

La revolución PayTech

Siete fuerzas que están transformando el mundo de los medios de pago

Resumen ejecutivo

Introducción

En EY creemos que la industria de los medios de pago está pasando por un período de transformación radical. El desarrollo de nuevas tecnologías de pagos está remodelando rápidamente la forma en la que los bancos y los proveedores de pagos tradicionales abordan sus negocios. A medida que los actores tradicionales evalúan sus estrategias de pagos y modelos de negocio, deben decidir la forma más efectiva de transformar su enfoque para, en última instancia, ofrecer una propuesta de valor.

Las tendencias que recoge este informe se centran en las siete áreas más dinámicas a las que los bancos y los proveedores deberían prestar más atención y en las que se debería realizar una mayor inversión. Las empresas PayTech están utilizando la innovación y la tecnología para revolucionar el panorama de los pagos convencionales y, como resultado, están liderando la transformación del sector. El informe se ha realizado después de un análisis en profundidad del panorama PayTech y del un diálogo con líderes de la industria, consultores senior de EY, líderes tecnológicos y proveedores de servicios de pago (PSP).

Desde EY vemos con optimismo el futuro de la industria de los pagos, pero también identificamos los retos a los que se enfrentan los bancos y otros proveedores del sector para mantenerse al día con los actores más disruptores. Es por eso que continuamos planteando las mejores preguntas, desafiando el conocimiento convencional de la industria y poniendo a prueba constantemente nuestro propio pensamiento. Así es como interactuamos y colaboramos con instituciones financieras, empresas del sector y otros *stakeholders* de la industria para construir un mejor mundo laboral.





Contenido

	Resumen ejecutivo	04
01	Banca abierta	07
02	Pagos en tiempo real	08
03	Pagos transfronterizos	09
04	Compra ahora, paga después	10
05	Carteras digitales y <i>superapps</i>	11
06	Pagos integrados	12
07	CBDC y divisas digitales	14
	Conclusión	15
	Contactos EY	17



Resumen ejecutivo

La industria de los medios de pago está atravesando un periodo de transformación radical con cambios profundos que afectan a todo el sector. Los pagos son el núcleo del comercio y de la economía digital con un tamaño de mercado de alrededor de \$240tn*. A medida que el mundo de los pagos crece mucho más allá de los límites de las transacciones tradicionales, los actores establecidos enfrentan importantes desafíos en muchos frentes.

El auge de la tecnología de pagos

La transformación del ecosistema de pagos tradicionales ha sido rápida e impactante. Las Fintech han aprovechado la oportunidad que les brinda la tecnología para expandir el mundo de los pagos. Como resultado, los usuarios ahora tienen a su disposición soluciones de pago rápidas y fáciles que atienden las necesidades individuales. En medio de esta transformación, ha surgido una nueva categoría de actores digitales: las empresas PayTech.

Las PayTech son un subgrupo de Fintechs que se enfoca en la cadena de valor relacionada con los pagos, así como en facilitadores de pagos (PayFacs), PSP, redes que crean nuevas propuestas de pagos y proveedores de tecnología de pagos.

El impacto de las Paytech en el ecosistema de los medios de pago

Las PayTech han ayudado a crear un nuevo panorama de pagos que es dinámico y evoluciona a gran velocidad. A medida que crece la economía digital y aumenta el apetito de los clientes por los pagos centralizados, las PayTech ofrecen soluciones integradas tanto para consumidores como para empresas. Las Paytech han sabido reconocer que los pagos integrados y rápidos ofrecen una clara ventaja competitiva.

PayTech en números

Más del

25%

De las empresas Fintech están relacionadas con los pagos

+2,400

Empresas Paytech a nivel global

Valoradas en más de

US\$2,17tn*

Fuente: CB Insights y EY analysis
Nota: En junio de 2022

* Expresado en billones de dólares estadounidenses.

Hay siete áreas que tienen una influencia significativa en el panorama de pagos actual: banca abierta (*open banking*), infraestructura de pagos en tiempo real (RTP), aplazamiento de pagos (BPNL), carteras digitales, pagos integrados, monedas digitales y pagos transfronterizos. Cada uno es un reflejo de la rapidez con la que evoluciona el sector.

En este informe, exploraremos la evolución de estas áreas y veremos qué fuerzas les están permitiendo avanzar, además de analizar cómo los bancos y otras instituciones no bancarias pueden tener éxito. El informe tiene como objetivo conectar los puntos, ofrecer una imagen más clara de cómo puede verse el futuro de los pagos y comprender las implicaciones para los PSP establecidos.

Una previsión de la evolución de la tecnología de pagos

A medida que evaluamos la evolución de las paytech, podemos observar algunos cambios y conclusiones notables:

- El comercio conectado está impulsando la economía digital. Todas las nuevas modalidades de medios de pago están contribuyendo a conectar a comerciantes y consumidores directamente y de manera eficiente, lo que deriva en métodos de pago más rápidos, económicos y seguros.
- La búsqueda de valor más allá de los pagos ha sido lo más importante para muchas empresas del sector, con la vista puesta más allá de las propias transacciones y buscando la manera de abordar la experiencia del cliente de forma holística al proporcionar servicios relevantes antes y después de los pagos.

