

Lanza centro para crear y colaborar

# Mastercard busca solucionar problemas de innovación para adquirentes

Sebastian Estrada  
sebastian.estrada@eleconomista.mx

**El sector** de pagos ha experimentado una notable transformación en los últimos años, impulsada por los avances tecnológicos, nuevos jugadores y la adopción de los medios de pago, por ello la competencia se ha intensificado así como la apuesta por nuevas herramientas, sin embargo, los recursos para la innovación se han reducido.

En este escenario, Gianfranco Polastri, agente de innovación en Mastercard señaló que comienza a haber presiones sobre los precios de los servicios para el desarrollo del sector, por lo que han lanzado un centro de innovación de adquirentes, dirigidos a las firmas especializadas en pagos que se encuentren en el proceso de desarrollo tecnológico.

“Estamos viviendo un momento para los adquirentes en México y en todo el mundo donde no es opcional la

innovación, nunca lo fue, ahora menos. Los comercios están buscando menos fricción, más servicios de valor agregado y en un contexto donde empieza a haber presión sobre los precios, es mucho más complicado y es un poco lo que queremos solucionar”, indicó.

La firma detalló que pese a que predomina el uso de efectivo en el país hay avances en la adopción de métodos de pago digital, debido a que actualmente 16% de los comercios en el país aceptan pagos digitales, además de que el uso de tarjetas creció 35% del 2022 al 2023 y las tecnologías como el pago sin contacto aumentaron 30% y se espera que tengan un despunte en la adopción que ascienda a 58% para el 2028.

Además de que aumentó la presencia de Terminales Punto de Venta (TPVs) para la recepción de pagos, en gran medida por la presencia de nuevos jugadores adquirentes no bancarios, que en el 2014 ascendían a 21 y en el 2023 sumaban ya 52, y de acuerdo con la úl-



**La firma** detalló que pese a que predomina el uso de efectivo en el país hay avances en la adopción de métodos de pago digital.

FOTO: SHUTTERSTOCK

tima medición oficial del 2021 al 2022, las TPVs colocadas por estos jugadores crecieron 26.5 por ciento.

“El adquirente es el que va a dar el beneficio al comercio de poder hacer la recepción del pago y darle el beneficio al consumidor de que pueda hacer el pago cuando quiera, como quiera, donde quiera, de una manera fácil, sencilla y segura. Los clientes quieren pagos rápidos, seguros y convenientes, el adquirente es el que te facilita y conecta estas dos partes”, señaló Irina Valassi, vicepresidente del centro de soluciones al cliente de Mastercard México.

Como parte de su estrategia en el sector de los pagos, la firma obtuvo autorización como Cámara de Compensación en el 2020, figura que se encarga de procesar los pagos y mediante la que se conectan los emisores y los adquirentes.

“Hemos evolucionado mucho como mercado, todas las condiciones han mejorado para poder cambiar, empezamos desde un mercado que es-

taba cerrado con un duopolio, cambiaron con una nueva regulación que promueve la protección al cliente y la competencia, también inició la Ley Fintech, donde entran algunos de los agregadores”, agregó Valassi.

## Expectativa en México

Este es el segundo centro de innovación para adquirentes que inaugura la firma, el primero se encuentra en Reino Unido, de acuerdo con Mauricio Schwartzman, director general de Mastercard México la decisión de que el segundo centro fuera en América Latina y con sede en México se debió a que buscan brindar un espacio dirigido a todos los jugadores involucrados en la innovación del sector.

“Hay nuevos bancos digitales, *fintech*, la banca tradicional también se está digitalizando para tener mejores productos y servicios, hay muchos cambios del lado de los adquirentes.

Hay una mejor tecnología, terminales, pagos sin contacto, capacidades de pago en comercio electrónico, etc.

**Adquirentes no bancarios**, que en el 2014 ascendían a 21, en el 2023 incrementaron su presencia a 52.

EL ECONOMISTA

VIERNES  
12 de abril  
del 2024