

Comité AECOC de Medios de Pago (CAMP)

Madrid, 18 de septiembre de 2025

Carlos Torme, Director de Expansión

AECOC

Agenda I

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.

Agenda II

3

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.

ANTITRUST CAUTION

“AECOC, sus Consejos, Comités y Grupos de Trabajo operan con respeto al derecho de competencia. Por este motivo, no está permitido debatir sobre precios, clientes, productos o cualquier otra información comercialmente sensible que pueda ir en contra de este derecho.

En caso de que cualquier participante considere que en algún momento del debate no se cumple con lo establecido, se aparcará automáticamente la discusión.

Es necesario tener en consideración que todo lo anterior aplica no sólo durante la propia reunión, sino también a lo largo de las conversaciones informales que se puedan establecer en los momentos inmediatamente previos y posteriores a la misma”.

AECOC invita a los participantes a consultar el código de conducta de GS1 en:

<https://www.gs1.org/standards/development/how-we-develop-standards/gs1-anti-trust-caution>

1. Bienvenida

Tasa de asistencia de empresas (total: "29"):

- 23/04 (Mdd): 92%
- 18/09 (Mdd): 93%
- 05/11: (Online): -

EMPRESA	PERSONA	ASISTE
Adyen	Juan José Llorente (M)	SI
Amazon	Arnau Bertrán (M)	SI
Amazon	Francesca Cedrola (Presidente)	EXC
American Express	Álvaro González (S-NEW)	SI
Banco Sabadell	BAJA	---
Banco Santander	Alejandro Barrenechea (M-NEW)	SI
BBVA	Mónica Parada (S)	SI
Bizum	Ángel Nigorra (M)	SI
CaixaBank	Ignacio José Pulido (S-NEW)	SI
Carrefour	Mario Fernández (S-NEW)	SI
Cecabank	Julio Fernández (M)	SI
Checkout.com	Javier Casas (M)	EXC
Decathlon	María Abajo (S-NEW)	SI
DIA	Cristina Lozano (M)	SI
El Corte Inglés	Vicente Sánchez (M)	SI
Eroski	Alejandro Sánchez (M)	SI

EMPRESA	PERSONA	ASISTE
Google	Dimitri Cano (S-NEW)	SI
Iberpay	José Luis Langa (S)	SI
Lidl	Josep Cassany (M)	SI
Mastercard	Ignacio González-Posada (M)	SI
Media Markt	Esther Miranda (M)	SI
Mercadona	Julia Gallego (M)	SI
Miravia	Julián Martín (M)	SI
MONEI	Alex Sáiz (M)	SI
PayPal	José Domínguez (S)	SI
Redsys	Miguel Torres (M)	SI
Stripe	Javier Rivera (M)	EXC
Tendam	Mariló Chiarri (M)	SI
Visa	Shamil Indrakumar (S)	SI
Worldline	José A. Nieto (M)	SI

Invitados:

- Bankinter: María Dolores Bázquez, Directora de Medios de Pago
- Bonpreu: José A. Castillo, Responsable del Servicio de Informática Punto de Venta
- Cecabank: Nidia Ramiro, Responsable de Servicios de Consultoría y Certificación de Soluciones Medios de Pago

2. Participantes del CAMP: Cambios internos

6

Altas, bajas y cambios en la representatividad:

- **BANCO SANTANDER:** Propuesta de la candidatura de Alejandro Barrenechea, Director de Tarjetas, para ser el nuevo representante de Banco Santander.
- **BANKINTER:** Propuesta de alta de Bankinter para cubrir la baja de Banco Sabadell y de la candidatura de su representante María Dolores Bázquez, Directora de Medios de Pago.
- **MIRAVIA:** Cambio en la responsabilidad de Julián Martín (ACTUAL: Head of Partnerships para Iberia de Ant International) y en la representación dentro del CAMP (MIRAVIA > ALIBABA).
- **Situación actual:**
 - Con la sustitución de Banco de Sabadell por Bankinter el CAMP estaría integrado por 29 empresas.
 - Los estatutos del CAMP limitan el grupo a un máximo de 30 empresas (queda una vacante).
 - Opciones comentadas en la última reunión (por orden de prioridad):
 1. Inditex: En conversaciones con Julián Martín.
 2. Glovo (agregador multi-categoría).
 3. Netflix (entretenimiento audiovisual)*.

Otras opciones: Alcampo (Multicategoría), Ikea (Home), Leroy Merlin (DiY), Eat Out (Foodservice), Apple Retail (Bienes tecnológicos), Desigual (Textil moda)...

*NO socio de AECOC.

AECOC

2. Participantes del CAMP: Asociación a AECOC

SOCIO AECOC	EMPRESA
SI	Amazon
SI	Banco Santander
SI	Bankinter
SI	BBVA
SI	Bizum
SI	CaixaBank
SI	Carrefour
SI	Cecabank
SI	Decathlon
SI	DIA
SI	El Corte Inglés
SI	Eroski
SI	Google
SI	Lidl
SI	Mastercard
SI	Media Markt
SI	Mercadona
SI	PayPal
SI	Redsys
SI	Tendam

SOCIO AECOC	EMPRESA
En proceso	Adyen
En proceso	American Express
En proceso	Iberpay
En proceso	Miravia
En proceso	Stripe
En proceso	Visa
En proceso	Worldline

SOCIO AECOC	EMPRESA
NO	Checkout.com
NO	MONEI

3. Estado de situación del Plan Estratégico (PE)

Temas en marcha

Temas "encima de la mesa".