- ▶ La banca abierta cambiará las reglas del juego, ya que muchas empresas adoptarán el “pay by bank”, así como nuevos métodos de pago como los pagos recurrentes variables (VRP).
- ▶ La adopción de los pagos en tiempo real supone una gran innovación en los servicios superpuestos, lo que permite que todos los PSP atiendan mejor a los clientes a través de cuenta a cuenta (A2A), lo cual se refuerza y acelera aún más con la banca abierta.
- ▶ Se espera que los pagos incorporados aumenten y se vuelvan más invisibles a medida que los proveedores de servicios no financieros integren los pagos en los viajes de sus clientes, impulsados por el aumento del comercio electrónico y los distintos *marketplaces*.
- ▶ La innovación que suponen los PayFacs está cambiando la forma en que las empresas, los bancos y las redes de tarjetas trabajan juntos.
- ▶ Están surgiendo nuevos ecosistemas PayTech para almacenar, administrar y aprovechar de forma segura los datos de consumidores y empresas generados

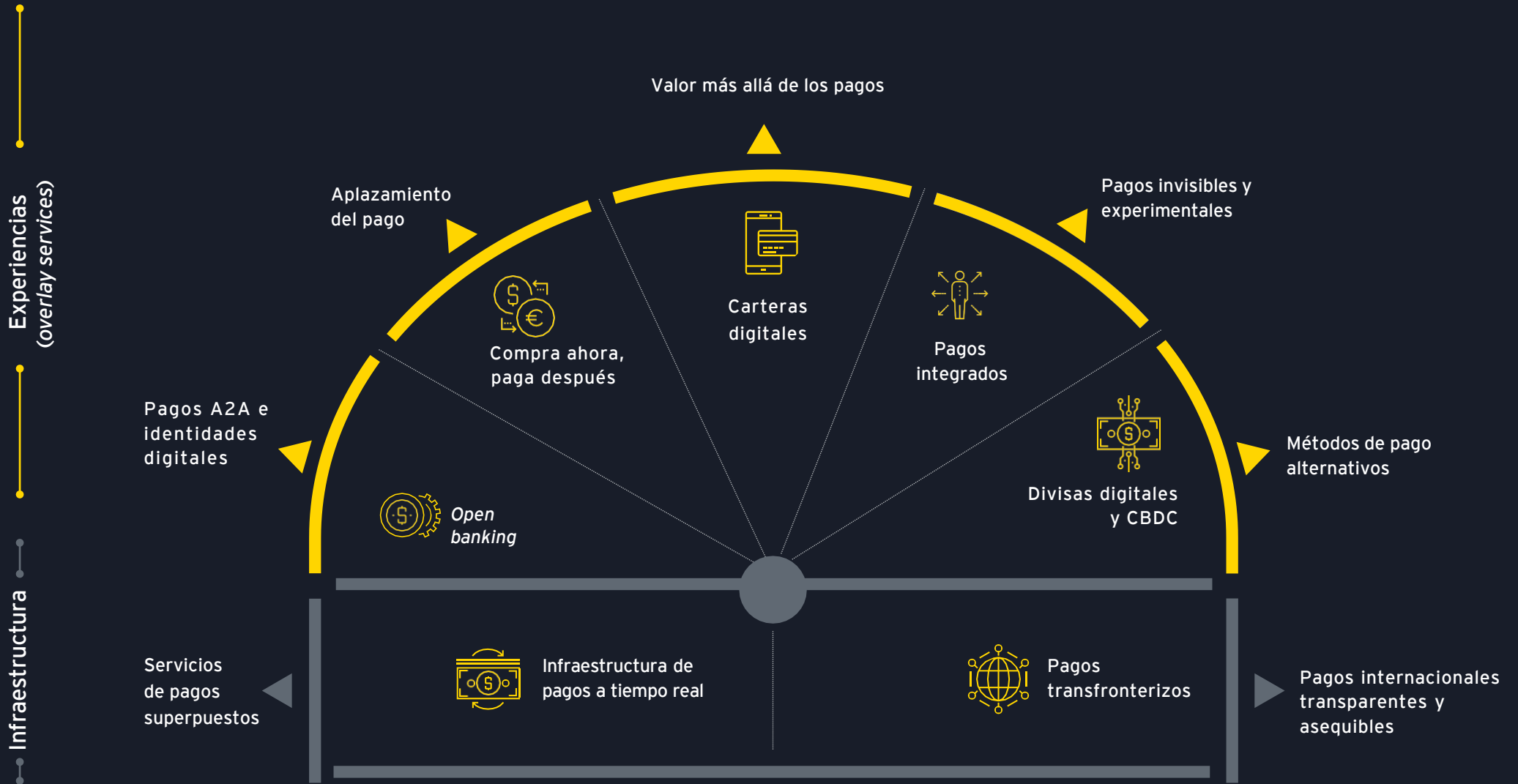
a través de transacciones de pago, lo que representa oportunidades de monetización de los datos y la posibilidad de diseñar ofertas únicas para los clientes.

