

Adigital reúne en InnoPayments'23 a los mayores expertos para analizar las tendencias en medios de pago online

InnoPayments'23 es el evento boutique sobre tendencias e innovación en pagos digitales organizado por Adigital y Confianza Online el 26 de enero, en el que los principales expertos y profesionales del sector se han reunido para debatir casos de éxito, analizar las últimas tendencias y entender qué esperar del futuro dentro de la revolución que vive el sector

En los últimos dos años, los medios de pago en el entorno digital están viviendo una notoria transformación motivada por múltiples factores: desde las normativas de aplicación europeas que regulan cómo nos autenticamos, los nuevos modelos de pagos que varían la experiencia del usuario, el aterrizaje de las criptomonedas y las CBDC y todo ello en una explosión del ecommerce motivada por la pandemia.

De ello se ha hablado en profundidad en InnoPayments'23, el evento boutique sobre tendencias e innovación en pagos digitales organizado por Adigital y Confianza Online el 26 de enero, en el que los principales expertos y profesionales del sector se han reunido para debatir casos de éxito, analizar las últimas tendencias y entender qué esperar del futuro dentro de la revolución que vive el sector.

Después de unos años de transformación estructural acelerada y de digitalización de la economía europea, el comercio electrónico sigue siendo uno de los pilares fundamentales para seguir impulsando esta transformación. Sin embargo, todavía queda un camino por recorrer. Según ha destacado César Tello, Director General de Adigital, durante la apertura del evento, solo el 8% de las pymes europeas operan en al menos más de un país de la UE. Este es un dato que nos sitúa todavía lejos de la aspiración de consolidar un mercado único digital europeo, que este año cumple su 30 aniversario. Un mercado único digital cuyo futuro pasa, sin duda, por construir un ecosistema de pagos digitales, competitivo e innovador, a la vez que se reduce el fraude en el entorno online.

La importancia de un partner tecnológico para los pagos

La agenda de InnoPayments'23 ha comenzado con una conversación entre Mattia Gamberoni, Head of Iberia de Stripe, y Pedro Clavería, Co-CEO y Co-Founder, Playtomic, software de reservas de espacio deportivos con más de un millón de jugadores mensuales y 5.000 clubes en 37 países. Clavería ha destacado que un correcto funcionamiento de los pagos, sin interacción humana, es una de las claves para el éxito de la aplicación, junto con un acceso al dato muy simplificado y un reporting de calidad, que permita pivotar y tomar decisiones de manera rápida. Asimismo, según Clavería, existe una tendencia creciente por monetizar el pago (a través del cobro de una pequeña comisión por la transacción), que es bien recibida por el usuario. "Cada vez más, el pago se entiende como un servicio, y para ello es preciso ofrecer al cliente una experiencia nativa a lo largo de toda la cadena", señala.

Playtonic trabaja con Stripe como partner, de quien ha destacado la facilidad de la integración, así como la posibilidad de contar con el apoyo de un equipo local, generar economías de escala y beneficiarse de la innovación que la compañía desarrolla de manera continua. "Desde Playtonic creemos que una empresa tecnológica se tiene que apoyar en otras empresas tecnológicas, es fundamental contar con un partner tecnológico para los pagos, más allá de la transacción: por eso elegimos a Stripe. Así, en el top 10 de empresas mejor valoradas se encuentra la mayoría de empresas de medios de pagos."

Por su parte, Stripe acaba de anunciar una expansión de la colaboración que mantiene con Amazon desde 2017. "Como hemos anunciado esta misma semana, hemos extendido este partnership con el objetivo de que Stripe se convierta en un socio de pagos estratégico para Amazon también en EEUU, Europa y Canadá", detalló Gamberoni

Optimizando la conversión

Entre los casos de éxito que ha recogido Innopayments también se encuentra el de Verse, la plataforma de pagos móviles con 2 millones de usuarios en Europa, especialmente centrados en las necesidades de la Generación Z, un segmento de población que demanda especialmente soluciones simplificadas, que faciliten el control de las finanzas y que les permitan formar parte de una comunidad online. Su COO, Naike Sainz, ha explicado que la app permite pagar y solicitar dinero desde el móvil sin fricción, incluso para pagos crossborder (estos últimos representan, de hecho, el 8% de los movimientos). Verse se constituye además como red social, asentada en nodos de usuarios, lo que le ha permitido evolucionar del P2P hacia un set de aplicaciones sociales, que se benefician del efecto red ya creado y ayudan a incrementarlo. Sainz ha destacado que una de las claves de la plataforma ha sido añadir nuevos métodos de pago, como Google Pay y Apple Pay (que en la actualidad representan el 20% del total) e incorporar medios de pagos locales, como MB Way en Portugal, todo ello de la mano de Adyen.

De igual manera, Juan Carlos Álvarez, Head of Account Managers Spain & Portugal de Adyen, ha puesto de manifiesto la importancia de reducir la fricción y trabajar de la mano de los comercios para ofrecer más seguridad al usuario: "Los pagos han pasado a ser a un elemento que crea valor. Tradicionalmente, los clientes en el sector digital se han centrado más en la optimización, pero las empresas están prestando atención a la mejora de la usabilidad, para reducir gestiones y evitar errores";

Por último, Sainz también ha destacado que "en Verse seguimos de cerca la tecnología blockchain, y aprovecharemos todo lo que nos traiga, porque somos conscientes de que la trazabilidad está a la orden del día".

