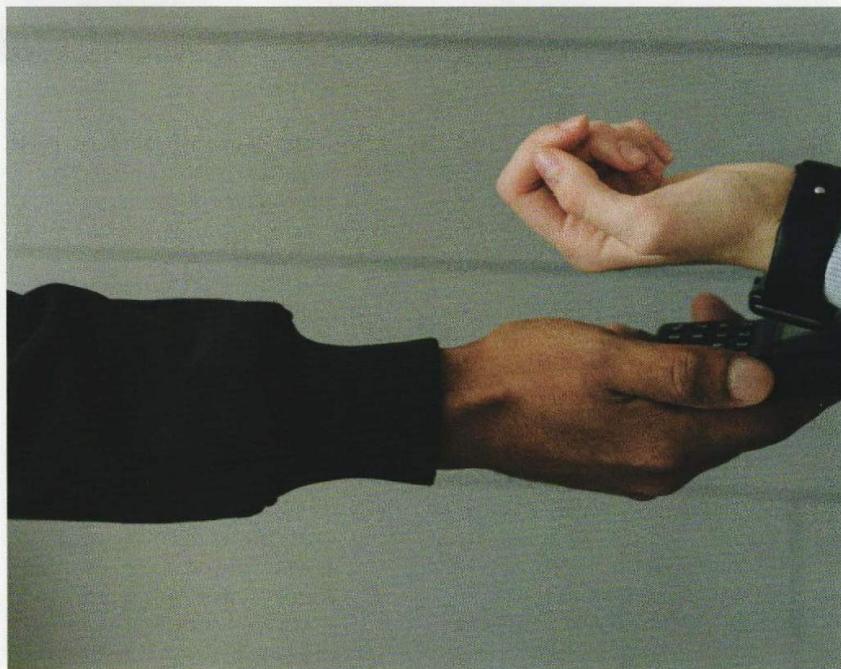


**ESPECIAL**

Los constantes cambios en los hábitos y las preferencias de los consumidores han llevado al sector de los medios de pago al centro de una vorágine de novedades orientadas a mejorar la experiencia de compra y reducir las fricciones que puedan surgir en el momento del pago. Los acuerdos empresariales, las operaciones de compra y los lanzamientos se suceden en un mercado en el que quedarse parado puede pasar factura. En paralelo, la moneda digital comienza a asomarse a un horizonte más a medio plazo que a largo, como manifiesta el hecho de que el BCE ya esté trabajando en el diseño del euro digital.



Medios de Pago Online

Cambios a velocidad de vértigo

EVA CASADO
eva.casado@alimarket.es

El sector de medios de pago online se encuentra inmerso en una vorágine de cambios marcada tanto por la propia evolución de los hábitos de consumo como por la necesidad de adaptarse a las condiciones

regulatorias. La aceleración de los supermercados online supone constantes novedades que no parecen tener fin, orientadas a mantener a los clientes y captar nuevos. Este desarrollo, no obstante, no es óbice para que las cadenas continúen adaptando sus establecimientos físicos a las demandas del un consumidor cada vez más digitalizado. La aparición de los supermercados sin cajas, que previsiblemente se irán

incrementando en el futuro, amplía las oportunidades para las compañías especializadas en medios de pago.

En la distribución alimentaria, el pago con tarjeta sigue siendo el más habitual, si bien van incorporándose nuevas posibilidades. En opinión de Gonzalo Saenz, director de ventas de Square en España, la adopción de los métodos de pago "al final, depende del tipo de establecimiento y de los productos que oferte; en tiendas de



venta de productos no perecederos una opción de BNPL [sistema de pago aplazado] puede encajar, mientras que las grandes superficies, en la mayoría de los casos, todavía no han dado el paso a ofrecer opciones como PayPal o Bizum". De hecho, entre las diez primeras distribuidoras nacionales por sala de venta (sin contar con Aldi, que no dispone de tienda online), tan solo Carrefour, DIA, El Corte Inglés y Alcampo ofrecen PayPal. En cuanto a Bizum, el último en incorporar esta opción ha sido Lidl, con lo que se suma a Mercadona, El Corte Inglés y DIA. La cadena alemana es, asimismo, la única que incluye una cartera digital (Google Pay) y pago aplazado a través de Aplazame, sin necesidad de tarjeta propia del establecimiento, como ofrecen en la competencia. Las opciones de BNPL están en auge en otros tipos de retailers, alentados por la crisis económica, aunque no están exentos de traspés. En este sentido, Clearpay ha cesado actividad en España, Francia e Italia el 3 de julio.