- ▶ Las criptomonedas y las monedas digitales ofrecerán no solo nuevos métodos de pago, sino también una nueva infraestructura que permitirá la liquidación instantánea a través de la tecnología de contabilidad distribuida (DLT), programabilidad, contratos inteligentes y “tokenización”.

Si bien el ritmo de adopción, la escala y el impacto de estas fuerzas individuales pueden variar entre mercados, lo cierto es que cada uno de ellos significa un cambio fundamental. Las Paytech continuarán impulsando la transformación, pero los PSP establecidos también tienen un papel importante que desempeñar en la configuración de las perspectivas futuras del sector con el fin de servir mejor a sus clientes y guiarlos hacia la próxima era de pagos.



Gráfico 1: Las siete fuerzas que están transformando el mundo de los pagos



1

Banca abierta— Un cambio en todo el ecosistema financiero

Principales claves

- ▶ La banca abierta es un fenómeno global que otorga a los clientes un mayor control sobre sus datos, identidad y pagos, respaldado por tecnologías sólidas.
- ▶ Brinda nuevas posibilidades para facilitar pagos más rápidos, más seguros y más asequibles que son convenientes para los clientes al conectar a comerciantes y clientes directamente, creando opciones de "pagos abiertos" o "pago por banco" muy atractivas.
- ▶ La fragmentación global de los pagos requiere variaciones en el enfoque en los diferentes mercados.
- ▶ Las finanzas abiertas son la continuación natural de los fundamentos y mandatos de la banca abierta y la apertura de los datos permitirá una mayor convergencia en la industria.

El movimiento de banca abierta (*open banking*) está cobrando impulso a nivel mundial, cambiando radicalmente la forma en que los bancos abordan los modelos de negocio, el compromiso del cliente y la prestación de servicios. Con las experiencias digitales cada vez más presentes, la banca abierta ofrece oportunidades para que las organizaciones atiendan a los clientes de maneras más innovadoras e intuitivas.

La banca abierta ha creado un marco para la innovación en el entorno de los medios de pago. A pesar de no proporcionar un nuevo conjunto de vías de pago en sí mismo, la banca abierta favorece la creación de mecanismos para llevar a cabo "pagos abiertos". Las interfaces de programación de aplicaciones (API) se pueden utilizar para activar fácilmente pagos únicos y también aportan una mayor flexibilidad, como la creación de un mandato para VRP.

Las API que existen en el entorno de la banca abierta también han desbloqueado el potencial de los pagos A2A al eliminar las barreras creadas por los plataformas de pago fragmentados, formando así una opción efectiva de "pago por banco". Esto facilita el acceso a los sistemas de compensación de pagos y la integración de los pagos A2A en el punto de compra. Como resultado, los usuarios y comercios tienen muchas más opciones.

Recomendaciones

- ▶ Explorar las opciones disponibles para ampliar los servicios de pagos minoristas gracias a los "pagos abiertos" para ir más allá de los canales habituales de pago con tarjeta.
- ▶ Los bancos europeos deben mirar más allá del cumplimiento para desarrollar propuestas nuevas y convincentes que aprovechen el potencial de la banca abierta.
- ▶ Desarrollar estrategias a partir de herramientas API con foco en terceras partes puede aportar valor añadido a los clientes.
- ▶ Familiarizarse con los principales proveedores de servicios FinTech de banca abierta que operan en mercados relevantes.



26,6 millones

De pagos mediante banca abierta

Hasta 2021, se habían realizado un total de 26,6 millones de pagos bancarios a través de banca abierta, un aumento del 500% respecto al año anterior.

6 millones

De usuarios frecuentes de banca abierta, de los cuales 5 millones son consumidores y 1 millón son pymes.



Un crecimiento acelerado

La banca abierta ha crecido un 60% en nuevos clientes desde los 2,8 millones en December de 2020.

Pagos en tiempo real— Transacciones en apenas segundos

Principales claves

- La implementación de pagos en tiempo real (RTP) están en su punto más alto debido a las innovaciones en tecnología, los cambios en las regulaciones y la demanda de los clientes de un acceso más fácil a los fondos. Sin embargo, la madurez y adopción de estos pagos varían según la región.
- Si bien la infraestructura básica de RTP es un paso hacia adelante en el mundo de los pagos, el verdadero valor de los RTP solo se obtiene cuando está acompañado de servicios que aporten valor añadido, como la solicitud de pago, pagos transfronterizos instantáneos o herramientas de gestión de liquidez y fraude. win-win for all parties in the ecosystem.
- Los consumidores y las empresas buscan la facilidad de uso y el acceso inmediato a los fondos. Con la creciente disponibilidad de servicios superpuestos, aquellos que aún no han adoptado los RTP se quedarán atrás.

