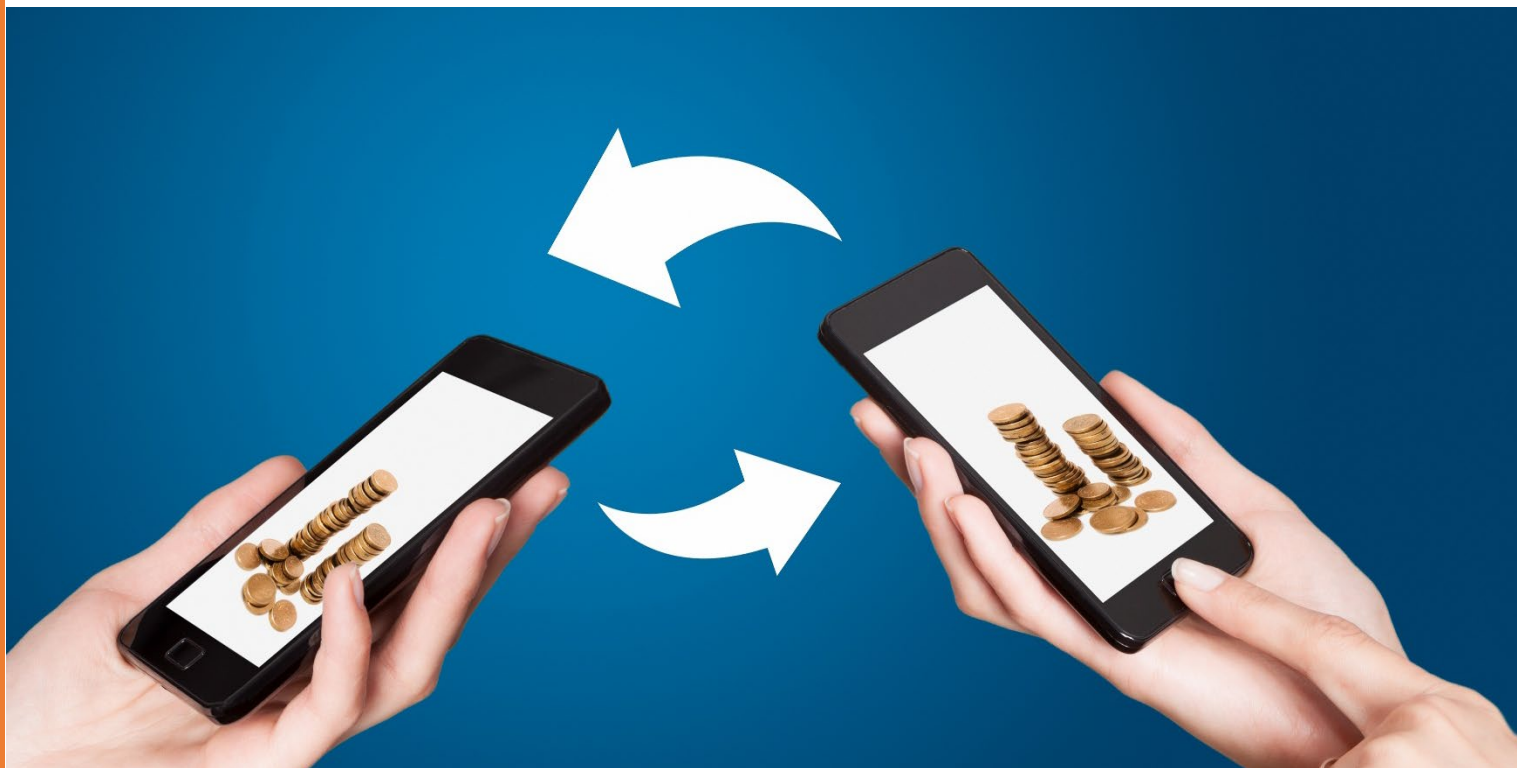


A2A PAYMENTS

TENDENCIAS Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO

Feb-2025



Resumen ejecutivo

El auge de las transacciones *account-to-account* (A2A) durante los últimos años está cambiando el paradigma del sector de pagos. Su sencillez, universalidad, eficiencia en costes, la recepción inmediata de fondos, y la regulación son factores clave en su éxito.

