

## Nuevas formas de pago: los pagos invisibles

Aun cuando una sociedad *cashless* todavía parece lejana, surgen nuevas formas de pago encaminadas a eliminar cualquier tipo de fricción en el momento de realizar una transacción. Tras el fuerte crecimiento del pago móvil se advierte una nueva tendencia: los pagos invisibles. Esta modalidad busca que, dentro del proceso de compra la parte del pago sea imperceptible.



Las soluciones de pago están cambiando de una orientación transaccional a un enfoque más orientado al cliente. Las capacidades de pago invisibles garantizan que los clientes ya no tengan que preocuparse por los pagos en efectivo o con tarjeta. Se pretende que, tras hacer la compra en el supermercado y cuando llega el momento de pagar, en lugar de buscar su cartera, la tarjeta, o incluso el *smartphone*, el usuario pague con su cuerpo o mediante un *wearable* que automatice el proceso. Los pagos invisibles pretenden convertirse en una

solución para hacer las transacciones más fáciles y fluidas.



Gracias al uso de nuevas tecnologías como internet de las cosas, los avances biométricos, la criptografía y la automatización de procesos, se está cerca de la “invisibilidad” en el pago. Actualmente algunas empresas como Uber, Amazon y bancos como Barclays están utilizando tecnologías “*just-walk-out*”. Están basadas en reglas que utilizan balizas y complejos sistemas de detección informática para identificar cuándo se retiran los elementos de los estantes. A continuación, se procesa el pago sin necesidad de que los usuarios deslicen un dispositivo, lo autenticuen o recuerden una contraseña.

En otros casos, se está utilizando el reconocimiento facial con el uso de información biométrica para “pagar con la cara”. En China pagar con este método es común. En España, BBVA y Sodexo Iberia han lanzado un

proyecto pionero para hacerlo en el sector de la restauración. Además, a nivel público también existen iniciativas similares. Por ejemplo en la ciudad de Madrid se está desarrollando un sistema para que el usuario del transporte público pueda pagar en los autobuses urbanos gracias al reconocimiento facial.



Aunque estas nuevas formas de pago tienen ventajas para el usuario final, superar la confianza de los consumidores sigue siendo un desafío. Para muchos consumidores, el riesgo de fraude sigue siendo un obstáculo fundamental en su voluntad de adoptar nuevas tecnologías de pago. Una adecuada política de protección de los datos financieros de los consumidores es clave para que no perciban los métodos de pago como demasiado arriesgados. Independientemente de lo fluido y conveniente que pueda ser el pago, la percepción de seguridad del usuario determinará que finalmente estas modalidades de pago invisible ganen terreno frente a otras más tradicionales.