Los RTP se ha extendido rápidamente en los últimos años debido a una mayor demanda de movimiento de dinero instantáneo por parte de consumidores y empresas. Este tipo de pagos utiliza canales de pago modernos para mover dinero de un extremo a otro en tiempo real. El tamaño del mercado global de pagos en tiempo real está actualmente valorado en 17 mil millones de dólares y se espera que alcance los 193 mil millones para 2030.

Los pagos en tiempo real se encuentran en distintas fases de madurez en todo el mundo, con 56 esquemas RTP actualmente activos a en 2022. Sin embargo, hasta ahora se trata de sistemas muy localizados, fragmentados y con esquemas competitivos. El Reino Unido fue uno de los primeros en adoptarlo en 2008, seguido de otros países como India, Suecia, Australia y México. En los próximos años, veremos a países como Canadá y EE.UU. unirse a la competición con su primer lanzamiento de sistemas de pago en tiempo real, esperados para 2023.

La adopción de sistemas de pago en tiempo real supone una tremenda innovación en los servicios superpuestos (*overlays*), lo que permite que todos los PSP atiendan mejor a los clientes a través de A2A, que a su vez se ven reforzados y acelerados con la banca abierta.

Las instituciones financieras, PSP, PayTechs y FinTechs se beneficiarán de proporcionar estas "superposiciones" y no solo aumentarán sus resultados a través de nuevas fuentes de ingresos, sino que también incrementarán los volúmenes de transacciones en el propio carril de pagos. Es un *win-win* para todas las partes del sistema.

Recomendaciones

- Los bancos deben continuar innovando y probando nuevas propuestas dentro de los servicios *overlay* al asociarse o adquirir proveedores de estos servicios.
- Los bancos deben diversificarse desde los usos minoristas a comerciales, así como diseñar y ofrecer las mejores experiencias al usuario final.
- Las PayTech ya están a la vanguardia de la tecnología de pagos en tiempo real. Para retener o incluso aumentar su participación de mercado, deben ofrecer sus soluciones a bancos y otras instituciones financieras y complementar sus servicios con controles de fraude y gestión de riesgos.



3 Pagos transfronterizos— Eliminando las barreras

Principales claves

- ▶ Las PayTech han remodelado los pagos y remesas minoristas transfronterizos, al tiempo que han reducido las tarifas y mejorado la velocidad y la transparencia de las transacciones de pagos.
- ▶ Los pagos mayoristas B2B representan la mayor parte de los pagos transfronterizos, que están dominados por los modelos de corresponsables bancarios.
- ▶ En algunas regiones, los reguladores están desarrollando sistemas de pagos intrarregionales con el objetivo de desarrollar una solución armonizada global.
- ▶ Las organizaciones internacionales se centran en implementar la hoja de ruta del G20 para mejorar los pagos transfronterizos.

Los pagos transfronterizos tienden a ser lentos, generan altos cargos por transacción y son considerablemente menos transparentes que los pagos nacionales. Sin embargo, con los reguladores sentando las bases para que estos pagos se modernicen, las PayTech se están moviendo a buen ritmo para transformar el modelo de negocio relacionado con pagos transfronterizos (tanto mayoristas como minoristas) y la experiencia del cliente.

El volumen de pagos internacionales sigue aumentando y se espera que alcance los \$200tn* en 2027.⁷ Mientras tanto, la industria está haciendo esfuerzos significativos para mejorar los pagos transfronterizos en términos de velocidad, coste, eficiencia, transparencia e inclusión. La banca y los bancos centrales de todo el mundo están comenzando a reconocer el potencial de los activos digitales, las criptomonedas y la tecnología DLT en general, y el papel que pueden tener en ayudar a mejorar y transformar los procesos de compensación y liquidación.

En busca de una solución armonizada global

La interconexión de sistemas de pagos instantáneos ofrece una nueva forma de mover dinero entre países de forma segura, rápida y económica. Los esquemas nacionales están colaborando para desarrollar un sistema de pagos transfronterizos inmediatos y globales para admitir distintas divisas en múltiples países.

Por ejemplo, EBA Clearing, Swift y The Clearing House han lanzado un programa transfronterizo inmediato (IXB), que se basa en los estándares ISO 20022, en un esfuerzo por acelerar y mejorar los pagos transfronterizos mediante la interconexión de sistemas de pago entre dólares y euros.

Transformando la experiencia de pago transfronterizo

La red Swift está expandiendo sus capacidades más allá de la mensajería financiera para brindar servicios integrales de gestión de transacciones como parte de su objetivo de hacer que los pagos transfronterizos sean instantáneos y sin barreras. Swift ha jugado un papel de liderazgo en la definición de los estándares ISO 20022 y está impulsando la adopción de la norma en toda la industria de los pagos internacionales.

Swift también participa activamente en un número de iniciativas que respaldan la interoperabilidad, incluidos proyectos de interconexión de MI como IXB, con EBA Clearing y The Clearing House, y experimentos para permitir que las CBDC y otros activos digitales interoperen entre sí y con los tipos y sistemas de activos existentes.

