

Sede.

AECOC (Av. General Perón 38, Edificio Master's I, Planta 5, MADRID).

Agenda.

Café de bienvenida.	10:00h.
1. Bienvenida.	10:30h.
2. Participantes del CAMP:	10:40h.
• Cambios internos.	
• Asociación a AECOC.	
3. Estado de situación del Plan Estratégico:	10:45h.
a. Omnicanalidad y consumidor:	
- Mejora de la UX: Códigos genéricos, 3DS 2.3, Exenciones y Otras mejores prácticas.	10:50h.
- Barómetro AECOC Shopperview sobre medios de pago.	11:00h.
b. Operaciones:	
- KPIs sectoriales.	11:10h.
- Nuevos entornos (e interoperabilidad).	11:30h.
- Cashback & Cash in shop.	11:40h.
c. Sostenibilidad:	11:55h.
- Accesibilidad.	
d. Digitalización y tecnología:	12:10h.
- Operativas TRA/MIT y con exenciones SCA en pagos inmediatos con Bizum.	
- Iniciativas de interoperabilidad de pagos inmediatos entre soluciones europeas.	
PAUSA-CAFÉ	12:20h.
4. III Jornada AECOC-Cecabank.	12:40h.
5. Comité Nacional de Pagos del BdE: Resumen última reunión.	12:55h.
• Temas relevantes en el ámbito internacional.	
• Europe Retail Payments Board (ERPB).	
• Temas relevantes del mercado nacional.	
6. Impacto del apagón del 28 de abril en el comercio.	13:40h.
7. Aprobación de la fecha de la próxima reunión y temas a tratar.	13:55h.
8. Otros hitos relevantes: Fechas a tener en cuenta.	13:59h.
COCTEL	14:00h.

1. Bienvenida (T5).

AECOC da la bienvenida a los asistentes y anuncia la baja definitiva del CAMP de Banc Sabadell.

Por otro lado, la Asociación informa de su voluntad de llevar un estrecho seguimiento de la tasa de asistencia a las reuniones con el objetivo de que nunca baje del 90% (T5).

Para finalizar, AECOC comenta que tiene pendiente crear un grupo de WhatsApp para poder compartir de forma breve y rápida aquellas cuestiones que cualquier persona del grupo considere importantes.

2. Participantes del CAMP:

Cambios internos (T6).

- Banco Santander presenta la candidatura del su nuevo representante (Alejandro Barrenechea, Director de Tarjetas).
- Bankinter presenta su candidatura para cubrir la baja de Banc Sabadell (María Dolores Bázquez, Directora de Medios de Pago).
- Julián Martín (Miravia) comenta que pasa a ocupar el cargo de Head of Partnerships para Iberia en Ant International, filial del grupo Alibaba en medios de pago. En ese sentido, y a efectos de seguir considerando a Julián dentro del segmento de los comercios, a partir de ahora figurará en los listados del CAMP como representante de Alibaba Group (Ant International).

AECOC recuerda que, en los dos primeros casos, las candidaturas se darán por aprobadas automáticamente si en el plazo de 15 días naturales ningún miembro del CAMP muestra a AECOC una posición en contra.

Para finalizar, y con el objetivo de alcanzar las 30 empresas en el CAMP (límite máximo que figura en los estatutos), se acuerda avanzar en las conversaciones para tratar de incorporar a Inditex y a Glovo si falla el anterior (otras alternativas a las anteriores: Netflix y The Eat Out Group). A esos efectos, Alibaba Group (Ant Int.) comenta que espera tener noticias de Inditex en un plazo aproximado de dos semanas.

Acción 1

Asociación a AECOC (T7).

AECOC comparte el estado de las empresas asociadas, en proceso de asociación y las que todavía no han iniciado los trámites advirtiendo a todas de la necesidad de ser miembro de AECOC antes del 31 de diciembre de 2025 para no causar baja del CAMP.

