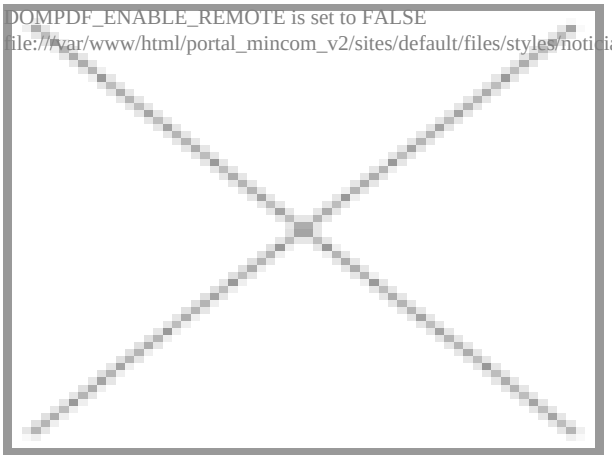
DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/all/themes/mincom/logo.png

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/default/files/styles/noticias/public/qr_0.jpg



Fuente:
TyN Magazine

Payvision, un proveedor global de pagos en el ámbito de la tecnología financiera y la omnicanalidad, publicó un nuevo libro electrónico que explora el futuro de los pagos comerciales. El estudio analiza cómo la próxima generación de pagos está reinventando la experiencia de compra, ofreciendo a los comerciantes una visión clara de las tendencias estratégicas claves.

El futuro de los pagos es instantáneo e invisible, desencadenado por las necesidades y demandas de los consumidores modernos de hoy: los «millennials» y la generación Z. Para 2020, se prevé que el poder adquisitivo de ambos grupos de consumidores alcance los 1,4 billones de dólares y los 44.000 millones de dólares, respectivamente, lo que significa que la experiencia de los pagos futuros se verá impulsada en gran medida por su comportamiento. Estos consumidores esperan una experiencia de compra digital lo más natural posible, incluso inconsciente. Además, en su búsqueda de los mejores productos y servicios, los consumidores quieren una experiencia de compra integrada y fluida, independientemente del punto de contacto. Para ellos, las barreras entre canales se difuminarán tanto que se volverán prácticamente inexistentes, lo que demuestra que la transformación de los pagos exige una clara necesidad de servicios omnicanales.

El comportamiento de los consumidores, los avances normativos como la PSD2 y la infraestructura moderna están convergiendo para mejorar la innovación y el crecimiento en el ecosistema de pagos. Como resultado, los monederos móviles como Apple Pay, Google Pay y WeChat Pay son cada vez más populares. Pronto llegará el día en que ya no tendrá que sacar una tarjeta de débito o crédito para pagar; de hecho, estimamos que el 56 % de todas las transacciones de comercio electrónico se pagarán a través de monederos móviles para el año 2023.

Las tecnologías utilizadas para ofrecer experiencias de pago sin fricciones incluyen la tokenización, la fusión de sensores, las cámaras, el aprendizaje automático y el análisis de datos.
«La Tokenización es imprescindible para todos los negocios de comercio electrónico, así como paracualquier comerciante fuera de línea que desee ofrecer una experiencia de pago fluida», explica Ankur Sharma, gerente de productos omnicanales de Payvision. «No sólo protege los datos sensibles de los titulares, sino que

también hemos visto pruebas en el ecosistema de que la tokenización puede aumentar la conversión fácilmente hasta en un 6 %».

Los pagos invisibles ya están teniendo lugar a través de la facturación recurrente, las cajas sin colas y el pago en tiendas sin cajeros. Para 2023, las tecnologías de pagos invisibles generarán 28.000 millones de dólares en transacciones.

Disponible en:

https://www.tynmagazine.com/los-pagos-invisibles-seran-la-nueva-norma-co... [1]

Links
[1] https://www.tynmagazine.com/los-pagos-invisibles-seran-la-nueva-norma-comercial/