Recomendaciones

- ▶ Los impactos de ISO 20022 serán significativos en el futuro, por lo que se debe comenzar la planificación estratégica en torno a las oportunidades de comercialización.
- ▶ Mantenerse actualizado sobre las nuevas tecnologías y regulaciones que afectan los pagos transfronterizos.
- ▶ Aprovechar los planes internacionales y gubernamentales de pagos transfronterizos con servicios y productos de valor agregado.

* Expresado en billones de dólares estadounidenses.



4

Compra ahora, paga después— Repartir el coste

Principales claves

- ▶ El aplazamiento de pagos continúa creciendo a un ritmo acelerado debido a su atractivo para los consumidores y comerciantes.
- ▶ A pesar de las dificultades, los pagos fraccionados (BNPL) se han establecido como un método de pago alternativo y continuarán expandiéndose.
- ▶ El modelo BNPL deberá evolucionar para ofrecer una rentabilidad sostenida y protección al consumidor tras el aumento del coste del capital y un escrutinio regulatorio cada vez mayor.

Los servicios de fraccionamiento de pagos (BNPL, por sus siglas en inglés) ganaron impulso durante la pandemia debido al crecimiento de las compras online. Se trata de un método de pago que ofrece crédito instantáneo y opciones de pago a plazos en el mismo punto de venta. Los minoristas y comercios utilizan esta opción para impulsar las ventas, atraer clientes y disminuir el abandono en el proceso de pago.

Las opciones de BNPL se han convertido rápidamente en uno de los métodos de pago que más han crecido en el entorno del comercio online, especialmente en algunos mercados, como el indio. En 2021 ya representaron el 3% del total del gasto en comercio electrónico, un volumen de unos 157.000 millones de dólares. Además, los proveedores de pago con tarjeta ya están empezando a ofrecerlo: Revolut cuenta con su propio servicio BNPL, mientras que Apple Pay ha anunciado su lanzamiento.

Un servicio en expansión

Si bien la opción BNPL se usó inicialmente para compras de bajo coste, su aplicación se ha extendido a compras corporativas y compras no discrecionales, como atención médica, servicios legales y reparaciones de automóviles. Los comercios deberán ofrecer más opciones de préstamo y es probable que parte del coste de estas opciones se transfiera o se comparta con el propio comercio.

Las empresas que ofrecen opciones de BNPL han comenzado a ofrecer servicios complementarios que añaden valor, como

programas de fidelidad, descuentos, recomendaciones o productos bancarios y de seguros. A medida que aumentan los costes operativos, estos servicios deberán demostrar que aportan valor para que los comercios los puedan seguir ofreciendo. Y si bien BNPL tiene una fuerte presencia en el comercio electrónico, ya hay intención de trascender al mundo offline a través de colaboraciones.

Necesidad de una regulación clara

Una preocupación clave para los bancos tradicionales es la falta de regulación en el espacio BNPL. Para la mayoría de las instituciones, los modelos tradicionales de créditos al consumo se presentan como productos independientes que requieren evaluaciones exhaustivas de calificación de riesgo crediticio y asequibilidad. Sin embargo, los reguladores están comenzando a intervenir para plantear un contexto más claro. La Directiva europea de Crédito al Consumidor de la UE está actualmente en revisión debido a las novedades que supone la opción BNPL.

Recomendaciones

- ▶ Las instituciones financieras deberían buscar incorporar la opción de fraccionamiento del pago como una opción de método de pago.
- ▶ Los proveedores de BNPL deberán abordar los préstamos de manera responsable, utilizando fuentes de datos adicionales para la toma de decisiones ofreciendo a sus clientes herramientas de gestión financiera.



5 Carteras digitales y 'superapps' – Todas tus finanzas en un solo lugar

Principales claves

- ▶ Las carteras digitales están ayudando a reducir significativamente los costes de las transacciones a la vez que ofrecen a los clientes la posibilidad de administrar sus finanzas desde un único lugar.
- ▶ Al aprovechar los datos, las súper aplicaciones pueden satisfacer casi cualquier necesidad financiera, de ocio o de estilo de vida que puedan tener sus usuarios. Asia está a la vanguardia en comparación con los mercados de América del Norte o Europa.
- ▶ La popularidad de las carteras digitales también está relacionada con la ofertas integrales de valor añadido, como los programas de fidelidad, la seguridad y la transformación de carteras de ciclo cerrado a abierto.

En la economía digital de hoy, el lugar y la manera en la que los consumidores almacenan su riqueza está haciendo cambiar rápidamente la banca tradicional a nivel mundial. En el centro de este cambio están las carteras digitales y las súper aplicaciones o *superapps*.

Las carteras digitales surgieron por primera vez como un medio para resolver los pagos entre pares (P2P), pero rápidamente ganaron terreno entre las empresas de comercio electrónico, lo que ayudó a facilitar los pagos online en los primeros días de Internet. El concepto se hizo popular con el lanzamiento de PayPal en 1999, transformando la forma en que los consumidores y comerciantes piensan sobre los pagos.

