

# Pagar con el móvil: ¿revolución o decepción?

*Por Luis Vázquez Castaño*

*luis.vazquez.castano@alumnos.upm.es*

*(E.T.S. Ingenieros de Telecomunicación - Universidad Politécnica de Madrid)*

Desde hace ya muchos años ha habido dos formas de pago ampliamente utilizadas: en efectivo o con tarjeta. Hemos visto como los pagos con tarjeta han cobrado especial importancia en los últimos años, y como han ayudado a dar el salto del comercio tradicional a las compras online (también gracias al uso de plataformas como Paypal, que facilitan el proceso de compra). Sin embargo, se está intentando realizar un nuevo salto evolutivo a la hora de realizar estos pagos: utilizar el móvil en lugar de una tarjeta. Sin embargo, parece que no termina de despegar esta tecnología.

La primera tarjeta de pago tal y como las conocemos hoy en día fue la Diners' Club, nacida en 1949 y que empezó a crecer exponencialmente a finales de 1950. Debido al éxito, en los años posteriores surgieron una gran cantidad de tarjetas diferentes, entre ellas las que hoy conocemos como Visa y MasterCard.

En 1995 nacen Ebay y Amazon, y comienza a crecer de una forma muy pronunciada una nueva forma de realizar compras: el comercio online. En este contexto, pagar con tarjeta se convierte en la reina de las formas de pago utilizadas en el comercio online, al ser mucho más cómoda que el pago contra reembolso o transferencia bancaria... hasta 1998, cuando Paypal aparece en el tablero de juego. Esto supuso un nuevo cambio en el comercio electrónico: ya no era necesario dar los datos de la tarjeta al comprar por Internet, sino que ésta era vinculada a una cuenta de Paypal y ellos se encargaban de realizar el cobro del producto. Comprar online se resumía en elegir el producto y hacer click en un botón para automatizar toda la compra sin que esto resultase peligroso (o al menos no tanto como introducir los datos de la tarjeta en páginas desconocidas).

Cada vez más personas poseen una tarjeta de pago y compran por Internet, ya sea haciendo un uso directo de las tarjetas o a través de Paypal. Sin embargo, en la "era post-PC" cabe preguntarse cuánta gente usa su móvil para hacer compras online. Esta misma pregunta se la realizó Paypal [1] a finales de 2014, y realizó un estudio donde comprobó que una de cada tres compras online se realiza desde smartphones.



Porcentaje de compradores online a través de smartphone en 2014 (Fuente: [1])

Hasta aquí todo es historia y datos medidos, pero nos sirve para darnos cuenta de que parece razonable que el siguiente salto evolutivo sea que el smartphone con el que compramos por Internet sirva también para pagar en establecimientos físicos: comercio electrónico y tarjeta de pago en un mismo dispositivo que prácticamente toda persona lleva encima. Y este es el método que se está intentando empezar a imponer. Pero ¿vale realmente la pena?

Se supone que una de las ventajas de este sistema de pago es comodidad del sistema: se cambia el tener que llevar en la cartera varias tarjetas distintas por una aplicación que gestiona todas a la vez y permite ver los pagos que se han realizado con ellas en cualquier momento. Además, al ser tecnología inalámbrica se cambia el uso de la banda magnética o el circuito integrado típicos de las tarjetas tradicionales por un “tocar y listo”.



Android Pay (Fuente: Web oficial)

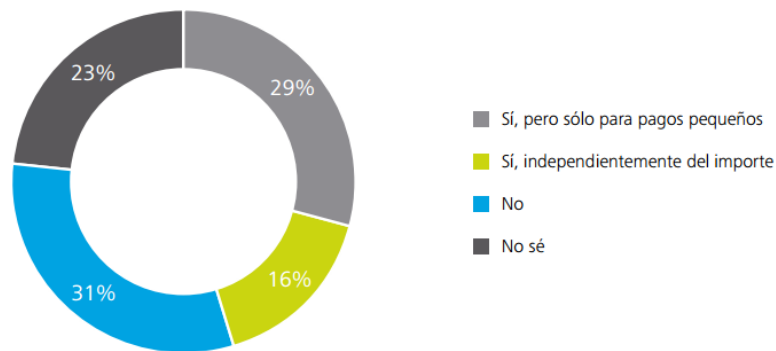
Sin embargo, esta parece la única ventaja del sistema. Mientras que las desventajas (de momento) son más numerosas. Lo primero, necesitamos un móvil que posea tecnología NFC, la cual se restringe en su mayoría a la gama media-alta o alta. Esto implica que el consumo de batería se incrementa se use o no, por el simple hecho de tener la antena activa. Esto podría solucionarse activándola a la hora de ir a pagar, lo cual es, como mínimo, molesto (además, podría haber usuarios que sencillamente no supieran cómo hacer esto. Por otro lado, existe el miedo de que pagar con el móvil puede ser peligroso debido a las diferentes amenazas en Internet (virus, phishing, etc).

Pese a que se supone que los protocolos y las aplicaciones se han diseñado de forma segura, la tecnología es tan nueva que da la sensación de que no ha sido probada lo suficiente y que podrían encontrarse y explotarse vulnerabilidades en las mismas.