3. Estado de situación del Plan Estratégico:

AECOC presenta los temas “en marcha” y “encima de la mesa” clasificados en los ejes y pilares de su plan estratégico con el fin de visualizar fácilmente todas las iniciativas y poder decidir la prioridad y el ritmo a imprimir a cada una de ellas (T8).

a. Omnicanalidad y consumidor:**- Mejora de la UX: Códigos genéricos, 3DS 2.3, Exenciones y Otras mejores prácticas (T9-10).**

Redsys informa que antes de verano se creó un nuevo código (189) dentro de un adendum que se incorporó a la actual tabla de códigos y que la empresa compartió con los PSP con los que tiene contrato. Dicho código está vinculado a un mensaje que recibe el consumidor del tipo “consulte con su entidad” para que éste sepa cómo actuar en determinadas condiciones de denegación de un pago.

Más allá de lo anterior, Redsys informa al comercio de: A) que no es necesario que realice ningún cambio en sus SS.II. ya que no altera las tablas (al hacerse la conversión automáticamente), B) que hasta la fecha no le consta que haya habido ninguna incidencia al respecto y C) que tiene pendiente de recibir las estadísticas del uso de este nuevo código y ver si las puede compartir con este grupo.

Acción 2

A partir de aquí, es necesario que tanto Redsys como los comercios analicen de qué manera cambia la comunicación/experiencia “comercio-usuario final” en el momento que se usa este nuevo código: ¿mejora dicha comunicación/experiencia?

Acción 3

Seguidamente, Mercadona reclama a Redsys y las entidades que se pongan de acuerdo y aclaren cómo y cuándo se utilizan los códigos 107 y 121 a la hora de justificar la denegación de un pago por falta de saldo o por haberse excedido el límite de la tarjeta ya que, al parecer, no todo el mundo los aplica de la misma manera.

Acción 4

En cuanto a la implantación de la versión 3DS 2.3 y las exenciones por parte de los emisores, todo indica que los avances se están produciendo muy lentamente y no merece la pena dedicarle mucho tiempo en el CAMP a menos que cambie esta circunstancia.

Sin embargo, con relación a la “tokenización” de tarjetas, Amazon comenta que es necesario avanzar en la mejora de los ratios de aprobación de solicitudes de “tokenización” ya que este tipo de tarjetas son más seguras y mejoran la UX provocando que los ratios de aprobación de un pago pasen del 62% en el caso de tarjetas no “tokenizadas” al 84% en el caso de las “tokenizadas”. Al hilo de lo anterior, la empresa se pregunta (y parece que se confirma) si los emisores tienen otorgan un “scoring” de riesgo de fraude superior a las transacciones de tarjetas no “tokenizadas” frente a las “tokenizadas”.

Para finalizar, Amazon comparte que los ratios de aprobación de solicitudes de “tokenización” son del 82% en España, mientras que en el Reino Unido alcanzan el 90% y por eso, propone montar un pequeño grupo de trabajo para que el

Acción 5

comercio pueda entender cómo funciona el proceso de “tokenización” y ver de qué manera se puede trabajar conjuntamente para mejorarlo.

- Barómetro AECOC Shopperview sobre medios de pago (T11-22).

AECOC presenta el estado del barómetro agradeciendo la colaboración de las empresas participantes en esta edición (Mastercard, PayPal, Stripe y Toqio), compartiendo las mejoras introducidas este año en el estudio y presentando las fechas de los próximos hitos más importantes.

b. Operaciones:

- KPIs sectoriales.

AECOC presenta los principales KPIs recogidos gracias a la colaboración de los comercios evidenciando que las frecuencias en las interrupciones del servicio: A) son mayores de las que la industria (adquirentes y procesadores) afirma y, como consecuencia, B) tienen un impacto económico para el conjunto del comercio que no es despreciable (T23-26).

Dentro de este apartado se concluye que el eslabón más débil de la cadena es, en el 80% de los casos, el emisor ya que, la causa principal de la interrupción es la imposibilidad de acceder a la APP del banco por parte del usuario final como consecuencia de un tiempo de latencia muy elevado, falta de conexión a internet, paradas por mantenimiento de la APP, etc.

