

Predicciones globales sobre el mercado de pagos móviles

Mientras el mundo de los pagos móviles es aún muy desconocido en América Latina, esta es una tendencia en crecimiento a nivel global y que también va llegando poco a poco a la región. La empresa iZettle ha presentado un estudio interesante sobre las tendencias para el próximo año.



Entre otros asuntos, en Estados Unidos, donde el mercado está ya más avanzado, y que sirve como punto de referencia para saber qué llegará a otros países, dice la empresa proveedora, que se establecerá el **estándar de tarjetas EMV (Chip&Pin)** impulsando la competitividad entre proveedores de pagos móviles de ambos lados del Atlántico.

Al mismo tiempo, el presidente Barack Obama ha hecho que se apruebe recientemente un decreto ley que presiona al gobierno federal para que **expida tarjetas EMV de débito y crédito con chip**. EMV (**Europay, MasterCard y Visa**) es un estándar global de seguridad que emplea un chip informático para autenticar las transacciones.

Las empresas minoristas estadounidenses que no se adapten al nuevo estándar **a partir de octubre de 2015** tendrán que asumir los costes de los posibles fraudes de tarjetas de crédito. Esto supone una gran oportunidad, sobre todo en el segmento de las pymes, para las compañías de pagos a través del móvil, tal y como explica la europea **iZettle**.

Con todo esto, en las tendencias del próximo año se observará cómo los clientes reclamarán una homogeneización de los monederos electrónicos y al mismo tiempo, las pequeñas y medianas empresas que buscan integrar estas tecnologías de pagos móviles exigirán más innovación.

En cuanto a los bancos, estos se verán forzados a ser más transparentes, y es que la “revolución digital ha supuesto la aparición de competidores para los bancos en ámbitos que van desde los pagos hasta las transferencias internacionales y los créditos. Una de las **ventajas de esta competencia para los clientes es que ha arrojado luz** sobre la forma en que las entidades financieras realizan sus operaciones”.

Por su parte, los clientes, pedirán servicios personalizados, los cuales pueden “incrementar la fidelidad de los clientes y obtener información de los mismos, cada vez más empresas ofrecen monederos electrónicos hechos a medida o aplicaciones de compras”. En este sentido, dice el comunicado de iZettle, **“el reciente lanzamiento de Apple Pay sería el caso más destacado”**.