En 2021, PayPal y Venmo lanzaron un nuevo servicio de cartera digital que ofrece a los clientes la posibilidad de administrar sus finanzas desde un solo lugar.

El auge del comercio en dispositivos móviles

La proporción de compras a través del móvil superó por primera vez en 2021 a las compras realizadas por ordenador y el valor de las transacciones en dispositivos móviles alcanzó el 52% de todo el gasto en comercio electrónico. Las carteras móviles supusieron un 49% de los pagos en el comercio electrónico global en 2021. Las economías que antes dependían más del dinero en efectivo han experimentado un mayor aumento en el uso de pagos digitales y de carteras digitales.

Super-sized accessories

Las carteras digitales y las súper aplicaciones están expandiendo activamente sus servicios, ofreciendo opciones como BNPL, identidad digital y pagos *contactless*. De esta forma, las súper aplicaciones buscan satisfacer casi cualquier necesidad financiera, de ocio o de estilo de vida que puedan tener sus usuarios, ofreciendo incluso servicios de mensajería, pagos, comercio electrónico y otros servicios de valor añadido dentro de una sola aplicación. – and an ecosystem playbook for other Este enfoque de ventanilla única ahora es imprescindible para muchos usuarios y un camino a seguir para otros actores del ecosistema PayTech. Se estima que el gasto en carteras digitales superará los \$10tn* para 2025.

Mientras tanto, la región Asia-Pacífico liderará este mercado debido a la rápida adopción por parte de los usuarios y una menor dependencia de los pagos con tarjeta que los países occidentales.

Recomendaciones

- ▶ Explorar las estrategias aplicadas por las carteras digitales y aplicarlas a las propuestas existentes para ampliar el valor.
- ▶ Centrarse en servicios que aporten valor para atraer clientes al ecosistema de las carteras digitales y súper aplicaciones.
- ▶ Diversificar las adquisiciones y las opciones de crecimiento inorgánico para crear y ampliar las ofertas de carteras digitales y súper aplicaciones para atraer a diferentes segmentos de clientes.

* Expresado en billones de dólares estadounidenses.



Pagos integrados — El arte de los pagos sencillos

Principales claves

- Los pagos integrados (*embedded payments*) están dirigidos a las empresas que ofrecen pagos como servicio.
- Suponen el subsector más grande dentro de las finanzas integradas (*embedded finance*), y se estima que su valor de mercado crezca aproximadamente hasta los \$4,5tn* para 2030.
- Las oportunidades se encuentran, sobre todo, en los segmentos B2B2C y B2B2B, lo que da como resultado nuevas formas de relacionarse con los clientes directa o indirectamente.

A medida que las empresas avanzan para brindar a sus clientes experiencias más personalizadas y sencillas, los pagos integrados se han convertido en una parte central de las propuestas de valor de la nueva era.

Se espera que las finanzas integradas alcancen un valor de \$7tn de dólares a nivel mundial para 2030. Los pagos integrados constituyen el subsector más grande dentro de las finanzas integradas, y se estima que su valor de mercado constituya entre el 60% y el 70% de las finanzas integradas, o aproximadamente \$4,5tn* de dólares en 2030. Para ese año, se espera que el 74% de los pagos digitales de consumidores a nivel mundial se realicen a través de plataformas propiedad de empresas de servicios no financieros.

Los pagos integrados están asociados con modelos de negocio en los que las empresas de servicios no financieros (por ejemplo, Uber o Shopify) ofrecen funciones de pago a sus clientes. Como tal, los pagos integrados se están volviendo muy comunes para todos los modelos B2B2C y B2B2B, como plataformas y *marketplaces*.

Por lo general, los pagos integrados ofrecen a las empresas más valor para sus negocios derivados (es decir, que Uber ofrezca servicios de pago a sus conductores ayuda a “mantenerlos en su ecosistema” durante más tiempo al vender carteras y tarjetas a sus conductores).

Al principio, las soluciones de pagos integrados estaban dirigidas a ofrecer una mejor experiencia de pago para los clientes y

proporcionar opciones de control y pagos por parte de los comercios. Ahora, al expandirse aún más en los recorridos de los clientes, las PayTechs está aprovechando oportunidades horizontales y ofreciendo mayores capacidades de plataforma.

Comercio electrónico y *marketplaces*

Los *marketplaces* cuentan con la mayor parte de la industria del comercio electrónico y tienen el patrón de tasa de crecimiento más alto. A nivel mundial, los *marketplaces* representan aproximadamente el 50% de las ventas online, siendo el subsegmento con mayor potencial de crecimiento, seguido del comercio electrónico transfronterizo. El comercio electrónico a través de *marketplaces* está creciendo a una CAGR (2018-22) del 19% en comparación con el comercio electrónico directo, que está creciendo a un ritmo de un solo dígito.

Desafortunadamente, los pagos incorporados también compiten directamente con las unidades de captación de negocios de los bancos. Las empresas, que anteriormente necesitaban asociarse con un banco para aceptar pagos, ahora pueden obtenerlo de otros proveedores, como los *marketplaces* y plataformas.