Sinergias para crecer

Dentro del sector de medios de pago, las principales operadoras tratan de mejorar sus posiciones en un mercado altamente competitivo que, dada su rápida evolución, continúa atrayendo nuevos actores que dan una nueva vuelta de tuerca a la oferta. Las estrategias para lograr tales objetivos incluyen tanto la innovación como el crecimiento inorgánico a través de adquisiciones que permitan sinergias. Entre las empresas más activas en este último sentido destacan Mangopay, Sipay Plus y Worldline, que han protagonizado diversas operaciones de compra.

Mangopay ha puesto el foco en los últimos meses en ampliar su oferta de soluciones de pago y sus servicios a través de adquisiciones y acuerdos. Así, antes de finalizar 2022, se hizo con Nethone, especializada en detección y prevención de fraudes por inteligencia artificial, con el fin de desarrollar soluciones antifraude para los marketplaces. Ya este año, ha adquirido la fintech dublinesa de instrumentación de pagos WhenThen, para impulsar sus capacidades de pay-in. Con esta transacción, la compañía refuerza la aceptación de pagos y automatiza las operaciones. Por último, la compañía ha cerrado un acuerdo de colaboración con PayPal para ofrecer soluciones a las necesidades de los marketplaces. Mediante la colaboración, definida a largo plazo, ambas empresas se encargarán de redefinir la experiencia de pago mediante integraciones flexibles y sin fisuras. Con estos movimientos, Mangopay amplía su oferta, que, según señala Nicolas Fournié, director general para España y Portugal de la compañía, ya cuenta con "hasta 15 métodos de pago diferentes integrados en nuestra solución". Además, considera fundamental reforzar la seguridad de las transacciones, algo que, gracias a las últimas normativas del sector

(como la directiva europea PSD2), "han hecho de los pagos online un entorno mucho más seguro y confiable para el usuario final". En su opinión, "fomentar un entorno propicio para la innovación y la libre competencia, que a su vez sea capaz de generar una mejor experiencia de usuario, es fundamental para la continua evolución del sector de los medios de pago".

Sipay Plus iniciaba el año tomando una participación del 75% del capital de WooniversSpain, operación con la que añade a sus servicios de pagos digitales y software de punto de venta la tramitación de la devolución de impuestos a los consumidores directamente, o a través de los comercios. Además, acaba de alcanzar un acuerdo con Sileon para desarrollar una nueva solución de BNPL en España, lo que permite a Sipay incluir en sus servicios suscripción, facturación y planes de pago fraccionados. En cuanto a sus proyectos para el resto del año, la compañía prevé lanzar 'Smart Terminal', un terminal de pago; migrar la plataforma a AWS (Amazon Web Services), solicitar al Banco de España la licencia de entidad de pago y diversificar su cartera de productos con nuevos servicios financieros, BNPL y Merchant as a Lender, todo ello sin descartar posibles adquisiciones de otras compañías.

