



Cómo los pagos sin efectivo han aumentado a partir de la cuarentena

Ciudad de México, 4 de mayo 2020.- La experiencia del cliente para cualquier negocio o retail debe ser un factor fundamental si se quiere generar lealtad entre los compradores y ganar terreno en un mercado competitivo. Ese proceso es la clave entre generar un vínculo y ganar la preferencia del cliente contra la competencia, u obstaculizar la relación y perderlo por completo.

De acuerdo con Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) dentro de las razones más populares para comprar en línea durante la pandemia se encuentran no salir de casa y evitar conglomeraciones en tiendas física. Ya sea por medidas de higiene y cuidado, la crisis sanitaria ha hecho que las personas sean reacias a tocar los billetes y ha reducido las oportunidades para gastarlos. Sumado al cierre de comercios que ha disminuido drásticamente la cantidad de dinero físico. Todo esto ha acelerado la transición al efectivo digital.

Por ejemplo, la suma retirada de los cajeros automáticos británicos casi se redujo a la mitad después de ser anunciadas las medidas de confinamiento. Los minoristas y restaurantes también están presionando los pagos digitales a medida que migran a ventas en línea y entregas a domicilio. La crisis sanitaria ha provocado la rápida adopción de pagos digitales, que se mantendrán incluso concluidas las fases de confinamiento.

Contar con métodos de pago digitales e innovadores es esencial, sobre todo si consideramos que más de la mitad de los compradores consultados en el [Informe Adyen de Retail 2019](#) creen que la tecnología es esencial en su día a día.

Todo lo anterior significa una cosa: la manera de comprar cambia rápida y drásticamente. Esos cambios generan también que los abandonos en el proceso de compra se incrementen. Para no frustrar esas compras, los negocios tienen a su disposición diferentes alternativas de pago que van más allá de las tarjetas bancarias, billeteras digitales, y otro tipo de herramientas *contactless* que permiten a las personas pagar mediante el escaneo de un código QR.

Lograr que los clientes puedan utilizar ese tipo de modalidades sin contacto, hace que las operaciones sean más seguras al no comprometer los datos bancarios y los números del plástico del cliente. Además, el 56% de los compradores de retail de la actualidad señalan que la aceptación de métodos *contactless* mejora significativamente su experiencia de compra y preferencia hacia una tienda.

Otra opción que ayudará a satisfacer las necesidades del cliente es el pago por tokens. Esta modalidad en la que las personas pueden acumular y pagar mediante puntos, aumenta la



seguridad y recurre al *machine learning* para conocer las preferencias del comprador y mejorar la precisión en la interacción con el cliente. Es decir, abona a que la experiencia sea más personalizada.

En la actualidad, según Adyen, el 46% de los clientes eligen entre un comercio u otro en función de lo cómoda y fácil que es la experiencia de compra, tanto en tienda física como online. Ésta emergencia es un catalizador para el cambio, y no es suficiente tener una plataforma de venta en línea, sino que la transformación digital del negocio requiere de adopción de herramientas y soluciones que pongan en el centro al consumidor y que prioricen la experiencia de compra mediante todos sus canales.

###

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