

Las dos industrias que se preparan para una recuperación económica en 2021

CIUDAD DE MÉXICO. 12 de abril de 2021.- La pandemia del COVID-19 trajo consigo un impacto negativo para algunas industrias. Según la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#), los sectores con mayores caídas en porcentaje de preferencia con respecto al 2020 son **turismo, con una disminución en ventas del 67%, y entretenimiento, que tuvo un descenso del 57%**.

Esos cambios negativos se deben a que las personas decidieron quedarse en casa y reducir las salidas a solamente viajes esenciales con el objetivo de disminuir los riesgos de contraer coronavirus. De acuerdo con un estudio realizado por **Adyen, durante 2020 el 67% de los compradores en Estados Unidos** admitieron estar nerviosos por visitar otros países durante la pandemia, lo que redujo las ventas del sector de Viajes.

“Las industrias de viajes y entretenimiento enfrentan un panorama de recuperación hacia 2021. Por ello, las empresas de estos sectores necesitan utilizar soluciones tecnológicas que permitan al consumidor realizar el proceso de pago de forma sencilla, rápida, y que les sea atractivo para volver a adquirir los servicios que estas compañías ofrecen. De esa forma pueden incrementar las ventas para mejorar la experiencia del cliente”, considera Erick MacKinney, Country Manager de Adyen en México.

- **¿Cómo lograrlo?**

1. Viajes

Este sector tiene el desafío de agilizar sus procesos de venta y utilizar tecnologías que ayuden a combatir el fraude electrónico y los contracargos. Para ello, es importante contar con una solución de gestión de riesgos, que ayuda a generar un perfil del comprador y utiliza una combinación de datos e inteligencia artificial para identificar patrones en las transacciones. . Lo anterior, con el objetivo de encontrar un equilibrio entre la prevención del cibercrimen y una experiencia de pago sin fricciones, diferenciando al comprador legítimo del fraudulento, lo que traerá más ingresos legítimos.

Otra forma de mejorar la experiencia del usuario es la autenticación usando datos biométricos de los clientes, lo que ayuda a sustituir a las contraseñas tradicionales mediante huellas dactilares, iris, reconocimiento facial y comandos de voz. El uso de herramientas de este tipo ayudan a simplificar la operación y volverla más segura, lo que eleva los niveles de venta y conversión.

2. Espectáculos y eventos

Muchos de los espectáculos actualmente se llevan a cabo con modalidades en las que el espectador no baja de su vehículo para presenciar el show. Sumado a ello, las personas



quieren evitar hacer filas para comprar bebidas y alimentos. Por ello, las empresas pueden utilizar [Pay-By-Link](#), una solución que envía al *smartphone* del consumidor una liga de acceso a la plataforma de pagos mediante mensaje instantáneo (ya sea por chat, correo o SMS), de esa forma el cliente realiza el pedido, recibe el link en el que concluye la compra desde su celular, sin necesidad de bajar del auto ni tener contacto.

Pero una vez que el comprador acude al lugar con boleto en mano, también se requieren soluciones tecnológicas de cobros mediante el escaneo de códigos QR y billeteras digitales para permitirle al espectador ordenar sus alimentos y bebidas desde el interior del auto sin formarse. De acuerdo con Adyen, **el 54% de los compradores a nivel mundial se encuentra preocupado por la higiene de las terminales de pago** y preferiría utilizar métodos *contactless* al comprar.

Este año, las empresas enfrentan el reto de acercarse a los clientes que perdieron la tranquilidad derivado del COVID-19. Para ello es importante que utilicen soluciones digitales que le permitan al consumidor continuar con los cuidados que estableció por la pandemia y mitigar el riesgo de contagios, evitando la necesidad de establecer contacto con vendedores u otras personas en las sucursales físicas mientras realiza sus compras.

###

Acerca de Adyen

Adyen (AMS: ADYEN) es la plataforma de pagos preferida por las compañías de mayor crecimiento alrededor del mundo, ofrece una moderna infraestructura de punta a punta que elimina fronteras y entrega la mejor experiencia de compra para los consumidores, sin importar el lugar o momento tiempo. Adyen integra los servicios de entrada, software anti fraude y adquirente, abriendo así la “caja negra” con los insights que las empresas necesitan para alcanzar una mayor tasa de conversión.

Con oficinas alrededor del mundo Adyen cuenta con clientes como Uber, eBay, Spotify y Cabify, entre otras, impactando a millones de consumidores a lo largo del mundo.

Síguenos:

Facebook: <https://www.facebook.com/AdyenPayments/>

Twitter: <https://twitter.com/Adyen>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/adyen/>

Contacto para prensa:

Another Company

Salvador Sánchez/ Ejecutivo de cuenta

Cel: (+52 1) 55 4582 7151

salvador.sanchez@another.co