Por su parte, Worldline anunciaba el pasado mes de octubre la toma de una participación del 55% en SoftPos.eu, una fintech con sede en Varsovia que convierte dispositivos Android en terminales de pago seguros. Fruto de esta operación, ha lanzado 'Worldline Tap on Mobile', que permite a los comercios aceptar pagos utilizando un teléfono inteligente, tableta o dispositivo empresarial con un solo toque. La solución está diseñada para aceptar métodos de pago móviles y con tarjeta a través de NFC. Finalmente, Paysafe (Viafintech) cerraba un acuerdo con Pecunpay



ESPECIAL MEDIOS DE PAGO ONLINE

Principales novedades y proyectos en el sector de soluciones de pago online

Empresa/Grupo

ADYEN	Lanzamiento de Payout Services, los terminales de pago NYC1 y AMS1 y una solución de autenticación digital. Integra la experiencia Click to Pay en su flujo de pago online
AMAZON	Inicia implantación de 'Amazon One' en EE.UU.
BIZUM	Servicio de identificación digital. Proyecto de nuevas funcionalidades para posibilitar pagos presenciales
CAIXABANK	Lanzamiento de 'Smartphone TPV'
INESPAY	Ampliación cobertura del servicio al resto de mercados europeos, transferencias periódicas y cuentas de pago
MANGOPAY	Adquiere Nethone, adquiere WhenThen, acuerdo con Paypal
MONEI	Lanza 'Monei Pay', desarrollo de 'EURM' (tokens vinculados al euro), acuerdo con Meta para ofrecer pagos instantáneos por Whatsapp
PAYNOPAIN	Lanzamiento de 'Tap to Pay by Paylands', incorporación de Apple Pay y de las transferencias instantáneas a su cartera de métodos de pago. Proyecto de expansión a varios países de Europa
PAYSAFE (VIAFINTECH)	Alianza con Pecunpay
SIPAY PLUS	Adquisición del 75% del capital social de Woonivers Spain, acuerdo con Sileon para solución BNPL, lanzamiento 'Smart Terminal'
SQUARE (BLOCK)	Lanzamiento en España de 'Tap to Pay' en Android
TOPII	Retirada de efectivo y descuentos en tienda física. Próximos lanzamientos de ingreso en efectivo en tienda física y envío de dinero desde tienda física
UNIVERSAL PAY	Acuerdo para aceptar pagos con las tarjetas de la red Discover® Global Network y acuerdo con la plataforma de comercio electrónico Mabisy
WORLDLINE	Lanza 'Worldline Tap on Mobile' y adquiere una participación mayoritaria en la fintech SoftPos.eu

Fuente: Alimarket Gran Consumo

para ofrecer a sus clientes el servicio 'Viacash', de retirada e ingreso de efectivo en cajas de supermercados y tiendas adheridas de toda Europa, a través de un código de barras que se genera desde la aplicación. BonPreu fue la primera cadena en incluir este servicio, al que se unió posteriormente el grupo IFA, con las cadenas MAS, Gadisa y Condis, y al que se ha sumado en los últimos meses Alimarket. La retirada de efectivo en supermercados es una opción que también ofrece Topii, compañía que tiene previsto aumentar sus servicios este año con la posibilidad de realizar ingresos en efectivo en tienda física y envío de dinero desde el propio establecimiento.

Auge del tpv móvil

Esta última opción, la de convertir un dispositivo móvil en un tpv que permite aceptar pagos, también está

ganando adeptos entre las empresas de medios de pago, que amplían su oferta más allá del canal online, para mejorar la experiencia contactless en el punto de venta físico. Tras un año de andadura en nuestro país, Square, división especializada en soluciones de software, pagos y hardware, de la norteamericana Block, ha presentado 'Tap to Pay' en Android, que permite aceptar pagos sin contacto en dispositivos con tecnología NFC. La propuesta de PaynoPain en esta misma línea se presentó el pasado mes de mayo bajo el nombre 'Tap to Pay by Paylands', una solución que elimina la necesidad de contratar datáfonos. La compañía, además, en su apuesta por el contactless, ha incorporado en abril Apple Pay a los métodos que ofrece su pasarela 'Paylands', en la que ya contaba con Google Pay, Bizum y Mastercard Click to Pay. Finalmente, en junio, anunciaba la

