



► 19 Junio, 2023

# Soluciones de pago que revitalizan el comercio electrónico

La pandemia impulsó la **revolución de los medios de pago**. Se abren oportunidades para las 'start up', y numerosas compañías españolas lanzan soluciones para mejorar la experiencia del cliente en los pagos.



Gorka Aguirre y Juan Coll, fundadores de Snab.



Raúl Roche, Carlos Castellanos, Víctor Pardo y Carlos Blanco, de Inespay.



Equipo de PaynoPain.



## TENDENCIAS | NEGOCIOS

# Emprendedores que agilizan el pago en los comercios

El crecimiento del **comercio electrónico** en los últimos años es uno de los principales factores que han abierto grandes **oportunidades** para aquellas 'start up' que desarrollan soluciones en el ámbito de los pagos.

Jesús de las Casas. Madrid

Los medios de pago están experimentando una auténtica revolución. Aunque esta tendencia se remonta varios años atrás, la pandemia fue el gran catalizador que impulsó la innovación y la digitalización en este ámbito. Además del auge del comercio electrónico, la reducción del contacto físico es uno de los hilos conductores de esta revolución. La idea de pagar a través del móvil, mediante códigos QR o con elementos biométricos hubiera parecido ciencia ficción hace apenas dos décadas, pero ya es una realidad que aprovechan cada día millones de personas en España.

Ante este contexto, numerosas *start up* españolas han lanzado nuevas soluciones para facilitar o mejorar la experiencia de cliente en los pagos. Este segmento del mundo *fintech* viene generando un interés creciente entre los inversores, que ven cómo se alinean con las demandas del mercado y perciben en ellas un alto potencial de crecimiento.

## Adaptación

En pleno estallido del Covid-19, muchos comercios se vieron ante la obligación de empezar a vender online para subsistir. A menudo, no tenían ninguna experiencia previa en este campo. "La mayor parte de estas empresas necesitaban soluciones como la nuestra, que permite vender a través de las redes sociales o de WhatsApp", subraya Jordi Nebot,



El equipo de Inespay, con Raúl Roche (CTO), Carlos Castellanos (COO), Víctor Pardo (CEO) y Carlos Blanco (CCO).



El equipo de PaynoPain.

CEO y cofundador de PaynoPain. Su solución, que hacía posible finalizar el pago de un pedido compartiendo un enlace a través de estas plataformas de manera rápida y sencilla, resultaba especialmente útil para estas compañías.

Aquella etapa, que sirvió como

un banco de pruebas, hizo que muchos pequeños negocios conocieran las ventajas de la digitalización en el sentido más amplio del término. "Introducir nuevos métodos de pago en las plataformas de tienda online permite que las empresas ofrezcan alternativas de pago a sus

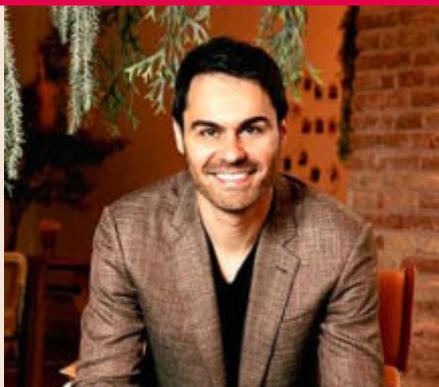
clientes, lo que les brinda la oportunidad de vender más", comenta Víctor Pardo, CEO y cofundador de Inespay.

En el caso concreto de España, el lanzamiento de Bizum en 2016 marcó un antes y un después en la digitalización de los pagos. Resultado de la

colaboración entre la mayoría de los bancos nacionales, su adopción ha superado cualquier expectativa: ya lo utilizan más de 23 millones de usuarios. Por ejemplo, es el segundo método de pago digital más empleado en la pasarela de pagos de la *start up* Monei. "En el primer trimestre de 2021 suponía un 4,6% del total, mientras que dos años después ha aumentado hasta el 23,4%", afirma su CEO y fundador, Álex Saiz Verdguer, que añade que su uso aumenta en detrimento de las tarjetas de crédito.

Otra de las soluciones de moda en el último año es el denominado "compre ahora, pague después" o BNPL -por sus siglas en inglés, *buy now pay later*-. El porcentaje de estas transacciones ha pasado de representar apenas un 1% sobre las compras online en 2019 a acercarse al 5% en 2022 en España. "La pandemia aceleró la penetración del comercio electrónico y, con ello, la necesidad por parte del comercio de proporcionar facilidades de pago para poder competir", resalta Adrián Escudé, director de marketing de SeQura.