El ecosistema de pagos A2A incluye distintas tecnologías, desde iniciación de pagos, esquemas P2P o transferencias instantáneas. En este marco, encontramos soluciones con dilatada presencia en el mercado y otros nuevos entrantes que presentan un elevado crecimiento.

El éxito de estas soluciones radica en la combinación de una meditada visión estratégica, un plan de desarrollo progresivo, con una ejecución eficiente, como podemos ver en estos dos ejemplos paradigmáticos:

- Bizum, como caso de éxito europeo, ha logrado una masa crítica de usuarios gracias a su solución de pagos P2P y la colaboración de los principales bancos nacionales. Tras consolidarse como un estándar de mercado y expandiendo sus casos de uso hacia el comercio electrónico e identidad digital, Bizum alcanzó un acuerdo con sus homólogos en Portugal e Italia para garantizar la interoperabilidad entre las tres soluciones, beneficiando a más de 43 millones de usuarios conjuntos.
- Pix es el referente mundial en pagos A2A. Tras su creación en 2020 bajo el paraguas del Banco Central de Brasil, ha alcanzado más de 153M de usuarios en su mercado y se espera que presente más del 70% del volumen en comercio electrónico para 2027. Adicionalmente al plan de nuevas funcionalidades de producto y seguridad, la entidad brasileña ha llegado a diversos acuerdos con otros proveedores de servicios de pago para hacer llegar su solución a otros países de Hispanoamérica (Argentina, Chile y Uruguay) y Europa (Portugal, España y Holanda).

Las soluciones A2A se enfrentan al desafío de los pagos transfronterizos y la necesidad de interoperabilidad entre diversas soluciones para poder competir con las tarjetas en su principal ventaja competitiva. Wero, por ejemplo, busca posicionarse como una solución de pagos A2A a nivel regional, respaldada por EPI, una iniciativa apoyada por la Comisión Europea y el BCE.

En efecto, en numerosas geografías, la regulación es un factor crítico en el éxito de estas soluciones, suponiendo una decisión geoestratégica y política de diversificación frente a los medios de pago internacionales.

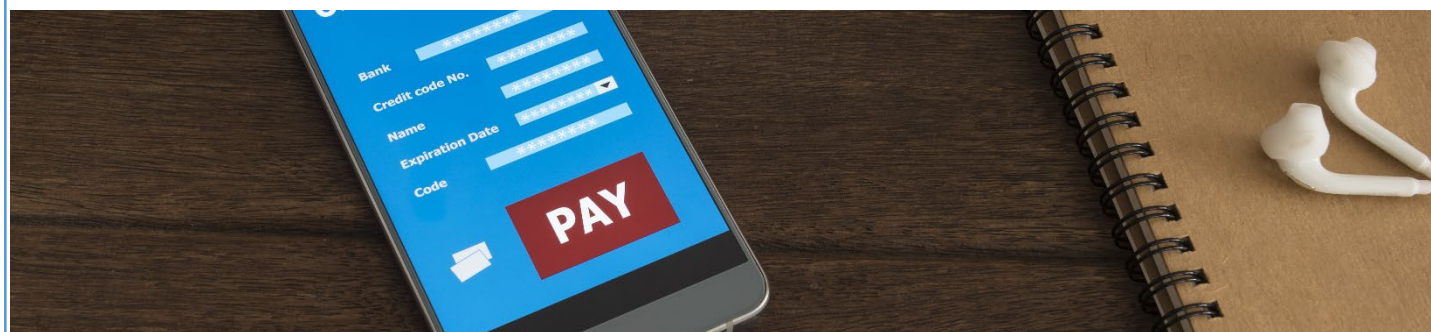
En Europa, vemos como la Comisión Europea tiene un rol muy activo en el desarrollo de los pagos A2A, incluyendo normas y directrices que mejoran la seguridad, transparencia y eficiencia de estos, como observamos en el reglamento 2024/886.

En Brasil, el Banco Central suspendió Whatsapp Pay en junio de 2020, tan sólo unas semanas después de su lanzamiento al mercado. Unos meses después, en noviembre de 2020, lanzó Pix como su solución propia de pagos A2A.

De cara a futuro, se plantean 3 escenarios estratégicos para el panorama competitivo europeo en base al nivel de interoperabilidad y consolidación esperado.

