

Avatares

Silvana Churruca (Payment Innovation Hub): “En España se habla de pago con ‘smartphone’ pero aún existe un nivel muy alto de efectivo”

04 ENE 2018 — 04:57
A. PIJUÁNCOMPARTIR
in   @ME INTERESA
 

Para Churruca, que lleva al frente del *hub* tecnológico desde mayo, la innovación en el terreno de los pagos aún tiene un largo camino por recorrer, especialmente en España.



Silvana Churruca es la directora general de Payment Innovation Hub, el nuevo proyecto que surge de la colaboración entre CaixaBank, Samsung, Global Payments, Visa y Arval. La directiva, que cuenta con una amplia trayectoria en el campo de la experiencia de clientes, ha forjado su carrera laboral en empresas como CaixaBank, Softonic o Mediatick.

Pregunta: ¿La innovación en pagos se limita al pago a través del móvil?

Respuesta: Innovar en pagos y hablar del pago a través del móvil tampoco es tan innovador. Al final, es un proceso natural porque el *smartphone* es la herramienta de computación de uso más común. Tarde o temprano, los usuarios iban a querer hacer más cosas con ese dispositivo, incluido el pago. En España, cuando entre Android Pay, ya tendremos a todos los *players* que ofrecen soluciones de pago a través del móvil instaurados.

P.: ¿En qué estadio se encuentra el pago digital en España?

R.: En España se da una situación particular, y es que el *contactless* está muy extendido y ha facilitado que se puedan ofrecer estas soluciones. Pese a ello, creo que se exige que avancemos un paso más en el campo del pago móvil cuando aún no hemos completado la digitalización de los pagos. Seguimos teniendo niveles muy altos de efectivo en el país y ya estamos hablando de pagar con el móvil pero, por otro lado, esto es una oportunidad. Es muy probable que gente que aún no paga de forma recurrente con la tarjeta pague directamente con el *smartphone*. Pero es muy probable que esto ocurra cuando el pago móvil ofrezca ventajas realmente muy altas respecto al pago con la tarjeta.

P.: ¿Como por ejemplo?

R.: Programas de *loyalty*, recomendaciones inteligentes, beneficios para el usuario final y para el comerciante... Ventajas que justifiquen el cambio de patrón del comportamiento. Cambiar esto requiere que el usuario crea que le sale más a cuenta pagar en digital que si usa la tarjeta, y hoy por hoy no hemos llegado a este punto de ofrecer un valor diferencial. En España, la infraestructura de tarjetas es muy sólida. Es un escenario en el que la necesidad del pago digital no existe como puede ocurrir en países más subdesarrollados como Kenia.

“En España, la infraestructura de tarjetas es muy sólida”

P.: Entonces todo se complica aún más...

R.: Las personas cambian porque se ven forzadas, y aquí es donde podrían entrar en juego organismos gubernamentales o regulatorios. Las empresas no pueden hacerlo porque se arriesgan a perder a sus clientes. También puede ocurrir que cambien porque están muy motivados por algunos beneficios como puedan ser obtener información que los usuarios puedan explotar. Pero el usuario medio no está tan motivado como creemos para acceder a esa información. Todo está en desarrollo, aún falta mucho recorrido.

P.: Si para las empresas es más difícil cambiar este escenario, ¿qué papel jugarán los gobiernos?

R.: Los gobiernos, a través de reguladores y demás, ya están realizando acciones como pueda ser la aplicación de la Payment Services Directive 2 (PSD2, por sus siglas en inglés). Esta tiene diferentes objetivos pero, entre ellos, ofrece la posibilidad a los usuarios de controlar su información y democratizar, o de alguna forma, conseguir una competencia que abarque a más agentes. Pero, en paralelo a los gobiernos, una gran ayuda que tendremos y que ya estamos experimentando en cuanto a fuerzas de cambio son las mismas grandes compañías como Google o Apple.

P.: ¿Y las empresas no tecnológicas? En algunos supermercados aún no admiten el pago con tarjeta si no se alcanza una cantidad mínima...

R.: Por un lado, hay mucho desconocimiento. En el último año, ha cambiado mucho el tema de las comisiones, que era uno de los principales factores que limitaba a los comercios. También existen otras cuestiones, como la contabilidad en B, pero esto compete al Gobierno, más que a las propias empresas. Hay que hacer un *push* para cambiar este tipo de patrones. Por otro lado, han surgido muchas alternativas, tanto por las *fintech* como por los bancos, para ofrecer soluciones a sus clientes en este ámbito.

“Muchos bancos, pasado el rechazo inicial, están empezando a explorar casos de uso con criptodivisas”

P.: ¿Las *fintech* irán por un lado y los bancos por otro o habrá sinergias?

R.: Ambos. En el caso del Payment Innovation Hub tenemos como socios a CaixaBank y Global Payments, que se dedica específicamente a ofrecer soluciones de cobro con tarjeta a comercios. Están trabajando mucho en desarrollar soluciones a medida para sus diferentes tipos de clientes.

P.: Una de las líneas de actuación del ‘hub’ será el coche conectado. Imagino que el hecho de que el usuario no conduzca le dará más tiempo al consumo, ¿no?

R.: No tener que conducir le permitirá estar concentrado en otras actividades, una de las cuales podría ser comprar o, también, gestionar a través de esta conectividad determinados objetos del hogar. Una de esas acciones implicará, sin duda, una transacción, que es lo que exploraremos aquí. Esto también está vinculado con el desarrollo de *Internet of Things*, en casa habrá determinados dispositivos que también estarán conectados, como pueda ser la nevera o Alexa.

P.: ¿Las criptodivisas tendrán lugar en el Payment Innovation Hub?

R.: Es probable, aunque no a corto plazo. Si tenemos que estar allí, estaremos, pero de momento estamos trabajando con *blockchain*. Se está viendo muchos bancos que, pasado el rechazo inicial, están empezando a explorar casos de uso. En nuestro caso, si hay un indicador claro de que represente un beneficio es nuestro deber como *hub* plantearlo ante nuestros socios y ponerlo sobre la mesa, pero de momento está en *stand by*.

Newsletter

Date de alta gratis y recibe cada día todas las noticias del sector

Introduce tu email

ENVIAR

Al suscribirte aceptas la [política de privacidad](#)

Anual 2018

2018, doce meses en el negocio digital



La entrevista de la semana



La tecnología se cuele en el Ibex35



El ‘backup’ de la semana

Business Women Empowerment

Business Women Empowerment

Kash in

37,5M.€

A 10 de enero de 2019

[Toda la información aquí.](#)

Lo más

LEIDO COMENTADO

- 1 AT&T simplifica su estructura en España y liquida una de sus filiales en plena fusión con Warner
- 2 Uber se pasa al ‘low cost’ con su servicio Chap Chap en Nairobi
- 3 Salesforce, proveedor de las universidades públicas de Cataluña bajo el acuerdo marco de 5,4 millones

Los blogs de Kippel01



María Gutiérrez
Humanos digitales

Libros para aprender a emprender

[Ir a Blogs](#)

Perfil de la semana



Diego Sebastián
Ex director de retail e innovación de Hawkers

[Consultar perfiles](#)