incorporación de las transferencias instantáneas a su cartera de medios de pago. Con esta opción, pueden realizarse transferencias inmediatas para emitir pagos a clientes y proveedores o para gestionar facturas o nóminas. Según la empresa, las transacciones son "inmediatas, tienen alcance internacional y menos costes asociados". 'Monei Pay', de la fintech Monei Digital Payments es otra de las alternativas al tpv físico. En este caso, la aplicación genera un código QR en milisegundos que el cliente tan solo tiene que escanear y aceptar el importe para realizar el pago. Esta app es compatible con métodos tradicionales como tarjetas de crédito; con opciones instantáneas como Bizum y con formas alternativas y locales como Apple Pay, Google Pay o PayPal. Entre las novedades más recientes de Monei se encuentra el acuerdo alcanzado el pasado mes de mayo con Meta, matriz de las



redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, para que los comerciantes envíen solicitudes y recibos de pago a través de esta última. La solución permite enviar un enlace de Pay By Link a través de la app de mensajería y redirigir a sus clientes a una página de pago donde elegirán el método de su preferencia (tarjetas de crédito, Bizum, PayPal o métodos de digital wallets como Apple Pay, Click to Pay o Google Pay). Con esta nueva vía, según señala la empresa, se automatizan los procesos de solicitudes de pago para los comerciantes porque les posibilita establecer una fecha de vencimiento y configurar el terminal con la moneda que acepte o sea de su preferencia. En este sentido, si el cliente tiene una tarjeta estadounidense y el comerciante desea que sus clientes paguen tarifas de conversión, el terminal se configura en euros. Pero

si desea compensar las tarifas, puede configurarlo en dólares americanos. Finalmente, CaixaBank ha sido la primera entidad financiera en lanzar en nuestro país una app que convierte los móviles en tpv sin dispositivo adicional. La solución, denominada 'Smartphone TPV', se ha presentado en el mes de mayo, es compatible con tarjetas Visa y MasterCard y permite consultar en tiempo real el histórico de las operaciones realizadas y el detalle de cada una de ellas.

Seguridad e identidad digital como pilares

La seguridad es una variable constante de vital importancia en el sector de medios de pago. La confidencialidad de la información de las transacciones, su veracidad y el acceso a la misma deben estar

garantizados, de forma que se ha convertido en una de las principales preocupaciones para todos los actores, desde los consumidores a los comercios, pasando por las entidades bancarias. Dentro de las empresas de soluciones de pago que han presentado recientemente novedades enfocadas a mejorar la seguridad, Monei está trabajando en los primeros tokens vinculados al euro, con paridad 1:1, denominados 'EURM'. Estos tokens permiten enviar dinero de forma inmediata a escala mundial. El proyecto recibió luz verde a finales de enero por parte del Banco de España para emitir los 'EURM' dentro de su Espacio Controlado de Pruebas (Sandbox Financiero). Su empleo es gratuito y solo es necesario un teléfono móvil para poner los tokens en uso. Por el momento, según la empresa, está restringido



ESPECIAL MEDIOS DE PAGO ONLINE

a personas particulares españolas y cada token representará un euro físico cuyo total será custodiado en dos cuentas de salvaguarda de las entidades financieras españolas BBVA y Caixabank.

Igualmente, las empresas del sector trabajan en mejorar los sistemas de identidad y autenticación digital. Adyen tiene en curso proyectos piloto en su solución de autenticación avanzada que aumentan la conversión hasta el 7%. Diseñadas para optimizar la autorización y los ingresos finales, las capacidades ampliadas de la empresa incluyen las funcionalidades 'Autenticación Delegada', 'Solo Datos'

y 'Beneficiarios de Confianza'. Además, la compañía ha lanzado en junio 'Payout Services', que permite a los clientes de Adyen pagar los fondos adquiridos con el método preferido de sus usuarios afiliados o socios con mayor velocidad. Por otro lado, ha integrado la experiencia 'Click to Pay' en su flujo de pago online, un método de recuperación de datos que evita a los compradores registrados tener que introducirlos de nuevo durante el proceso. Además, dentro de su línea de pagos presenciales ha lanzado una gama de terminales de diseño propio, denominados 'NYC1' y 'AMS1'.