Esta competencia supone un reto, ya que muchos bancos actualmente no ofrecen la misma capacidad de activar los pagos con un solo clic y ofrecer soluciones integradas.

* Expresado en billones de dólares estadounidenses.

El futuro de los pagos integrados: los pagos invisibles

El próximo gran salto en los pagos es hacia una mayor invisibilidad. Concretamente, la idea es eliminar la necesidad de proporcionar credenciales adicionales para la autenticación del pagador. En cambio, un sistema de pagos invisible reconocerá y verificará automáticamente al cliente, a menudo con datos biométricos. Esto significa que los consumidores apenas se darán cuenta de que se está realizando una transacción.

Por ejemplo, las tiendas sin caja utilizan pagos invisibles para brindar una experiencia de compra de "simplemente salir". En el sector de la automoción, los automóviles se están integrando en el comercio a bordo del vehículo para permitir que los conductores paguen directamente por

una variedad de servicios de viaje (combustible, estacionamiento, reparación, seguros, etc.) desde la propia pantalla de su automóvil. Se espera que el gasto en el comercio electrónico de automóviles conectados alcance los 525 mil millones de dólares para 2030.

No obstante, todavía no existen estándares o definiciones para los pagos invisibles, ya que los comercios y las instituciones financieras todavía están en el proceso de innovar nuevas formas para que los clientes realicen pagos más rápidos y seguros. Pero, sin duda, la mayor adopción de servicios de API está allanando el camino para nuevas oportunidades en todo el ecosistema financiero.

Recomendaciones

- ▶ Repensar la estrategia de venta comercial y explorar nuevos modelos de negocio. Los bancos cuentan con activos que la mayoría de los innovadores del ecosistema de pagos no tienen; es fundamental llevarlos a comercios y consumidores en el ecosistema de comercio electrónico.
- ▶ Crear propuestas específicas diferenciando B2B2C y B2B2B. A medida que el comercio evoluciona, los bancos necesitan usar datos para identificar grupos de clientes distintos y les brinden soluciones personalizadas en materia de pagos, maximizando el valor añadido.
- ▶ Los datos de pagos son fundamentales para los bancos y deben usarse para generar información de los clientes, ofrecer experiencias personalizadas, expandirse e identificar oportunidades de venta cruzada.
- ▶ Habilitar BaaS (*Backend as a Service*) para ofrecer servicios de pago a los clientes finales. Diseñar soluciones que permitan a los comercios administrar sus servicios bancarios en una aplicación, usar datos para personalizar las ofertas a los clientes y beneficiarse de una menor fricción en la adopción de pagos digitales.





7

CBDC y divisas digitales— Pagos de otro nivel

Principales claves

- ▶ Las divisas digitales y las CBDC están tomando impulso y se han convertido en prioridad para los proveedores de pagos que buscan alternativas reguladas a medida que surgen las primeras soluciones por parte de la industria.
- ▶ El mayor beneficio de la Tecnología de Contabilidad Distribuida provendrá de la “tokenización”, la programabilidad, los contratos inteligentes, combinados con un esfuerzo de la red al permitir que los bancos participen en una sola plataforma (*open loop*).
- ▶ El beneficio final de las monedas digitales será la liquidación instantánea, una mayor automatización, transparencia y eficiencia, así como el soporte de nuevos modelos comerciales a través de la capacidad de programación del dinero.

La tecnología Blockchain está detrás de la próxima ola de disrupción en el ecosistema de los pagos con monedas digitales, mientras que las divisas digitales de los bancos centrales (CBDC) están también cobrando impulso. Como resultado, cada vez más proveedores de ecosistemas de criptomonedas están ingresando al mercado. En general, la capitalización de mercado de criptomonedas global es de un billón de dólares y la capitalización del mercado de Bitcoin es de 384.000 millones de dólares (al 7 de octubre de 2022).

Los proveedores de infraestructura de criptomonedas se están pasando a los pagos

Las principales plataformas del ecosistema de criptodivisas están comenzando a introducirse en la tecnología de pagos. Recientemente, Binance, el intercambiador de criptomonedas más grande del mundo, lanzó una empresa de tecnología de pagos, Bifinity. Los comercios podrán utilizar las API de Bifinity para adaptar su negocio al entorno ‘cripto’ y comenzar a aceptar pagos.

Las empresas de pagos tradicionales también han entrado en el mercado de las criptomonedas. Los usuarios ahora pueden realizar pagos con criptomonedas vinculadas a tarjetas Visa y Mastercard, mientras que los usuarios de PayPal ya pueden transferir, enviar y recibir criptomonedas.

Monedas digitales y el futuro del dinero

La banca y los bancos centrales de todo el mundo están comenzando a reconocer el potencial de los activos digitales, las criptomonedas y la tecnología DLT en general. Hay cinco tipos principales de monedas digitales, dos de las cuales (monedas estables y criptomonedas) no están reguladas: divisas de bancos centrales, divisas de bancos comerciales, dinero digital (*e-money*), *stablecoins* y criptomonedas.

