



COVID-19 impacta al sector turístico y retail, pero incrementa ventas online en 1T20: Adyen

- *Las ventas en plataformas digitales se incrementaron alrededor de 40% para el cierre del primer trimestre del año*

CIUDAD DE MÉXICO. 23 de abril de 2020.- Adyen, plataforma de pagos internacional elegida por las empresas de mayor crecimiento en el mundo, presentó su reporte del [primer trimestre de 2020 \(1T20\)](#). Reportó que durante éste periodo, la pandemia del COVID-19 generó un impacto negativo en el volumen de transacciones en el sector del Turismo - es decir aerolíneas, agencias de viajes y alojamiento - así como una caída en ventas de minoristas en tiendas físicas de alrededor de 80% debido a esta crisis sanitaria mundial.

Por el contrario, existió un comportamiento positivo en ventas de productos mediante plataformas en línea. Esta modalidad se incrementó alrededor de 40% hacia las últimas semanas de marzo, lo que generó un equilibrio durante la primera cuarta parte del año.

“La disminución en el volumen de ventas en tienda física debido a las medidas adoptadas por el COVID-19 es muy notable. Pero el crecimiento de las ventas de retailers en línea compensan en gran medida esa caída y seguirán aumentando durante las próximas semanas. Esto subraya la solidez de las estrategias de comercio unificado de los retailers. Estos comercios pueden continuar vendiendo altos volúmenes de productos si continúan migrando sus estrategias hacia las plataformas digitales”, indicó Erick McKinney, vocero de Adyen México.

La firma reportó que en los primeros tres meses de 2020 tuvo un volumen procesado de 67 billones de euros en el 1T20, 38% mayor al del año anterior, e ingresos netos por 135.5 millones de euros, 34% más que en 2019. El flujo operativo EBITDA de Adyen fue de 63.6 millones de euros y disminuyó a medida que la empresa continuó invirtiendo en el crecimiento a largo plazo, aunque fue 16% mayor que en 2019.

“Debido al cierre de tiendas físicas y otros canales de venta (por ejemplo los call centers), hemos visto un notable aumento en ciertos tipos de integraciones, incluido el uso de nuestro producto Pay by Link, lo que permite a los comerciantes realizar sus ventas en línea de forma simple desde plataformas como redes sociales”, añadió.

Finalmente Adyen reportó un índice de conversión de flujo de efectivo libre de 93%, con inversiones en bienes de equipo y capital 5% menores a los ingresos netos.

###



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 quita las restricciones y entrega la mejor experiencia de compra para los consumidores, sin importar el lugar o tiempo. Adyen se presenta en México con tres formatos diferentes; gateway, software anti fraude y adquirente, abriendo la “caja negra” con los insights 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