- A. Localidad: donde el panorama actual de soluciones fuertes en varios países se mantiene sin colaboraciones ni consolidaciones.
- B. Interoperabilidad: las soluciones con un alto peso local/regional mantienen su independencia, pero aseguran la interoperabilidad para sus usuarios. En este sentido, la infraestructura OCT (*One-Leg-Out Instant Credit Transfer*) también juega un papel relevante en la interoperabilidad del procesamiento de transferencias instantáneas internacionales.
- C. Consolidación: en la que las diversas soluciones existentes en el mercado se unifican en una solución global, y las restantes pierden relevancia.

Consideramos que un escenario que combine interoperabilidad y consolidación es el más factible, a medida que entidades financieras, reguladores, consumidores y comercios definan sus intereses y preferencias de uso y adopción.



Introducción

Los pagos A2A (*Account-to-account*) son transacciones inmediatas entre cuentas bancarias. En este método de pago, es práctica habitual basar la identificación de receptores y emisores en información no financiera, tal como el número de teléfono, la dirección de correo electrónico o un código identificador.

Este método de pago está creciendo en Europa debido a varios factores, entre los que destacan su eficiencia en costes, conveniencia y los avances tecnológicos. La adopción de los pagos A2A ha sido inicialmente impulsada por la implementación de un marco regulador estable como PSD2 y el lanzamiento de iniciativas P2P (*Peer To Peer*) nacionales en varios países, lo que ha llevado al éxito de estos nuevos actores.

Tamaño de mercado y principales drivers de crecimiento

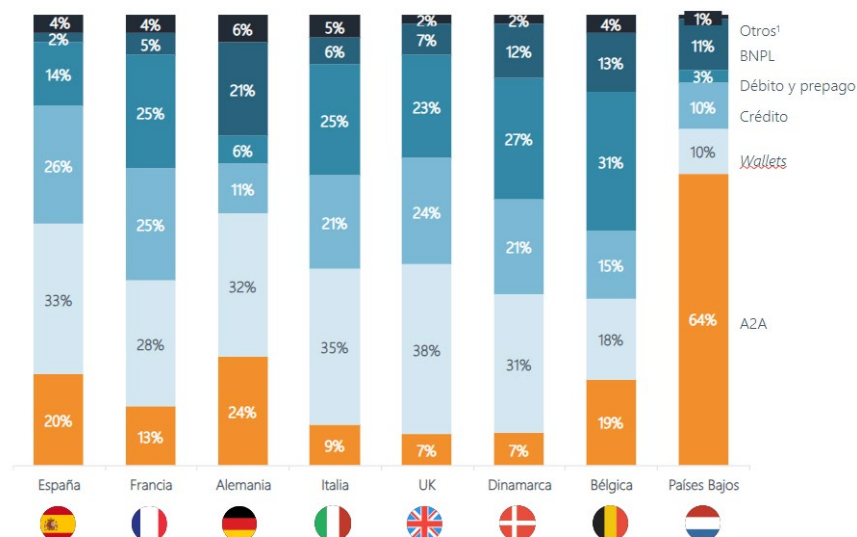
El volumen de transacciones A2A se espera que aumente de 60 mil millones en 2024 a 186 mil millones en 2029, lo que supone un incremento de más del 200%. Los principales impulsores de la adopción y el crecimiento para los intervinientes son:

- Adquisición de clientes de la solución: aumento de la masa crítica a través de la adopción de pagos P2P.
- Usuarios: mejora de la experiencia de usuario para los pagadores.
- Comerciantes: reducción de costes para los comerciantes.
- Instituciones financieras: reducción de costes y una herramienta para la negociación/diversificación de propuestas de pago frente a las marcas de tarjetas.

E-commerce

El potencial de crecimiento de este segmento de negocio en España es muy alto, donde la cuota de mercado de los pagos A2A en el comercio electrónico se situó en el 20% en 2023, comparado con el 7% en 2019, aún muy por debajo de otros países como Polonia (67%) o Países Bajos (62%). Se estima que para 2027, esta penetración alcanzará el 24%, lo que, combinado con el crecimiento esperado del comercio electrónico al 10% anual, incrementará su volumen absoluto en un 76% en apenas cuatro años.

