito y que presentan caídas superiores al 40% son tiendas departamentales, médicos y dentistas; entretenimiento –cine, teatro, etc-, gasolineras (49%); hoteles (79%); transporte terrestre de pasajeros (81%), restaurantes (87%), transporte aéreo con 88% y agencias de viajes (90%).
- La facturación en colegios y universidades retrocedió casi 30% también contra mayo de 2019.

“Analizando nuestra facturación de tarjetas de crédito, hemos identificado diversos cambios de tendencia en el comportamiento de los consumidores a lo largo de la contingencia sanitaria. Si bien en marzo las compras en tienda de supermercados crecieron 27% en términos interanuales, entre abril y mayo esa dinámica se ha trasladado hacia el comercio electrónico y las compras por teléfono o catálogo. De hecho, estos dos últimos rubros, han duplicado su crecimiento en cada mes consecutivo: sólo el *e-commerce* crecía 64% en marzo, luego 110% en abril y 130% en mayo, todos contra mismos meses del año anterior”, dijo Jorge Jáuregui, director ejecutivo de Tarjetas de Crédito, Adquirente y Crédito al Consumo.

“En lo referente a la facturación total, si bien estamos recuperando un 20% en mayo con relación a abril impulsados por los buenos resultados del Hot Sale, cuando comparamos con mayo del año pasado aún estamos un 23% abajo”, comentó.

Actualmente HSBC se prepara para la era post COVID-19, con promociones y alianzas comerciales enfocadas en los giros con mayor potencial de crecimiento y recuperación.

Por otra parte, de acuerdo con una reciente encuesta realizada por la firma Publicis referente a lo que las personas quieren hacer al regreso a la normalidad, destacaron las compras por internet, home office, viajes cortos nacionales, cursos en línea, visitar a familiares y amigos, hacer ejercicio al aire libre y entretenerse de forma segura.

**Contacto prensa:**

Lyssette Bravo

Tel. (52-55) 5721-2888

lyssette.bravo@hsbc.com.mx

Lizbeth Pasillas

Tel. (52-55) 5721-3555

lizbeth.pasillas@hsbc.com.mx

**Grupo HSBC**

Grupo Financiero HSBC es una de las principales agrupaciones financieras y bancarias de México, con 948 sucursales, 5,561 cajeros automáticos y aproximadamente 15,800 empleados. Para mayor información, consulte nuestra página en [www.hsbc.com.mx](http://www.hsbc.com.mx).

HSBC Holdings PLC, la casa matriz del Grupo HSBC, tiene su sede en Londres. El Grupo presta servicios a clientes de todo el mundo en 64 países y territorios de Asia, Europa, América del Norte, América Latina, Medio Oriente y África del Norte. Con activos totales de US 2,918 mil millones al 31 de marzo de 2020, HSBC es una de las organizaciones de servicios bancarios y financieros más grandes del mundo.