Muchas organizaciones internacionales, incluido el Banco de Pagos Internacionales (BIS), el FMI y el Banco Mundial, están explorando soluciones para fortalecer la infraestructura de las monedas digitales. Según una encuesta realizada por el BIS, el 86% de los bancos centrales de todo el mundo están investigando activamente el potencial de las CBDC, el 60% está experimentando con la tecnología y el 14% está implementando proyectos piloto.

Recomendaciones

- ▶ Los bancos pueden explorar el valor añadido y la viabilidad de incorporar monedas digitales y CBDC en su catálogo de productos y servicios.
- ▶ Es conveniente obtener una mayor comprensión de la tecnología de tokenización subyacente que impulsa las monedas digitales y las CBDC para aprovechar la infraestructura con el fin de desarrollar nuevos productos y servicios.
- ▶ Participar en iniciativas de la industria para impulsar la innovación en casos de uso específicos.



Conclusión

Nos encontramos en un momento crucial para evaluar el nivel de innovación habilitado por las PayTech en todo el ecosistema de la industria de pagos. Existe una gran oportunidad de transformar la oferta de pagos para brindar mejores experiencias a los clientes, así como para simplificar la infraestructura de *back-end* para mantenerse al día con el ritmo del cambio y aprovechar las innovaciones de PayTech para beneficio de empresas y clientes.

Para los bancos, la transformación de la industria pagos es a la vez una amenaza y una oportunidad. Los bancos deben seguir adoptando la digitalización y transformando su modelo de pagos con el fin de aportar valor para consumidores y negocios. Además, tanto los bancos como otros proveedores de la industria de los pagos deberán centrarse en el “valor más allá de los pagos”, invertir en tecnología, repensar sus modelos de negocio y las operaciones *back office* y asociarse con empresas PayTech.

La demanda de métodos de pago omnicanal, finanzas integradas, pagos transfronterizos instantáneos y pagos con monedas digitales requerirá que los proveedores de tecnología de pagos impulsen una mayor agilidad y flexibilidad en los modelos operativos.

Para mantener el nivel de respuesta a las expectativas cambiantes de los consumidores tradicionales (minoristas y mayoristas) y de los nativos digitales que ingresan al mercado, los proveedores deben enfocarse en crear experiencias conectadas y sin interrupciones para los consumidores. Deben desarrollar su propio ecosistema y estrategias de colaboración y crear "segmentos únicos" para que los clientes reciban un trato personalizado en todos y cada uno de los puntos de contacto.

Todavía hay tiempo para responder a las oportunidades que suponen la industria PayTech. Los bancos pueden desempeñar un papel de liderazgo en la revolución que está experimentando la industria de pagos actualmente si se centran en las siete áreas descritas en este informe.



EY | Building a better working world

En EY trabajamos para construir un mundo que funcione mejor, ayudando a crear valor a largo plazo para los clientes, las personas, la sociedad y generar confianza en los mercados de capital.

Gracias al conocimiento y la tecnología, los equipos de EY, en más de 150 países, generan confianza y ayudan a las compañías a crecer, transformarse y operar.

EY es líder mundial en servicios de auditoría, fiscalidad, estrategia, asesoramiento en transacciones y servicios de consultoría. Nuestros profesionales hacen las mejores preguntas para encontrar nuevas respuestas a los desafíos a los que nos enfrentamos en el entorno actual.

EY hace referencia a la organización internacional y podría referirse a una o varias de las empresas de Ernst & Young Global Limited y cada una de ellas es una persona jurídica independiente. Ernst & Young Global Limited es una sociedad británica de responsabilidad limitada por garantía (company limited by guarantee) y no presta servicios a clientes. La información sobre cómo EY recopila y utiliza datos personales y su correspondiente descripción sobre los derechos de las personas en virtud de la legislación vigente en materia de protección de datos, están disponibles en ey.com/es_es/legal-and-privacy. Las firmas miembros de EY no ejercen la abogacía donde lo prohíben las leyes locales. Para obtener más información sobre nuestra organización, visite ey.com/en_gl.

© 2023 Ernst & Young, S.L.
All Rights Reserved.

ED None

Este material se ha preparado únicamente con fines informativos generales y no debe considerarse como asesoramiento contable, fiscal o profesional. Consulte a sus asesores para obtener consejos específicos.

ey.com/es_es

Contacto EY

David Frías

Socio Responsable del Área de Estrategia y Transacciones para Instituciones Financieras
david.friasblanco@es.ey.com

EY Insights

EY Insights tiene como objetivo generar y compartir conocimiento útil para el conjunto de la sociedad. A partir de un enfoque basado en la generación de valor a largo plazo, nuestra meta es impulsar la participación de EY en debates relevantes para la sociedad, generar puntos de encuentro y divulgar contenidos que ayuden a empresas, administraciones y ciudadanos a afrontar los desafíos del presente y del futuro.

Más información

EY Insights - Área de estudios responsable de la generación y difusión de contenidos de EY España

eyinsights.spain@es.ey.com