Teniendo en consideración que todo ello provoca una mala UX que puede desencadenar en una pérdida de ventas y de imagen y confianza en el comercio y/o el propio banco, los distribuidores proponen a los emisores analizar la posibilidad de tener algún tipo de protocolo “offline” que permita no perder las ventas ante la imposibilidad de autenticar a una persona a través de su APP por este tipo de situaciones.

Acto seguido, y ante la falta de información recibida, AECOC anima nuevamente a los procesadores a compartir con el CAMP este otro tipo de indicadores generales relacionados con las interrupciones en el servicio (T27). Ejemplo del número de interrupciones detectadas por segmento de la cadena y mes:

Segmento	Enero	Febrero	Marzo
Emisores	7	5	...
Adquirentes	5	8	...
PSP's	6	6	...
Comercios	4	6	...

Por su parte, Redsys comenta que analizará internamente qué información de ese tipo o similar puede compartir con este grupo.



Acción 8

Por su parte, Cecabank comenta que ese tipo de información sólo se comparte entre procesadores y con el BdE con el fin de poner en marcha acciones de mejora en materia de resiliencia. A esos efectos, **AECOC solicita a los procesadores que, por lo menos, compartan con ese grupo las mejoras que se van introduciendo en la cadena de pagos.**

Para finalizar, se comparte la evolución a lo largo de 2025 de las tasas de aprobación de varios comercios clasificadas por medio de pago (T28).

Cabe mencionar que en el comparativo online las transacciones autenticadas las tarjetas y Bizum se comportan de una forma bastante similar (nota aclaratoria a raíz de que uno de los distribuidores ha reportado el total de transacciones con tarjeta incluyendo las exencionadas de SCA).

Acción 9

Para concluir este apartado **AECOC propone recopilar de todo el comercio estos mismos datos agregados para todo el 2025 (sin necesidad de segmentarlos por meses) con el fin de presentarlos en la primera reunión de 2026 y sacar conclusiones. Consideraciones:**

- Solamente se tendrán en cuenta los ratios de las operaciones autenticadas.
- Los resultados se proporcionarán, según aplique y sea posible, para los siguientes medios de pago: Tarjeta débito, tarjeta crédito, Bizum, PayPal, Google Pay, Apple Pay...

- **Nuevos entornos (e interoperabilidad).**

Dentro de este apartado AECOC presenta el estado actual del proyecto SDDR en España, así como las implicaciones en el ámbito de los pagos y los próximos pasos para involucrar a este sector (T32-35).

Acción 10

Por su parte, **Lidl se ofrece a compartir en próximas reuniones su proyecto en este ámbito adelantando que las experiencias dependen mucho de cada país. Del mismo modo, Visa y Mercadona comentan que están trabajando en Portugal, ofreciéndose el primero, también, a compartir su experiencia en ese país. Acto seguido, Cecabank y Mastercard se añaden a este grupo de voluntarios. De esta forma, AECOC coordinará con todos ellos los próximos pasos a seguir.**

Por otro lado, AECOC recuerda el interés inicial de algunos miembros por abordar otros escenarios (transportes públicos, electrolinerías, etc.). A esos efectos, **Mastercard se ofrece a compartir sus experiencias en los dos ámbitos anteriores.**

Acción 11

Con relación a la compatibilidad de los códigos QR en los productos y como mecanismo iniciador de un pago, así como la compatibilidad entre dicho mecanismo y el uso de NFC (T37-38), AECOC resume los temas más actuales y

destacados sin que se recojan comentarios y a la espera de que se produzcan novedades en el mercado.

- Cashback & Cash in shop (T39).

DIA presenta su proyecto de cashback, cuya misión, objetivos y resultados es muy similar a la de otros grandes distribuidores y se podría resumir de la siguiente manera:

- Es un servicio, en ocasiones está ligado a un acto de compra, que está operativo desde hace 5-10 años en buena parte de la distribución moderna y que se ofrece de manera adicional al cliente para mejorar la propuesta de valor de la enseña.
- A diferencia de otros países del norte de Europa, la distribución considera que es útil principalmente en zonas rurales y en especial en los supermercados por ser establecimientos de proximidad. No obstante, todos, con la excepción de Bonpreu*, consideran que el montante total agregado del año -en Euros- supone una cantidad residual si se compara con la facturación de la empresa.

