

Pagos sin contacto

Las tarjetas de pago con banda magnética han sido el principal medio de pago electrónico al que hemos tenido acceso los españoles durante décadas, sin que hayamos percibido grandes cambios en su uso cotidiano. Sin embargo, el pago sin contacto podría traer ahora una nueva forma de hacer nuestras compras.

Álvaro Martín Enríquez

Desde que el Banco de Bilbao lanzara en 1971 la tarjeta BankAmericard, un producto hasta entonces desconocido en Europa, las tarjetas son el medio de pago electrónico preferido en nuestro país, con una cuota sobre el volumen total de pagos de los hogares del orden del 16%, según datos de Sermepa. Pese a que 2008 y 2009 trajeron caídas en los pagos con tarjeta por primera vez en la historia (sin duda, una consecuencia directa de la caída del consumo), el año pasado se realizaron en España más de 2.000 millones de operaciones de compras en terminales de punto de venta (TPV), según el Banco de España.

Lo curioso es que, de cara al usuario final, la innovación en este medio de pago ha sido incremental y apenas ha tenido repercusión en su modo de uso. Es cierto que ya no se utilizan las antiguas «bacaladeras» con papel de calco para registrar transacciones y que muchas tarjetas ya contienen un chip de acuerdo con el estándar EMV, pero, en lo esencial, una tarjeta sigue siendo un trozo de plástico que se entrega al comerciante en el momento del pago, aunque esto puede cambiar próximamente.

En los últimos años, lleva probándose en diversos pilotos la llamada tecnología de pago sin contacto. La idea es que una tarjeta, un teléfono móvil e, incluso, un llavero contengan nuestros datos para poder realizar pagos con cualquiera de estos objetos con sólo acercarlos a un TPV. La principal ventaja de este nuevo sistema es la comodidad para el usuario final, que podría resultar en la realización de compras de menor importe y en mayor número. Los defensores del pago sin contacto argumentan que su uso puede ser especialmente interesante en comercios con gran afluencia de clientes (una cafetería, un quiosco en el aeropuerto, etc.), ya que las compras por debajo de un determinado importe (entre 10 y 20 euros, por ejemplo) no requieren ningún tipo de firma para ser validadas.

En España hay ahora mismo en marcha un piloto comercial lanzado por Movistar, Visa, La Caixa y Samsung en la localidad barcelonesa de Sitges. Durante seis meses, 1.500 usuarios podrán realizar sus compras en 500 comercios afiliados empleando la tecnología sin contacto de sus teléfonos móviles (de-



nominada NFC). Se trata del primer ensayo masivo realizado en Europa con tecnología NFC y los primeros resultados han revelado una utilización cercana al 60% tanto en clientes como comercios adheridos.

Fuera de nuestras fronteras, Barclays lleva tiempo ofreciendo a sus clientes en Reino Unido la posibilidad de contratar diversas tarjetas con chip, banda magnética y tecnología sin contacto, compatibles con todos los TPV del país. Dado el carácter pionero de este producto, el banco optó para su lanzamiento por una campaña de marketing en redes sociales que se encuentra entre las más exitosas creadas por entidades financieras, incluyendo un concurso de vídeos en YouTube, una página en Facebook y un juego para teléfonos móviles.

Pese al gran atractivo de esta evolución de las tarjetas de pago, la complejidad en el diseño del caso de negocio ha retrasado su despliegue comercial masivo hasta la fecha. Con el éxito de las experiencias más recientes, quizá veamos por fin dispositivos de pago sin contacto en nuestro bolsillo dentro de poco ::