A nivel europeo, el peso de los pagos A2A en *e-commerce* alcanza el 18% y se espera que crezca hasta el 19% en los próximos 3 años. Esto se debe a la disparidad de adopción en las distintas geografías, donde en mercados relevantes como Italia, Reino Unido o Dinamarca no supera el 9%.



Distribución de métodos de pago por país en *e-commerce*

Fuente: The Global Payments Report 2024

Punto de venta (PoS)

En el punto de venta físico, los pagos de cuenta a cuenta enfrentan un mayor desafío debido a la necesidad de desarrollar una experiencia de pago presencial (QR, NFC, etc.) o integrarse con instrumentos de pago existentes, para permitir su adopción tanto por parte de comercios como de consumidores. Todo ello teniendo en cuenta que no existe un gap de experiencia en los mercados europeos, dominado por los pagos basados en tarjeta, que ofrecen ya una seguridad y usabilidad difíciles de superar.

Principales estrategias de *go-to-market*: un poco de historia

Las soluciones iniciales basadas en A2A en Europa tales como Sofort (Alemania, 2005) o Trustly (Suecia, 2008), surgen como entidades independientes y centraron su propuesta de valor en iniciación de pagos en comercios. De esta forma, comenzaron ofreciendo soluciones de pago alternativas a la tarjeta, vendiendo ventajas tanto a comercios (conversión, coste e inmediatez) como a consumidores (facilidad, transparencia y sin riesgo de endeudamiento).

Por otro lado, fueron surgiendo soluciones de pago entre particulares (P2P), que en su mayoría apostaban por raíles cuenta a cuenta (A2A), cubriendo una necesidad no satisfecha, lo que les permitió alcanzar una gran masa crítica de clientes de forma acelerada. En su mayoría, se trataba de acuerdos entre entidades financieras que apostaban por la creación de una solución local de referencia. Ejemplo de ello son soluciones tales como Pix (Brasil, 2020), impulsada por el Banco Central de Brasil o Bizum (España, 2016), creada por las principales entidades financieras del país. Esta estrategia ha permitido posicionar estas soluciones como las grandes dominadoras de sus mercados, facilitando su expansión a otros casos de uso como el pago en comercio (B2C) o pagos empresariales (B2B) gracias a su base de clientes.

Pese al fuerte crecimiento de este tipo de soluciones, los pagos basados en tarjeta todavía cuentan con una fuerte ventaja competitiva. Esto es gracias a su efecto red, su aceptación universal y su facilidad para facilitar pagos transfronterizos. Visa y Mastercard cuentan con una cuota de mercado combinada superior al 75% en volumen transaccionado de manera global, siendo aceptadas en más de 200 países y alrededor de 37 millones de comercios.



Casos de estudio – Comparativa de *roadmaps* de expansión de Pix y Bizum

Estas soluciones de éxito impulsadas por la asociación de entidades bancarias presentan dos principales vías de crecimiento:

1) Ampliación de funcionalidades y casos de uso

Tras lanzar pagos P2P, estas entidades han ampliado sus servicios a compras en comercios y otras funciones o casos de uso. Esto les permite seguir creciendo en relevancia, así como rentabilizar su operativa, ya que los pagos entre particulares suelen ser gratuitos.

- a. Por su parte, el Banco Central de Brasil ha presentado un ambicioso plan de desarrollo para 2024 entre el que destacan los siguientes puntos:
 - Nuevas medidas de seguridad desde noviembre de 2024, en las que las entidades participantes deben implementar soluciones para los procesos de registro y protección de las claves Pix, así como mecanismos para identificar transacciones atípicas o no compatibles con el perfil del cliente.
 - Pago por cuotas, el cual ya ha entrado en vigor, actuando de manera similar a un plan de cuotas, pero sin intereses.
 - Pix Automático: esta modalidad está destinada a pagos recurrentes, combinando la experiencia de la domiciliación bancaria con la gestión de suscripciones digitales.
- b. Bizum también está expandiendo sus casos de uso para ganar tracción en el mercado local.
 - Lanzamiento de Bizum Pay, un *wallet* digital propio que permitirá realizar pagos presenciales mediante tecnología NFC e incluir tarjetas .
 - Identificador digital, a través del cual los clientes pueden registrarse en entornos online de forma ágil y sin necesidad de rellenar campos de información.

