

DF
DIARIO FINANCIERO®

**PASARELAS DE PAGO
ONLINE Y FINTECH**

SANTIAGO DE CHILE
MARTES 23 DE AGOSTO DE 2022

LAS TENDENCIAS QUE ESTÁN CAMBIANDO AL ECOSISTEMA LOCAL DE MEDIOS DE PAGO

En 2021, el comercio móvil conquistó definitivamente al mercado, superando al llamado comercio de escritorio, con un valor de transacción desde dispositivos móviles que alcanzó el 52% del gasto de e-com total, según The Global Payments Report 2022, estudio que también proyecta una tasa de crecimiento anual compuesto de 12% hacia 2025 de esta modalidad, superando los US\$ 8,3 mil millones.

El nuevo escenario le impone un rol protagonista a los nuevos medios de pago que, incluso, podrían tomar la delantera frente a las tarjetas de crédito, como está sucediendo en Estados Unidos.

"La banca está en un proceso de transformación digital acelerado, mientras que nuevas empresas están empezando a aparecer en el mercado", afirma el docente de Tecnologías Disruptivas de la Universidad Andrés Bello (UNAB) de Viña del Mar, José Cifuentes.

Y es que el acceso a servicios digitales como plataformas de streaming u otros que se ofrecen en línea en cualquier parte del mundo requieren de medios de pago de fácil acceso. "Hay muchos clientes potenciales que prefie-

Una oferta más amplia y mejor calidad de servicio son los beneficios que percibirán los consumidores, gracias a la transformación del ecosistema que impulsan factores como el boom del e-commerce y la irrupción de las fintech.

POR FABIOLA ROMO P.

ren un servicio sencillo antes que bancarizarse. Actualmente, hay varios competidores y los bancos se dieron cuenta de que hay un mercado por abordar", agrega el profesor de la UNAB, respecto de una de las razones claves tras este comportamiento.

El director de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Talca en Santiago, Diego Rodríguez, añade otro factor que lo está cambiando todo: las fintech han ido permeando a la industria financiera, impulsando innovaciones en las propuestas de valor de la banca y otras empresas relacionadas, generando nuevas ofertas digitales de productos y servicios. Y añade que estas

han influido en otras industrias que han ido adoptando tecnologías y buenas prácticas en la relación con los clientes.

Ejemplos de lo anterior son las aseguradoras, los servicios de inversión y más recientemente las empresas relacionadas con aspectos legales, conocidas como legaltech. "Las fintech han modificado las bases de la competencia de los servicios financieros, entregando un acceso universal a las nuevas tecnologías, aumentando las expectativas del cliente y elevando los estándares de la experiencia de usuario", argumenta el Head of Marketing de Paygol, Diego Barros.

Innovación y competencia

Precisamente, la mayor competencia ha significado más innovación y una mayor oferta disponible para los consumidores.

También ha impulsado el crecimiento de otros servicios como los pagos en tiempo real. Chile, por ejemplo, ha visto un aumento del 140% en el volumen de transacciones de este tipo, señala la última edición de The Global Payments Report. Sobre las billeteras digitales, el documento proyecta que están cerca de duplicar su cifra de participación en el punto de venta, de un 6% a un 11,5% para el 2025.

Para Christian Rodiek, CEO de FirmaVirtual, startup socia de FinteChile, lo que está ocurriendo es una transformación que beneficia a los usuarios. "Con más competencia, los actuales actores del mercado tendrán que mantener su lugar o recuperarlo, compitiendo por precio y variedad de servicios", dice.

En tanto, Pilar Goycoolea, socia directora de Locales Conectados, afirma que las fintech están dando soluciones mucho más personalizadas y accesibles a las personas, a través de la tecnología, algo que, en su opinión, el mercado financiero tradicional no ha logrado.

52%

DEL GASTO DE
E-COM ACAPARÓ EL
COMERCIO MÓVIL
EN 2021, SEGÚN THE
GLOBAL PAYMENTS
REPORT 2022.

GRUPO DF

DF • DLIVE • DE MAS • E • BAZAREDA

Directora: Marily Lüders / Subdirectora: Teresa Espinoza / Gerente Comercial: José Ignacio De la Cuadra / Editora: Claudia Marín / Director Creativo y Arte: Rodrigo Aguayo
Coordinadora: Marcia Aguilar / Dirección Edificio Fundadores, Badajoz 45, pisos 10 y 11, Las Condes, Fono: 23391000 / e-mail: buzond@df.cl / Impreso por COPESA IMPRESORES S.A., que sólo actúa como impresor.
Se prohíbe la reproducción total o parcial de los contenidos de la publicación.