La gestión de las devoluciones y los pagos

Una adecuada gestión de las devoluciones y los pagos es esencial también para crear valor en los comercios electrónicos. Javier Moreno, Director de Ventas, Sur de Europa de Checkout.com, y Fernando Pedraz, Co-Fundador y CEO de Reveni, han coincidido en señalar la importancia de medir el riesgo de reembolso del importe al cliente final, y gestionar la devolución de forma instantánea. En este proceso es fundamental la gestión del fraude, labor en la que Reveni protege 100% a los comercios en tiempo real.

En este contexto, Javier Moreno, ha destacado que Checkout.com permite agilizar la gestión financiera de los reembolsos por devoluciones del ecommerce y controlar el riesgo de fraude simultáneamente, fundamental para el comercio online."

El euro digital

En Innopayments también se ha debatido sobre las nuevas formas de dinero, como el euro digital, de la mano de Alberto López, Director General Adjunto de Tecnología, Proyectos e Innovación de Iberpay. El proyecto del euro digital, que arrancó en 2020 con una fase de experimentación, se encuentra ahora en una fase de investigación, que se extenderá hasta otoño de 2023. A continuación podrían comenzar los desarrollos del euro digital, para que en 2026 el Consejo del Banco Central Europeo tomé la decisión final sobre su posible emisión.

Alguno de los aspectos que se están analizando actualmente es el encaje legal del euro en la legislación europea. López ha destacado que el euro digital no va a sustituir el dinero físico, sino que será un complemento del mismo. La privacidad será un aspecto clave, así como la implantación de un rulebook común para que todos los europeos se rijan por las mismas reglas. También habrá límites a la tenencia de euros digitales para evitar la descentralización del sistema.

Para acompañar los trabajos de investigación sobre el euro digital, Iberpay y 17 bancos españoles completaron en junio de 2021 una prueba de concepto que tuvo como objetivo promover la colaboración público-privada con el sector financiero para gestionar la distribución del euro digital hasta el usuario final. Además, en 2022 iniciaron una nueva prueba de concepto para identificar riesgos y retos de cada caso de uso y realizar propuestas para analizar la viabilidad técnica y posibles evoluciones futuras. En este sentido, López señaló que "uno de los objetivos es también poner en valor a Bizum como wallet para el euro digital, aprovechando su experiencia, lo que supondría también potenciar un medio de pago europeo. En España, el 50% de las transferencias son inmediatas, frente a 13% de media en Europa, lo que sitúa a España en la vanguardia".

La evolución de los negocios digitales en el sector turismo

El turismo ha sido uno de los sectores más impactados por la pandemia: tras un año 2020 de parón casi absoluto, en 2021 comenzó a atisbarse una cierta recuperación y no ha sido hasta 2022 cuando han logrado alcanzarse niveles de actividad similares a la pre-pandemia. Yago Casanovas, Head of Payments, Fraud Prevention & Distribution de AirEuropa, y Carlos Gómez, Head of Banking Accounts & Financial de Destinia, han destacado que este proceso ha coincidido con la implantación de la Autenticación Reforzada de Cliente o SCA derivada de la nueva regulación europea, lo que ha generado fricciones adicionales.

Tal como ha explicado Gómez: "La implantación de la SCA ha sido complicada por las incógnitas que ha generado, ha cambiado la mecánica no ya solo de cómo cobramos, sino también de cómo se realiza la reserva. La SCA ha reducido el fraude, pero nos ha obligado a hacer un esfuerzo adicional, y el proceso ha sido duro. Hay que tener en cuenta que las empresas de turismo como la nuestra no solo operamos en Europa: América Latina es también un mercado muy relevante, pero donde la regulación de medios de pagos es diferente". En este sentido, Mónica Parada, Head of eCommerce Acquiring Business de BBVA, ha destacado que el reto es que regulaciones como la SCA se implementen también en otros mercados.

Gómez ha señalado también el factor diferencial que puede suponer integrar criptomonedas en los medios de pago: "En Destinia aceptamos 15 criptomonedas y apostamos por ellas, pero es un mercado que necesita aún madurez como activo financiero".

Informe sobre Medios de Pago y Fraude Online

Durante el evento, se ha presentado también el nuevo "Informe sobre Medios de Pago y Fraude Online 2023" de Adigital. Un proyecto que arrancó en 2015 para recoger las nuevas tendencias en los medios de pago digitales en el contexto del comercio electrónico en el que vivimos y medir la confianza en el entorno digital. Entre otros, el informe refleja la intensa evolución de los dos últimos años, con la irrupción de nuevos métodos de pago en el comercio online, como Bizum u opciones de Compra Ahora Paga Después (BNPL), que se unen a las alternativas más tradicionales como tarjetas de crédito/débito, PayPal y Transferencia bancaria. Puedes descargar el informe completo aquí.

Datos de contacto:

Laura Ruiz
915981157

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas Madrid](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>