



Ecosistema de medios de pago

## Digitalización y automatización, tendencias imparable

*El efectivo se mantiene como la forma de pago más extendida en el mundo, según el Word Cash Report 2018, si bien se imponen como tendencias generalizadas la digitalización y la automatización, tanto en efectivo como electrónico, donde cobran fuerza las tarjetas contactless, el pago con smartphone y a través de redes sociales y de plataformas, entre otras aplicaciones.*

La clave reside, como destaca **Javier Aguilera**, director general y responsable para España y Portugal de **StrongPoint**, en “ofrecer al cliente tantos tipos de pago como sea posible, pues es un servicio que puede influir en la experiencia de usuario y que puede resultar en futuras compras en el negocio o no”. Dentro de la gran variedad de opciones que existen en la industria hotelera, en “constante actualización” también en este ámbito, según subraya el directivo de StrongPoint, “las formas de pago tradicionales se siguen manteniendo, pero paulatinamente van apareciendo nuevas, y para quedarse”. Así, explica, “las tarjetas contactless y el pago con dispositivos móviles ya son de lo más común en cualquier hotel. Éste último cada vez se está complementando más con diferentes aplicaciones como el NFC, que permite utilizar el teléfono como una

tarjeta sin contacto; otra de ellas es BLE, que utiliza Bluetooth para el pago”. Junto a ellas se irán implantando en un futuro próximo otras como los beacons, “un dispositivo con el que se hace el check-in automático y sólo requiere una confirmación de voz para autorizar el pago”; o las monedas digitales, ya

“*La automatización en los procesos de pago, cada vez más presente, reduce la interacción del cliente para pagar el producto adquirido*”

que “cada vez son más los negocios que aceptan una criptomoneda como forma de pago”. En cuanto a la innovación en medidas de seguridad, añade, “las compañías

proveedoras de estos servicios están desarrollando proyectos de biometría en los que las huellas digitales, venas y timbre de voz serán el siguiente nivel. Estas tecnologías serán las formas más seguras de pago”.

### Seguridad

Y es que, como apunta **Jaume Monserrat**, CEO de **Dingus**, “existe una gran concienciación por la seguridad. Los medios contactless están ampliamente implantados, de ahí que el pago mediante móviles o relojes inteligentes esté entrando con mucha fuerza. La criptomoneda también ha llegado para quedarse. De hecho veremos en un futuro muy cercano cómo cada vez será más habitual, tan pronto como la tecnología se implante ampliamente y se creen criptomonedas ad-hoc donde haya una cierta seguridad en cuanto a la capacidad especulativa. Quizás lo que tenga más fuerza sea la automatización en los procesos de pago, en el sentido de reducir la interacción para pagar el producto deseado”. Precisamente en el tema de la automatización ambos directivos citan ejemplos de su repercusión en negocios como Netflix o Uber en los que, en palabras de Monserrat,



“implican mínimo tiempo y energía, y pueden ser muy determinantes para algunos negocios, que no serían lo mismo sin haber adoptado ese método de pago”. En este sentido Aguilera afirma que esa automatización “ya es algo manifiesto y a lo que nos podemos habituar rápidamente en el ámbito hotelero: reservar tu habitación y realizar el pago de forma automática al final de la estancia”.

### Retos

No es el único reto que afronta el sector en su gestión de los medios de pago, ya que el CEO de Dingus también señala como uno de los principales “la securización de las transacciones adoptando soluciones bajo la normativa PCI DSS”. A él se suman “el uso más extendido de transacciones a través de blockchain” y recuerda que “los principales bancos en España ya forman parte de consorcios internacionales para potenciar el uso de esta tecnología”. Y

“*En dos años interactuaremos con máquinas virtuales de todo tipo que cambiarán la forma en que entendemos los negocios*”

enumera como otros desafíos “la posibilidad de segmentar en función del producto o del cliente, unir la gestión del cobro con el revenue management para mejorar las estrategias de pricing manteniendo la paridad, etc.”. Pero el sector también debe resolver algunas asignaturas pendientes como la ausencia de “una amplia implantación de las normativas de seguridad”, además de tener que “continuar invirtiendo en la securización de las transacciones y de tecnologías móviles como el reconocimiento facial, integrado ya en muchas apps de bancos”. Aunque, en su

opinión, “la gran asignatura siempre será asegurar que sea cual sea la tecnología escogida por un negocio, sea capaz de garantizar altos niveles de seguridad y privacidad. Para ello será necesario seguir invirtiendo en normativas orientadas a tal objetivo”. Los objetivos que una empresa como Dingus se plantea a medio plazo son los de “securizar todas las tarjetas de crédito que manejamos a través de los canales B2B y B2C, y a la vez integrar todas las plataformas de cobro que los clientes tengan contratadas”.

Asimismo indica que “hay iniciativas muy novedosas, basadas igualmente en los niveles de PCI-DSS, denominadas pago invisible, tecnología que monitoriza los productos y los añade al carrito virtual de forma que el cliente abandona el establecimiento sin necesidad de hacer colas ni esperar facturas”.

El reto sigue siendo, concluye, “la fiabilidad de las empresas que utilicen esta tecnología y, sobre todo, asegurar la protección de datos en cuanto a su almacenaje y uso. En cualquier caso, en dos años nos acostumbraremos a interactuar con máquinas virtuales de todo tipo que cambiarán radicalmente la forma en la que entendemos los negocios hasta la fecha y, por tanto, la forma de pagarlos”.

Vivi Hinojosa  
vivi.hinojosa@hosteltur.com  
@vivi\_hinojosa