No obstante, la disrupción en el ámbito de los pagos va mucho más allá del e-commerce. Así lo manifiesta Gorka Aguirre, CEO y cofundador de Snab, quien asevera que "hoy los consumidores, tanto particulares como empresas, demandan soluciones de pago digitales, modernas y en un solo clic".



Adrián Escudé, director de marketing de SeQura.

## Compre ahora, pague cuando quiera

SeQura nació hace ocho años para ayudar a los comercios a vender más y ofrecer facilidades a los consumidores. Sus fundadores querían traer a España el modelo de pagos del norte de Europa, donde ya existía la cultura de no pagar siempre en el momento de la compra, sino más tarde o a plazos. En España, algunos bancos cubrían parte de esta demanda con créditos al consumo, pero estaban lejos de brindar una experiencia satisfactoria e inmediata. "El reto y la oportunidad era crear una solución tecnológica que permitiera el acceso a crédito en segundos con un proceso digital, una integración óptima con el comercio y un trato honesto, accesible y empático con el consumidor", afirma

Adrián Escudé, director de marketing de SeQura. Entre sus distintas modalidades de pago flexible, permite el fraccionamiento sin intereses o la compra a plazos hasta en 24 meses. Escudé explica que la 'start up', que ya opera en más de 15 sectores distintos con un rango de precios de entre 60 y 4.000 euros, ha creado "un algoritmo de riesgo diseñado de forma específica para España y el sur de Europa". En 2022 alcanzó los 40 millones de euros de facturación, abrió un centro de innovación en Barcelona y cerró un acuerdo de crédito con Citi de 150 millones de euros. Las perspectivas no pueden ser mejores: este año ya crece un 40% más y planea lanzar nuevas categorías de producto.



## Así se digitalizan las pymes

Integrar una solución de pago eficiente en la tienda online no es tarea fácil para muchos pequeños comercios. En **PaynoPain** se dieron cuenta de ello en 2011 y vieron que podían marcar la diferencia en este ámbito de los pagos, cuando los bancos aún no estaban del todo familiarizados con los procesos del ecommerce. "Ofrecemos a cualquier tienda online acceso a una gran variedad de métodos de pago, independientemente de la plataforma que utilicen. Nuestro proceso es sencillo y rápido: en menos de 24 horas podemos tener a un comercio funcionando con las formas de pago más comunes en los países a los que dirigen sus productos", señala Jordi Nebot, CEO y cofundador de la 'start up'. Por ejemplo, en el caso de España ofrecen tarjetas bancarias, transferencias inmediatas y Bizum, además de permitir que los comercios cobren utilizando su teléfono móvil a modo de datáfono. PaynoPain, que brinda estos servicios a un amplio abanico de industrias —desde hoteles y microcréditos hasta el sector bancario—, gestiona ya más de 3 millones de transacciones al mes y unos 2.000 mi-



Jordi Nebot, CEO y cofundador de PaynoPain.

llones de euros anuales. Tras crecer un 30% en volumen de negocio y un 20% en clientes en 2022, Nebot prevé un incremento del 25% en su facturación para este año. Asimismo, ya planifica su expansión internacional, aprovechando la licencia europea como entidad de pagos que ha obtenido del Banco de España.

## Mejorando la experiencia de pago

A caballo entre Málaga y Barcelona, Álex Saiz Verdaguer fundó **Monei** en 2015 cuando detectó las pocas posibilidades que existían en España en el segmento de los pagos online. La 'start up' puso el foco en desarrollar una pasarela de pagos para que los comercios pudieran gestionarlos del modo más sencillo y ágil posible. "Combinamos más de 40 métodos de pago a través de una única plataforma y permitimos que cualquier entidad se integre con Shopify y otras compañías de ecommerce", explica Saiz Verdaguer. Entre ellos, se encuentran los principales medios de pago como las tarjetas de crédito y billeteras digitales, junto con otros alternativos. Además de facilitar que cualquier tienda online transaccione con el banco español que quiera, el CEO de **Monei** destaca que su modelo permite ofrecer el precio más competitivo, con cuotas adaptadas al volumen de negocio de cada comercio. Sus clientes operan en ámbitos tan distintos entre sí como el 'retail', la hostelería o las peluquerías. Uno de ellos es la 'start up'

Incapto, que ha instalado los códigos QR de **Monei** en sus cafeteras. "Todos tienen una necesidad muy concreta: ofrecer la mejor experiencia de pago tanto online como física a sus usuarios", precisa Saiz Verdaguer. En enero, el Banco de España autorizó a la compañía para iniciar las pruebas del primer euro digital de Europa, en el marco del 'sandbox' financiero.