EXPERIENCIA DE COMPRA: LA CLAVE PARA LOS PAGOS DIGITALES

Son cada vez más las opciones de pago digital para dar a los clientes una experiencia inmediata y segura. Tecnologías como los códigos QR o contactless ya son parte de ello. POR PAULINA SANTIBÁÑEZ T.

Según el XI Informe de Tendencias de Medios de Pago, presentado por Minsait Payments a inicios de este año, la pandemia impulsó con fuerza la adopción de la modalidad contactless en el pago con tarjeta en Chile: un 83,5% de las personas bancarizadas ya usa esa tecnología, por lo que el país es la nación latinoamericana que más utiliza este tipo de tarjetas. El estudio señala además que, tras la tarjeta (89%), cada vez son más los chilenos que utilizan los pagos desde cuenta (78,3%), las apps de pago entre particulares (37%) y billeteras digitales (31%).

Es así como los terminales de pagos que conocíamos van quedando atrás frente a tecnologías como los códigos QR, las tarjetas contactless o las compras en



un solo click, "a partir de experiencias de compra tipo Uber o Amazon, que tokenizan mi tarjeta para poder hacer compras en un click y obtener lo que quiero de inmediato", ejemplifica Danhalit Zamalloa, CEO y co-fundadora de Wibo, respecto a cómo los medios de pago han revolucionado la forma de comprar para los

consumidores.

"El conectar y permitir las transacciones entre consumidores y ofertantes, con baja fricción y bajos riesgos de fraude ha hecho que su crecimiento sea muy rápido", comenta el director Latinoamérica de ID & Fraude de Equifax, Carlos Osuna.

Hoy, este tipo de herramientas

se identifican en los e-commerce, principalmente en sus pasarelas de pagos. Según Diego Barros, head of Marketing de Paygol, estas utilizan diversas tecnologías y soluciones como "plugins, links de pago o webcheckout" para que los clientes puedan pagar y "garantizar la seguridad de los datos de todos los involucrados en las transacciones".

La seguridad es la principal disyuntiva que enfrentan tanto los comercios como las Fintech y usuarios, subraya el director de la Escuela de Ingeniería Comercial

de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Talca en Santiago, Diego Rodríguez. Un tema en el que hay avances importantes que permiten que el uso de estas herramientas sea cada vez más seguro.

Para Diego Barros, toda herramienta de pago se debe encontrar "sustentada en servidores de altos niveles de seguridad", considerando las exigencias de las normativas que rigen al mercado. "Todas las Fintech deben cumplir con patrones operacionales mínimos para operar", afirma.

PUBLIRREPORTAJE

KOUNT®, LA NUEVA SOLUCIÓN DE EQUIFAX:

La poderosa herramienta para prevención de fraudes online que está potenciando el E-commerce

En medio de un explosivo crecimiento a nivel global durante los últimos años, en Chile las ventas online, según la Cámara de Comercio de Santiago, saltarán desde US\$13,2 mil millones en 2020 a US\$ 35,4 mil millones en 2024. Pero en medio de estas auspiciosas proyecciones, las transacciones fraudulentas asoman como el gran problema en el ecosistema digital. Ante dicho desafío, Equifax ha ido un paso más allá al adquirir Kount®, una solución que previene estos delitos antes de que ocurran con Inteligencia Artificial y que ya es preferida por más de 15 mil clientes.

La implementación de la multiadquiere en Chile, el año 2020, hoy permite que más actores puedan entrar al mercado chileno a procesar pagos, generando con ello mayor competencia donde hasta hace poco existía un cuasimonopolio. Esto ha cambiado reglas importantes; por ejemplo, el contracargo, que corresponde a los costos asociados a las transacciones fraudulentas, era un factor que en el mercado chileno hasta ahora no existía, porque con el anterior modelo ese gasto era cubierto

por la empresa dominante del mercado.

"Pero ahora, con el ingreso de nuevos actores y al haber más competencia, esto implica bajar los precios, lo cual a su vez significa que tal vez esa empresa ya no va a cubrir el contracargo. Esa es la clave de lo que hoy día está sucediendo en Chile, donde los contracargos ya no son asegurados como antes; el boom de la venta online empieza a estabilizarse, porque la gente ha vuelto a los malls, a los centros comerciales, entre otros lugares, y ya no observamos una venta online excesiva como lo que vivimos en plena pandemia", señala Carlos Osuna Zelman, director Latinoamérica de ID y Fraude de Equifax.