También con el fin de incrementar la seguridad y mejorar la experiencia

de compra, Bizum ha presentado en mayo su identificador digital, que en una primera fase proporciona a los usuarios "el acceso y registro en servicios y comercios online de forma segura, rápida y sencilla". Posteriormente, este servicio incorporará funcionalidades para simplificar el pago y el proceso de firma digital. Más adelante, aunque la compañía no ha concretado plazos, añadirá nuevas funcionalidades dirigidas a que Bizum se convierta en "una solución de pago integral". Además, desde la empresa indican que "confiamos en que el año que viene estará disponible una solución para pagos presenciales con Bizum,

EL SECTOR OPINA

¿Hacia dónde camina el sector de medios de pago?

E. C.

Fernando Rodríguez Ferrer, director de desarrollo de negocio de Bizum: En el ámbito de los medios de pago estamos asistiendo (y la tendencia continuará) al auge del pago por móvil y de las transferencias inmediatas. Además, será vital la evolución de la identidad digital, lo que facilitará los pagos en remoto y será fundamental en el desarrollo y adopción de las futuras divisas digitales (como el euro digital).

Portavoz de Caixabank: Hacia ofrecer soluciones integradas de gestión y pago ajustadas a las necesidades de todos los segmentos de comercios, desde una tienda pequeña delicatessen hasta grandes cadenas.

Carlos Blanco Ruiz, socio director y director comercial de Inespay: El sector de medios de pago va claramente encaminado a un futuro en el que predominen los pagos de cuenta a cuenta, sin intermediación en el pago como ocurre actualmente con las tarjetas bancarias o los wallets. En un futuro próximo, los usuarios sólo necesitarán una cuenta bancaria y un móvil para pagar de forma sencilla mediante una transferencia instantánea, ya sea en el mundo virtual o el físico.

Nicolas Fournié, director de España y Portugal para Mangopay: En primer lugar, la PSD2, que afronta su primera revisión e introduce nuevos requisitos para la autenticación de los pagos. Hace que las transacciones sean aún más seguras, porque los usuarios finales tienen que aprobarlas

activamente dos veces. Por otro lado, BNPL está en pleno auge y, por último, los pagos instantáneos se alzan como uno de los nuevos pilares de la economía, redefiniendo sectores al 100% y también el día a día de los usuarios, que cada vez demandan más inmediatez y facilidad de uso.

Alex Saiz Verdaguer, CEO y fundador de Monei: Se encamina cada día hacia la implementación de una solución paneuropea definitiva que permita transacciones instantáneas entre ciudadanos y empresas del continente. Esto representaría una oportunidad única para liderar un avance tecnológico sin precedentes. Es crucial que los players del sector nos apoyemos mutuamente para lograr este éxito y demostrar al resto de Europa y del mundo que España está a la vanguardia. Además, esta evolución nos brinda la oportunidad de frenar el control de nuestras vidas digitales por parte de las Big Techs, que operan bajo la jurisdicción estadounidense. Sin duda, el futuro de los pagos es digital y es necesario aplicar tecnología para actualizar los métodos de pago obsoletos.

Jordi Nebot, CEO y cofundador de PaynoPain: Es más importante que nunca adaptarse a los nuevos métodos de pago y ampliar el abanico de opciones para satisfacer las necesidades actuales del mercado. Los comercios online de alimentación que ofrecen una amplia variedad de métodos de pago aumentan la conversión de su negocio. Al proporcionar opciones de pago flexibles y cómodas, se eliminan barreras y frustraciones durante el proceso de compra, lo que resulta en una experiencia positiva para el cliente y aumenta las



adaptada a las distintas preferencias y necesidades de usuarios finales y comercios”.

Por otro lado, Inespay, entidad de pago supervisada por el Banco de España que ofrece el servicio de iniciación de pagos mediante transferencia bancaria, que cuenta entre sus clientes con Transgourmet Ibérica, ha ampliado la cobertura del servicio al resto de mercados europeos. Además, en enero ha incorporado las transferencias periódicas y, en mayo, ha puesto en marcha las cuentas de pago, de forma que, mediante la apertura de una cuenta con IBAN español a través de la compañía, pueden gestionarse los

fondos desde una plataforma propia de forma programática vía API.