2) Expansión internacional e interoperabilidad

Las soluciones de pagos A2A buscan expandirse internacionalmente y garantizar la interoperabilidad con otros sistemas en distintas geografías para aumentar su alcance y competitividad en el mercado global frente a los pagos basados en tarjeta.

- a. Pix está realizando acuerdos con otras entidades, como Getnet, para conectar su solución con plataformas de pago de otros países como Uruguay, Argentina o Chile en Hispanoamérica. Adicionalmente, la compañía planea entrar en el mercado europeo mediante acuerdos con Wipay y Paybyrd, y de esta forma obtener presencia en Portugal, España y Holanda.
- b. Bizum ha llegado a un acuerdo con MBWay (Portugal) y Bancomat (Italia) para garantizar la interoperabilidad entre sus soluciones para los ~43 millones de usuarios. Se espera que dicha conexión esté disponible a finales de 2024. Este movimiento supone una medida defensiva ante otras soluciones paneuropeas como Wero, que pretende consolidar el mercado de pagos instantáneos en Europa.

Para estas soluciones, es fundamental entender que la aceptación global no es una condición necesaria: basta con analizar las necesidades de pagos internacionales de sus usuarios para entender que un enfoque segmentado les permitiría cubrir la gran mayoría de sus necesidades de forma relativamente sencilla. En el caso de España, el ~83% del volumen transaccionado en *e-commerce* se concentra en tan solo 7 países, mientras que en la operativa presencial este peso alcanza el 62%.

Principales retos

A pesar del fuerte crecimiento, los pagos instantáneos se enfrentan a 3 grandes retos para competir con las tarjetas, basados fundamentalmente en aspectos de ciberseguridad.

1. Falta de gestión de *chargebacks* y estándares de gestión de disputas

La ausencia de procesos estandarizados para la gestión de *chargebacks* dificulta a los consumidores resolver disputas de manera eficiente, lo que puede generar problemas de confianza con los pagos A2A. Sin directrices claras y un panorama A2A atomizado, las instituciones financieras y los comerciantes pueden enfrentar experiencias de cliente variadas y posibles problemas legales.

- Pix ya está trabajando en reforzar sus controles de seguridad y nuevos procesos de registro, exclusión, alteración, portabilidad y reclamación de posesión de claves Pix, que se lanzarán en 2024.

2. Establecer experiencias de pago presenciales diferenciales, o al menos competitivas

En punto de venta, la experiencia de pago de tarjeta y *wallets* ofrece altos estándares de seguridad, así como un proceso sencillo y conveniente para el usuario. Las soluciones de A2A deben asegurar su compatibilidad con los terminales de punto de venta actuales, tanto en su infraestructura como en experiencia de uso.

- Bizum ya está trabajando en lanzar una solución de pago mediante NFC que ofrezca una experiencia de uso similar al actual estándar de mercado con tarjetas y otros *wallets*.

3. Verificación de intervinientes

A diferencia del pago con tarjeta, los pagos A2A no cuentan con protocolos de verificación de identidad estandarizados, siendo especialmente relevantes en operativa *push*, es decir, iniciados por el emisor.

- La Comisión Europea, mediante el reglamento 2022/0341 aprobado en 2024, incide en que los proveedores de servicios de pagos deberán verificar la coincidencia de los datos de identidad y cuenta aportados.

¿Posible amenaza para las tarjetas?

Los pagos A2A representan un caso de uso sustitutivo para la mayoría de los pagos basados en tarjetas, además del caso de uso de pagos P2P. Vemos cómo las soluciones locales han ganado una relevancia significativa en Brasil (se espera que represente +50% del valor en *e-commerce* para 2027), México, India (con un valor actual de +50% en PoS+*e-commerce*), y algunos países europeos (Países Bajos con una penetración del 64% de *iDeal* en *e-commerce*).

Mientras que las estimaciones agregadas para Europa no prevén un crecimiento significativo en la cuota de mercado de A2A en el comercio electrónico (19% en 2027 vs. 18% en 2023), sí que representa un cambio de tendencia y ralentiza el crecimiento de las soluciones de tarjetas (*wallets*, débito y crédito con un 70% en 2027 vs. 69% en 2023).