***Bonpreu, que colabora con la Caja de Ingenieros y N26 dentro de este ámbito, se ofrece a compartir su experiencia.**

- Existe cierta polémica por dos motivos principalmente: A) Es un servicio no exento de problemas y dificultades en su operativa y B) podría decirse que se ofrece sin todas las garantías desde el punto de vista de los requisitos legales que les son aplicables actualmente a la banca para proporcionar efectivo al ciudadano (permisos, inversiones en infraestructuras y formación, etc.).

c. Sostenibilidad:

- Accesibilidad.

AECOC comparte los temas más destacados y de actualidad con relación a la Directiva Europea de Accesibilidad (EAA) sin que se produzcan comentarios al respecto.

Seguidamente, Cecabank (T42-48) presenta los proyectos relacionados con la accesibilidad a sus productos y servicios para personas con diferentes tipos de discapacidad (Ej. "TPV" para los entornos físico y online, tarjetas, cajeros, etc.). Con relación a los TPV de tienda y al TPV virtual (checkout en e-commerce) Cecabank comenta que no hay un estándar de mercado y que cada proveedor de soluciones ofrece su propia experiencia de uso a este colectivo. De esta manera los emisores, que trabajan con varios proveedores de soluciones a la vez, no ofrecen una experiencia unificada a todos sus clientes.

d. Digitalización y tecnología:**- Operativas TRA/MIT y exenciones SCA en pagos inmediatos con Bizum (T49-50).**

Bizum comparte el estado de las operativas de TRA, MIT y exenciones SCA en los pagos inmediatos, así como las iniciativas europeas de interoperabilidad en este tipo de transacciones.

Con relación al primero de los puntos, Bizum comenta que su solución todavía sigue teniendo un tratamiento diferente respecto del pago con tarjeta (tecnologías, regulación, tratamiento por parte de ellos emisores, etc.), aunque poco a poco este “gap” es cada vez menor. Dentro del marco regulatorio, se menciona que está más y mejor desarrollado en la actualidad el escenario de los importes fijos que los variables.

Respecto a los niveles de implantación, cabe destacar el dato de que, a día de hoy, el 36% de los usuarios finales tienen la capacidad de aprovecharse de las exenciones a SCA siempre y cuando se den las condiciones de seguridad previstas por el emisor. A esos efectos, se destaca la importancia de que las entidades aceleren el proceso de incorporación de esta práctica (uso de exenciones) ya que, cuando se hace, las tasas de aprobación pueden pasar de un 82-83% a un 95-98%.

Con relación al despliegue de Bizum en los puntos de venta, éste está previsto para mayo de 2026 y contará con un mecanismo de respaldo en “offline” siempre que el comercio y el adquirente lo hayan desarrollado.

- Iniciativas de interoperabilidad de pagos inmediatos entre soluciones europeas (T51-52).

En cuanto a las iniciativas europeas de ámbito paneuropeo demandadas por el BCE, todo indica que estarán basadas en transacciones A2A en el ámbito privado y en el Euro digital en el ámbito público. En ese sentido, dos son las grandes iniciativas que hoy en día están trabajando para crecer haciendo interoperables las soluciones A2A de diversos países con el objetivo de acabar cubriendo en poco tiempo los casos de uso más allá del P2P (Ej. P2M y P2eM). Por un lado, EuroPA, solución vinculada a Bizum y sus homólogas en Portugal, Andorra e Italia que tiene la intención de seguir creciendo del lado de algunos países nórdicos y de Europa central y del este (Ej. Polonia, Eslovaquia...). Por otro está Wero, que integra las soluciones de Alemania, Francia, Países Bajos y cuya intención es también la de crecer interoperando con las de países como Suiza, Rumanía, Irlanda y el resto de los nórdicos.