Álex Saiz Verdaguer, CEO y fundador de Monei.



Gorka Aguirre y Juan Coll, fundadores de Snab.

## Cómo mejorar los pagos entre empresas

Cuando trabajaba en Nueva York, Gorka Aguirre conoció de primera mano la gestión de tesorería de algunos grupos empresariales. Le llamó la atención la problemática que generaban los pagos entre compañías. "Todos los procesos eran muy manuales y me hubiera encantado tener una plataforma que permitiera realizar pagos en un clic, monitorizar todos mis bancos en tiempo real y gestionar la caja de las empresas. Vi que la oportunidad era global, así que decidí dejarlo todo para volver a España y montar **Snab**", explica el CEO y cofundador de esta 'start up'. La compañía ha creado una plataforma única que posibilita el pago de facturas sin necesidad de efectuar transferencias manuales en el ban-

co o de exportar ficheros de pago. Gracias a la infraestructura bancaria que integra, es posible seleccionar las facturas que se desea pagar y llevarlo a cabo sin salir de la plataforma, algo que ahorra a las pymes los cientos de horas que sus empleados solían dedicar cada mes a este tipo de procesos manuales. En febrero de 2023 **Snab** levantó 1,1 millones de euros en su primera ronda, con el apoyo de Y Combinator. Aguirre incide en que "estamos todavía en una etapa muy inicial y de crecimiento, pero nuestro objetivo es digitalizar y automatizar prácticamente todas las áreas de la gestión de pagos y tesorería de las empresas".

## El renacer de las transferencias

Aunque **Inespay** nació en 2015, antes que Bizum, pronto entendió que no podría competir como solución de pagos instantáneos entre personas ante un gigante lanzado por las principales entidades financieras españolas. Así, la compañía pivotó para ofrecer este servicio a pequeñas tiendas online y a otras 'start up'. Sin embargo, "poco a poco nos fueron contactando empresas de mayor tamaño que querían integrar nuestro método de pago para automatizar sus procesos de contabilización y gestión de pedidos", explica Víctor Pardo, CEO y cofundador de Inespay. La entrada en vigor de la directiva europea PSD2, relativa a los servicios de pagos, terminó de orientar a la 'start up' hacia su actual enfoque: un método de pago online basado en la transferencia bancaria, alternativo a las tarjetas de crédito y PayPal. Entre las principales ventajas de su solución, Pardo resalta que "permite al ordenante realizar una compra online pagando por transferencia bancaria en tres simples clics, sin introducir ningún dato". Por su parte, "el beneficiario recibe una confirmación electrónica del pago en

tiempo real, automatizando la gestión de sus procesos". Aunque se aplica a numerosos sectores, el método de pago de Inespay tiene especial éxito en aquellos que manejan importes de venta elevados, como las agencias de viajes, gestoras de patrimonio, empresas de recobro y la distribución mayorista. Ahora, su objetivo es replicar este modelo de éxito en otros países europeos.



Víctor Pardo, CEO y cofundador de Inespay.

## Llega la hostelería del futuro

Seguro que alguna vez le ha ocurrido que la experiencia de comer fuera de casa se ha visto arruinada por tener que esperar demasiado tiempo a la hora de pedir o de pagar. Esta fricción es la que busca eliminar **Yumminn**, una 'start up' fundada por Christian Campillo Dachs que quiere reinventar el pago en los restaurantes. En particular, su plataforma tecnológica permite que el usuario haga un pedido o salde la cuenta de inmediato por medio de la lectura de un código QR, desde su mesa y sin necesidad de llamar al camarero. Tras escanear el código, el cliente puede revisar la cuenta, dividirla entre varias personas, dar propina, pagarla y dejar una valoración al restaurante en apenas 10 segundos. Según la compañía, esta solución consigue una mejora del 6% en la rotación de las mesas y eleva la satisfacción de los clientes. Esta mejora de la

experiencia se traduce en propinas un 55% más altas para los restaurantes. La 'start up', que ya ha activado su sistema en más de 350 establecimientos, cerró a finales de 2022 una ronda de 1,4 millones de euros liderada por Oryon Universal y Antai Ventures. Según el CEO y fundador de Yumminn, la inversión "permitirá acelerar el crecimiento a nivel nacional, añadir nuevas funcionalidades demandadas por los restaurantes e internacionalizar la compañía con la apertura de nuevos países".



El equipo de Yumminn, con Gonzalo Rodríguez (COO), Nicolás Megías (COO), Christian Campillo (CEO), Roger Solís (CTO) y Laura Álvarez (CMO).