

## El Internet de los Pagos (IoP): que un dispositivo pague en nuestro nombre

El crecimiento de los dispositivos conectados, mejor conocido hoy en día como Internet de las cosas (IoT), está sometido a una continua aceleración. Una de las capacidades más importantes que incorporan es la de realizar compras en nuestro nombre. Esta red de dispositivos de pago conectados es lo que se denomina el Internet de los Pagos (IoP).



Se estima que en 2020 habrá más de 50.000 millones de dispositivos conectados (6,6 dispositivos por persona en el mundo), una cifra que más que duplica los 23.000 millones de dispositivos que había en 2016. Esta rápida virtualización del mundo físico ha recibido la atención del ecosistema de pagos. El cambio de paradigma que implica el IoP reside en que mientras que hoy en día es el consumidor el que inicia el pago a través de una tarjeta o un “e-wallet”, con el IoP los pagos podrán ser activados sin

mediación humana. Lo hará el propio coche, el frigorífico o la lavadora.



Tan sólo en los Estados Unidos se espera que las transacciones habilitadas para IoP aumenten a una tasa anual acumulada del 125% en los próximos años. Así, en 2022 se podrán alcanzar los 7.500 millones de dólares en transacciones mediante IoP<sup>1</sup>.

Por el momento, los primeros pasos que se han dado para conseguir unos pagos habilitados a través de dispositivos, se han realizado a través de las opciones como FitPay o Amazon Dash Button. Por ejemplo, Amazon Dash Button permite que un dispositivo con conectividad wifi asociado a un producto pueda solicitar su compra cuando con el simple gesto de hacer un click. Samsung, por su parte, también ha lanzado unas lavadoras

<sup>1</sup> Internet of Payments Market Playbook, 451 Research.

inteligentes que pueden pedir su propio detergente cuando detecten que se está agotando.



El desarrollo de la inteligencia artificial unida a la puesta en marcha del *open banking* permiten que el IoP brinde la funcionalidad necesaria, la experiencia del usuario y la seguridad. En todo caso, el crecimiento del Internet de los Pagos presenta una serie de retos que deben abordarse para que su crecimiento sea sostenible a largo plazo. Entre ellos, los expertos destacan la necesidad de ganar la confianza del consumidor para que su adopción se generalice. Esto requerirá el esfuerzo de las empresas proveedoras de pagos y tecnológicas, comerciantes y entidades bancarias para que el consumidor entienda que dichos pagos son seguros.