Resultará clave para su crecimiento su ampliación de casos de uso (y en particular los resultados que obtengan en pagos presenciales, donde todas las geografías están redoblando esfuerzos para ofrecer una alternativa de pago *seamless*), la mejora de sus estándares de seguridad, y la interoperabilidad internacional, para ser una alternativa en pagos creíble tanto en C2B, como en B2B y pagos transfronterizos.



Dicho lo cual, la usabilidad, seguridad y sobre todo la aceptación universal de las tarjetas siguen sin rival por ahora. Tanto Visa y Mastercard, como el resto del ecosistema, siguen trabajando (poniendo muchos recursos, tecnología y talento sobre la mesa) para fortalecer su red, incluso incorporando e invirtiendo en nuevos raíles. Históricamente, han demostrado saber adaptarse a las grandes tendencias de esta industria tan dinámica, por lo que será muy interesante seguir sus reacciones competitivas a estos nuevos movimientos.

Como ejemplo de que su globalidad y tecnología sigue siendo de alta relevancia, podríamos destacar el reciente anuncio por parte de Elon Musk de que adoptarán VISA Direct como base para la ejecución de pagos de su red X. Soluciones como Mastercard Send y Visa Direct (aunque no son puramente A2A) están encontrando su posicionamiento de mercado y tendrán su lugar en todo este proceso de maduración del ecosistema, por no hablar de las inversiones que están haciendo Visa y Mastercard en infraestructuras de pagos entre cuentas.

Resulta difícil predecir hasta qué punto convergerán los raíles A2A y de tarjeta, pero está claro que cada vez hay más interrelación entre las soluciones, lo que de hecho se empieza a materializar en decisiones organizativas. Algunos bancos, por ejemplo, empiezan a unificar sus departamentos dedicados a pagos con tarjeta, transferencias o Bizum, unidades tradicionalmente separadas. Al final, de cara al consumidor, son todo alternativas válidas, cada una con sus fortalezas y casos de uso, pero que deben presentarse con un mínimo de coherencia y de unidad en la experiencia (por ejemplo, para la autenticación).

Interoperabilidad, expansión y consolidación

El objetivo de un panorama de pagos europeo más unificado se lleva persiguiendo varias décadas, pero el mercado A2A sigue dominado por soluciones de pago domésticas. Observamos movimientos tanto hacia la consolidación como a la interoperabilidad.

Un ejemplo del primer caso lo encontramos en la región nórdica, donde MobilePay en Dinamarca y Vipps en Noruega se han unido para ganar peso en su región. Por su parte, la solución polaca Blik, que cuenta con una cuota de mercado en su país del 68% sobre volumen transaccionado en *e-commerce*, ha optado por expandir su presencia de forma orgánica, ofreciendo sus servicios a Rumanía y Eslovaquia.

Como iniciativa de interoperabilidad, destaca el acuerdo anteriormente mencionado entre Bizum (España), MBWay (Portugal) y Bancomat (Italia) para posicionarse como una solución relevante en el sur de Europa frente a la expansión de Wero en el centro del continente.



Escenarios a futuro

El panorama competitivo tiende hacia la consolidación para asegurar la interoperabilidad geográfica y lograr economías de escala. De esta forma, estas soluciones podrían competir con las grandes marcas de tarjetas en su aceptación universal de pagos transfronterizos. Desde Nalba, anticipamos 3 posibles escenarios de evolución a futuro en el mercado europeo:

- A. Crecimientos a nivel local: donde el panorama actual de soluciones fuertes en varios países se mantiene sin colaboraciones ni consolidaciones.
- B. Interoperabilidad: en este escenario, las soluciones con un alto peso local/regional mantienen su independencia, pero aseguran la interoperabilidad para sus usuarios. En este sentido, la infraestructura OCT (*One-Leg-Out Instant Credit Transfer*) también juega un papel relevante en la interoperabilidad del procesamiento de transferencias instantáneas internacionales.
- C. Consolidación: en la que las diversas soluciones existentes en el mercado se unifican en una solución global, y las restantes pierden relevancia.

Consideramos que un escenario que combine interoperabilidad y consolidación es el más factible, a medida que entidades financieras, esquemas, reguladores, consumidores y comercios definan sus estrategias, intereses y/o preferencias respectivas.

NALBA
advisors



contacto@nalba.es