Podrían numerarse más desventajas del sistema, como la falta de puntos de pago, la falta de información sobre cómo realizarlos o la incompatibilidad entre usar este sistema y ser “root” (lo cual imposibilita su uso a los usuarios avanzados de los sistemas Android, pese a aumentar la seguridad del sistema). Sin embargo, la mayor parte de los mismos se solucionarán con el tiempo... salvo que otra tecnología acabe siendo más utilizada, convirtiendo a los pagos móviles en algo marginal, como puede provocar el uso de las tarjetas sin contacto.

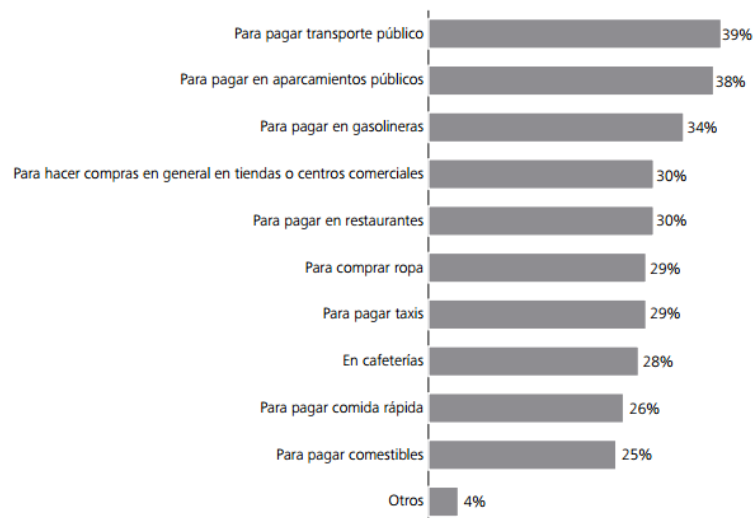
De acuerdo con un estudio de Deloitte [2], a finales de septiembre de 2013 España era el tercer país en Europa por volumen de gasto acumulado anual por pagos con tarjetas sin contacto. Estas tarjetas poseen ventajas parecidas a los móviles (“tocar y listo”) y evitan la mayor parte de las desventajas: el TPV es quien alimenta la tarjeta al realizar el pago, no hay virus que roben tus ahorros, los TPV preparados para pagos con tarjeta “contactless” son más numerosos (al haber aparecido la tecnología tiempo antes), puedes seguir siendo “root” en tu móvil Android...

En este mismo estudio se realizó una encuesta sobre el uso del pago móvil: únicamente un 16% realizaría pagos con su móvil independientemente del coste del producto (frente a un 31% que no lo harían bajo ningún concepto).



*Predisposición a utilizar soluciones de pago vía móvil (Fuente: [2])*

Además, un tercio de los que usarían el smartphone para realizar pagos indicó no saber para qué situaciones sería útil este método. En la siguiente gráfica podemos encontrar los escenarios más útiles para estos encuestados:



*Escenarios en los que una aplicación de pago vía móvil podría ser utilizada (Fuente: [2])*

Por tanto, vemos que el pago con el móvil en general no aporta un valor diferente al de una tarjeta sin contacto. La sociedad no sabe muy bien para qué usaría este sistema, cómo usar este sistema y lo más común es que ni siquiera puedan usarlo sin comprar un nuevo dispositivo.

Personalmente creo que esta forma de pago, pese a que no parece condenada a un fracaso absoluto, no va a recibir una gran implantación en la sociedad. La gente está acostumbrada a pagar con sus tarjetas de siempre (cuyo método de transferencia de datos sí ha evolucionado de forma satisfactoria: banda magnética, chip y NFC) y es muy complicado que cambien de parecer. Es un caso similar al del smartwatch: no despega porque no hace nada nuevo; es simplemente un smartphone con correa, pequeño y de poca duración... y para eso es mejor seguir usando el smartphone que ya es conocido. Pese a que es cierto que la unificación de ambos mundos (comercio físico y online) en un mismo dispositivo es una evolución natural, creo que mantenerlos separados no es una mala idea, sabiendo que llevar tarjetas de pago en la cartera no es un gran problema para nadie. Aunque es cierto que en algunos casos el uso de la tecnología sin contacto es muy cómodo (como en compras rápidas o de importes pequeños), sigo viendo más útil una tarjeta que un smartphone (y lo dice alguien apasionado por las novedades tecnológicas, mejor no imaginar una persona con conocimientos tecnológicos limitados). Sin embargo, parece que compañías como Google, Apple o Samsung están invirtiendo mucho en llevar adelante esta tecnología. Es posible que ellas acaben convenciendo a la gente para vaciar sus carteras de tarjetas de plástico y renovar sus móviles para empezar a pagar con ellos. El tiempo dirá.

[1] **Ecommerce News – “The current mobile commerce situation in Europe”:**  
<http://ecommercenews.eu/current-mobile-commerce-situation-europe/>

[2] **Deloitte – “Consumo Móvil en España 2014. Revolución y evolución”:**  
*[http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/tecnologia-media-telecomunicaciones/Deloitte\\_ES\\_TMT\\_Consumo-movil-espana-2014-def.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/tecnologia-media-telecomunicaciones/Deloitte_ES_TMT_Consumo-movil-espana-2014-def.pdf)*