Para finalizar, el pasado 1 de septiembre, se publicó que EuroPA y EPI han acordado trabajar para crear un 'hub' central que interconecte las soluciones de ambas iniciativas cuyo estudio de viabilidad concluirá a finales de año. Este 'hub' permitirá que los más de 120 millones de clientes de las soluciones participantes realicen pagos transfronterizos instantáneos.

El despliegue se realizará de forma progresiva, comenzando con transferencias P2P y ampliándose al resto de casos de uso. En su fase inicial, esta iniciativa cubrirá los 13 mercados en los que ya operan las soluciones participantes.

En cuanto a la tecnología de inicio de la transacción, se ha decidido dar prioridad a NFC, aunque también se contempla incluir los códigos QR.

4. III Jornada AECOC-Cecabank (T54-68).

AECOC presenta el enfoque del programa de las III Jornadas AECOC-Cecabank que tendrá lugar en Madrid el próximo 26 de noviembre y que adoptará, como novedad, la “sub-marca” de “CONSUMER & RETAIL PAYMENTS” para hacer hincapié en el protagonismo que deben tener en el programa los temas relacionados con estos dos colectivos.

En cuanto a los contenidos, de forma unánime se decide no hablar en esta ocasión sobre PSD3 y PSR habida cuenta de los pocos avances que se ha producido hasta la fecha. Por el contrario, se decide incluir en su lugar un bloque sobre las aplicaciones de la IAG en el ámbito de los medios de pago.

Acción 12

Para finalizar, AECOC presenta brevemente las diversas modalidades de patrocinio animando a los presentes a considerarlas, así como a valorar la posibilidad de adquirir invitaciones para sus clientes.

5. Comité Nacional de Pagos del BdE: Resumen última reunión.

AECOC comparte los temas más destacados de la última reunión del Comité Nacional de Pagos del BdE sin que se produzcan comentarios destacados (T69-80):

- Temas relevantes en el ámbito internacional.
- Europe Retail Payments Board (ERPB).
- Temas relevantes del mercado nacional.

Dentro del último de estos 3 apartados, Amazon resumió los aspectos más relevantes de la reunión del Grupo de Trabajo nº1 del BdE sobre pagos inmediatos y autonomía estratégica destacando lo siguiente:

- El protagonismo de Iberpay en la parte de infraestructura y de Bizum como solución de pagos inmediatos.
- La “sorpresa” del BdE de ver el contraste de opiniones de la industria, especialmente la banca y el comercio sobre el enfoque y prioridades del proyecto.
- La voluntad del BdE de contribuir a la uniformidad del servicio de Bizum entre las top-20 entidades financieras en el entorno del A2A.
- El compromiso del BdE de definir conjuntamente y llevar el seguimiento de una serie de KPIs en el marco de este proyecto.

6. Impacto del apagón del 28 de abril en el comercio.

La Asociación comparte las principales conclusiones respecto a las preguntas respondidas por el comercio con relación al apagón del pasado 28 de abril (T81-84) sin que se produzcan comentarios.

7. Aprobación de la fecha de la próxima reunión y temas a tratar (T85).

Acción 13**Miércoles, 5 de noviembre (ONLINE).** Reservar fecha en las agendas.

Comité AECOC de Medios de Pago: De 11:00h. a 13:00h.

Temas a tratar (borrador):

- Estrategia nacional de pagos minoristas. Avances de los GTs del BdE.
- Plan estratégico del CAMP 2026: Acordar prioridades.
- III Jornada AECOC-Cecabank de Retail Payments.

8. Otros hitos relevantes: Fechas a tener en cuenta (T86).

Martes, 28 de octubre (ONLINE)Webinar (gratuito): *“Desata todo el potencial de los pagos instantáneos y Bizum en retail y ecommerce”*.**Miércoles, 26 de noviembre (MADRID)**Evento: *“III Jornada AECOC-Cecabank de Consumer & Retail Payments”*.**Lunes, 15 diciembre (ONLINE)**Webinar (gratuito): *“II Barómetro Shopperview sobre medios de pago y mecanismos de autenticación”*.**Acción 14**

Para concluir la sesión, AECOC solicita a los presentes que se eserven estas fechas en sus agendas.