



Adyen reporta un crecimiento del 27% en transacciones en línea durante el 2020

CIUDAD DE MÉXICO. 10 de febrero de 2021.- El 2020 fue un año desafiante para el comercio en todos los sentidos; en medio de la pandemia, ante un entorno de constantes cambios y retos, Adyen enfocó sus esfuerzos en eficientar el procesamiento de pagos de las empresas e implementar soluciones innovadoras que generan beneficios a los comercios y consumidores, lo que derivó en crecimientos sustanciales para la compañía a medida que aumentaron los volúmenes de ventas en línea.

El volumen de transacciones en línea procesado por Adyen durante el segundo semestre de 2020 fue de **€174.5 billones de euros, un incremento del 29% interanual**. Mientras tanto la firma consiguió un incremento del 28% en los ingresos netos durante el periodo (€379.4 millones de euros) con un flujo operativo EBITDA de €236.8 millones de euros en el semestre, 36% mayor que en el mismo periodo del año anterior.

Esto implica un **crecimiento del 28% en los ingresos netos anuales**, con un total de €684.2 millones de euros durante todo el 2020, además de un volumen de transacciones procesadas de **€303.6 billones de euros en el año, 27% mayor al registrado un año antes**.

La región más fuerte para Adyen en 2020 fue América del Norte, en donde se reportó un incremento interanual del 70% en ingresos, que a su vez aportó a un crecimiento de 20% en los ingresos netos totales a nivel global, durante la segunda mitad del año.

Por otra parte, el panorama en Latinoamérica también luce alentador. De acuerdo con Adyen, el volumen del comercio electrónico en Latinoamérica alcanzará los \$100 mil millones de dólares en los próximos años. Antes de la pandemia, **la región se encontraba entre los mercados de más rápido crecimiento en el mundo**, a una tasa de 20% anual, superior al 16.5% del promedio mundial. Adyen prevé que, luego del COVID-19, esa tendencia continuará y el porcentaje en la región seguirá siendo mayor.

“Ante un panorama de crecimiento en la región, en Adyen trabajamos bajo un enfoque de innovación que nos coloca en una posición única para resolver los desafíos que enfrentan las empresas y comercios. Seguiremos trabajando para posicionarnos como líderes en el sector gracias a nuestra eficiencia y la velocidad de implementación de las soluciones, enfocando nuestras estrategias en la automatización y simplificación de los procesos de compra, sin dejar de lado la seguridad tanto de comercios como de consumidores”, indicó **Jean Mies, director de Adyen para Latam**.



En México, [de acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#), el comercio electrónico alcanzó los **\$316 mil millones de pesos en 2020**, habiendo experimentado un crecimiento de 81% en comparación con el año anterior. Debido a esto, el comercio electrónico representa el **9% de las ventas totales al menudeo**.

“El 2020 fue un año atípico para el comercio electrónico en México. Desde luego, los altos volúmenes de venta en línea crearon una necesidad en los comercios de innovar y mantenerse a la vanguardia en materia de soluciones de pago digital. Las empresas deben estar preparadas para enfrentar nuevos desafíos en 2021, con clientes aún más exigentes y una creciente demanda de soluciones novedosas. El crecimiento registrado en 2020 solo es una muestra de lo que depara el futuro para sector del comercio electrónico y los sistemas de pagos”, consideró **Erick MacKinney, Country Manager de Adyen en México**.

La pandemia del COVID-19 generó un impacto en la economía mundial nunca antes visto, incrementando los volúmenes de venta en línea y modificando el comportamiento de los consumidores. Los comercios, hacia 2021, enfrentarán un panorama distinto con clientes cada vez más exigentes y acostumbrados a realizar pagos de forma más sencilla, intuitiva y segura, lo que obliga a las marcas a innovar y añadir más soluciones que faciliten ese proceso, generando una mejor experiencia de usuario.

###

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