La moneda digital avanza

Hasta el momento, las monedas digitales han sido consideradas más un activo de inversión que un medio de pago, si bien en un futuro no muy lejano se convertirán, al menos en el caso de las monedas digitales de bancos centrales, en un medio de pago cotidiano. De hecho, ya se están produciendo avances en este sentido y, en la última semana de junio, la Comisión Europea presentó una propuesta para poner en marcha el euro digital. Se trataría de una

moneda digital del Banco Central Europeo (BCE) que ofrecería a los consumidores una solución de pago alternativa al pago en efectivo, pero no lo sustituirá.

Respecto a las criptomonedas, ya existe en nuestro país el primer supermercado online que las acepta como medio de pago. Se trata de cadena granadina ‘Tu Súper’ que ha puesto en marcha su ecommerce con esta innovación. Para el CEO de la distribuidora, Rubén Navarro, esta novedad supone “una disrupción en el sector de los supermercados pues rompemos el tabú de las monedas digitales incorporándolas al portfolio de métodos de pago”.

posibilidades de completar la transacción. Además, adaptarse a las preferencias individuales genera confianza en los clientes, transmitiendo una imagen de profesionalidad y atención al cliente.

Rob Gatto, Chief Revenue Officer de Paysafe: Continuaremos viendo un mayor enfoque en la facilidad de uso y haciendo que los pagos sean cada vez más sin fricciones para el consumidor. Nunca ha sido más importante para las empresas en línea asegurarse de que su pago esté optimizado para una experiencia de cliente perfecta. El sector de pagos tendrá que adaptarse a las tecnologías emergentes que están ayudando a permitir esto y apoyar a las empresas en línea durante este período.

José Luis Nevado, CEO y fundador de Sipay Plus: Creo que el sector está evolucionando en dos direcciones. Por un lado ‘Request to pay o pull payments’, un esquema de pago que permite a un comercio solicitar un pago instantáneo a un consumidor de cuenta a cuenta. Su mayor beneficio es que mejora la experiencia de usuario porque permite instrumentalizar compras utilizando otros métodos de cobro adicionales a la tarjeta, mediante el uso del dispositivo móvil. En esencia, el consumidor recibe una notificación en su dispositivo móvil con un importe determinado y solo tiene que aprobarlo con una identificación biométrica. Por otro lado, los wallets, una cartera digital, que normalmente se encuentra en un dispositivo de uso habitual para los usuarios (smartphone o smartwatch), que permite acceder rápidamente a las tarjetas

y pagar. Esta tecnología agiliza y mejora la experiencia de usuario sin dejar de lado la seguridad.

Gonzalo Saenz, Director de ventas de Square en España: En general, el pago online a través de wallets se irá abriendo paso por la facilidad a la hora de finalizar una compra, evitando tener que recurrir a introducir los datos de la tarjeta o los datos de una cuenta en una plataforma de terceros. Además, el proyecto del euro digital del Banco Central Europeo, que busca emitir su propia moneda digital, va ganando fuerza. Podemos augurar un futuro en el que las compras online se realicen con equivalente electrónico al efectivo.

Álvaro Fernández Comas, Country Manager Topii Spain: A aportar más valor en el pago con nuevos servicios: Pago, fracciono el pago, retiro o ingreso efectivo, aplico cash back, cupones o descuentos, socializo mis compras, etc.

Jesús Molina, Head of partners & ISV de UniversalPay: Nos encontramos en un sector que avanza a gran velocidad. La llegada de la inteligencia artificial, así como la cada vez más plausible llegada del euro digital, junto con los avances en cuanto a la seguridad de las transacciones (biometría, reconocimiento facial...), y su regulación, serán claves en la revolución que se producirá en nuestro sector en los próximos años. Además, veremos una verticalización de los métodos de pago según las funciones y posibilidades que ofrecen, adaptándose a las necesidades de cada sector y especializándose en cada uno de ellos.