Esta realidad ha obligado al E-commerce a buscar nuevos caminos para seguir siendo competitivo y continuar creciendo. En dicho escenario, un valor diferenciador es ofrecer soluciones para prevenir el fraude en el comercio online. "Las transacciones fraudulentas, así como los falsos positivos -que son personas honestas que el sistema identifica como riesgosas y aborta la venta-, significan



Equipo de Kount Latinoamérica, en sesión estratégica en Boise, Idaho, EE.UU.

una pérdida muy importante para el comercio online, aproximadamente un 10% a 30% de las ventas", explica Carlos Osuna.

Ante dicho desafío, Equifax ha ido un paso más allá al adquirir una herramienta llamada Kount®, única en el mercado ya que previene estos delitos antes de que ocurran, a través del uso de Inteligencia Artificial.

Gracias a su modelo dinámico -a diferencia de los otros medios de procesamiento de pago existentes en Chile-, Kount® opera cruzando millones de datos prácticamente en tiempo real, y con su Inteligencia Artificial puede levantar alarmas que se activan cuando se dan ciertos parámetros, ajustándose automáticamente y prediciendo la potencialidad de fraude de una transacción digital. Asimismo, Kount® logra avanzar en otro gran desafío para el E-commerce:

no deteriorar la experiencia de navegación de los compradores, con cero fricción en su interacción con la plataforma y, al mismo tiempo, aumentando el nivel de seguridad.

Equifax suma a los atributos de Kount® un robusto servicio, con un modelo de atención 24/7, que incluso ha sido reconocido por once años consecutivos por CNP Awards (Estados Unidos), como la mejor solución antifraude del mercado, reconocimiento entregado por los propios clientes de esta industria.

Carlos Osuna finaliza: "Gracias a Kount® somos la única solución de punta a punta en el mercado a nivel mundial para atacar el fraude transaccional, y con ello ayudando a nuestros clientes a vender más".

www.equifax.com

PUBLIRREPORTAJE



Paygol apuesta por su expansión en Chile con agresiva propuesta y cobertura de pagos en Latam

Soluciones flexibles y seguras. Es el sello de Paygol para impulsar su crecimiento en el mercado chileno, con una plataforma de alto estándar y atención personalizada.

Simple, segura y sin costos de implementación. Son los tres pilares en los que se basa el trabajo de Paygol, que potencia a las empresas en el crecimiento de su ecosistema digital, ofreciendo a sus clientes una amplia red de métodos de pago en línea, que incluye formas de pago como tarjetas, transferencias y efectivo, tanto en Chile como en la región.

"Hoy se hace necesario para las empresas contar con un partner que facilite a sus clientes alternativas al momento de pagar online. En este sentido, Paygol es una pasarela segura, que presenta soluciones integrales, un servicio y plataforma de alto estándar, y con una de las tasas más bajas del mercado", comenta Carlos Varas, CEO de Paygol.



Carlos Varas, CEO de Paygol.

De la mano de PayRetailers, empresa especialista en pagos Fintech y líder en Latinoamérica que recientemente adquirió a la compañía en Chile, Paygol entrega a sus clientes una

experiencia de pago optimizada para realizar transacciones en moneda local y adaptada a la preferencia de cada usuario según su país, aumentando la tasa de conversión de sus ventas.

"Junto con un alto presupuesto de marketing para dar a conocer la marca —que incluye un patrocinio a Copa Chile Easy 2022—, estamos invirtiendo fuertemente en nuestros productos y servicios, fortaleciendo nuestra plataforma y mejorando continuamente las soluciones de pago. Una de las ventajas de nuestros productos es que se ajustan a las necesidades y especificaciones de cada cliente, sin importar el tamaño de la empresa", explica Melisa Burguener, Gerente de Desarrollo y

Producto.

Por otra parte, el conjunto de soluciones con las que cuenta Paygol son seguras y escalables gracias a sus servicios montados en AWS y su certificación PCI para el pago con tarjetas, protegiendo los datos durante todo el proceso online de las operaciones.

Con una agresiva propuesta que asegura una de las tasas más bajas del mercado, Paygol busca expandir así su presencia en Chile, mientras avanza también en desarrollar e incorporar nuevos productos y soluciones tecnológicas.

<https://paygol.com>

Paygol potencia el ecosistema digital de las empresas, ofreciendo a sus clientes una amplia red de métodos de pago en línea.

MÚLTIPLES MÉTODOS DE PAGO

Recibe pagos online en Chile y Latinoamérica y potencia tu negocio

paygol.com