	OMNISCANALIDAD Y CONSUMIDOR	OPERACIONES	DIGITALIZACION Y TECNOLOGIA	SOSTENIBILIDAD	EMPLEO Y TALENTO
ESTANDARES Y RECOMENDACIONES	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la UX: <ul style="list-style-type: none"> Códigos genéricos 3DS 2.3 SCA y Exenciones Desarrollo de negocio más allá de la transacción (BNPL, fidelización...) SPAA 	<ul style="list-style-type: none"> KPIs Nuevos escenarios: SDDR, Electrolinerías, Transportes públicos... Pagos transfronterizos Cashback & Cash in shop Resiliencia tecnológica y operativa: Prevención y gestión de interrupciones (Ej. Pagos OFFLINE) Fraude 	<ul style="list-style-type: none"> Pagos A2A (Trans. Inst.) Euro Digital Click to Pay QR/NFC en PdV (GS1 Digital Link) EUDI, EUDIW I.A. 	<ul style="list-style-type: none"> Interoperabilidad Accesibilidad Huella de carbono 	N.A.
HERRAMIENTAS Y SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto de Innovación Abierta de AECOC (PIA) 			<ul style="list-style-type: none"> Cálculo, Medición, Comunicación, Reducción, Compensación GEI. 	<ul style="list-style-type: none"> Pacto con el mundo académico
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> Barómetro de MdP 	<ul style="list-style-type: none"> Benchmark de calidad de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Observatorio de tecnologías exponenciales (AECOC-MIOTI) Foro de CIOs 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de sostenibilidad de los socios de AECOC 	N.A.
UNIDAD DE ACCION	<ul style="list-style-type: none"> Jornada AECOC-Cecabank de MdP Formación (Shopperview y Transferencias inst.) Comunicación (Revista Código 84) International trainings 				
	<ul style="list-style-type: none"> BDE, TESORO, AEB, CECA, AEFI, ASNEF, UNACC, ASUFIN, ADIGITAL, AMETIC, ANGED, ASEDAS... 				

3a. Omnicanalidad y Consumidor:

Mejora de la UX: Códigos genéricos, 3DS 2.3, Exenciones y Otras mejores prácticas

9

Códigos genéricos:

- Redsys:
 - Antes de verano se creó un nuevo código (189) dentro de un adendum que se incorporó a la actual tabla de códigos y que Redsys compartió con los PSP con los que tiene contrato*.
*Por su parte, PayPal, que ofrece un servicio como procesador, solicita encarecidamente conocer con precisión este tipo de cambios.
 - Este código se puso en producción el 17/07 sin guías de implantación. ¿Se está usando? ¿Cómo?
 - En paralelo, quedaba pendiente por parte de los procesadores el analizar si las tablas de conversión de códigos entre países se verían afectadas. ¿Cómo está este tema?
 - En el caso del comercio, sigue existiendo cierto malestar porque siempre se le ha mantenido al margen de estos trabajos y no se le ha facilitado suficiente información.
 - ¿Cuál es la situación actual?
 - ¿Qué cambios se han hecho exactamente y cuál es su impacto en las infraestructuras y operativa diaria?
 - ¿Cuál es la situación actual en el comercio?
 - ¿Cómo se puede habilitar un canal de comunicación entre los comercios y los procesadores para detectar en el futuro posibles mejoras e implantarlas de manera eficiente?

3a. Omnicanalidad y Consumidor:

Mejora de la UX: Códigos genéricos, 3DS 2.3, Exenciones y Otras mejores prácticas

10

3DS 2.3 y Exenciones:

- Reunión del 23/4:
 - El objetivo del comercio es mejorar la UX para reducir los abandonos y alcanzar las tasas de conversión de otros países de Europa, pero percibe una falta de motivación por parte de los emisores.
 - La escasa implantación de 3DS 2.3 en el sector* imposibilita al retail disponer de datos comparativos que confirmen las mejoras de los ratios de conversión de esta versión de comercio seguro respecto a otras opciones menos costosas para el emisor como, por ejemplo, mejorar la comunicación con el usuario final.
*Solamente implementado por 2 entidades y en el escenario de venta a través de la APP del comercio.
 - Los comercios solicitan a los esquemas y a los emisores abrir un debate para determinar qué condiciones se tienen que dar (desde el punto de vista “coste-beneficio”) para que las entidades **-de manera individual-** se animen a dar un impulso a la implantación de 3DS 2.3 y las exenciones.
 - ¿Algún avance? ¿En qué dirección?

Otras mejores prácticas: “Tokeneización” de tarjetas por parte de los esquemas.

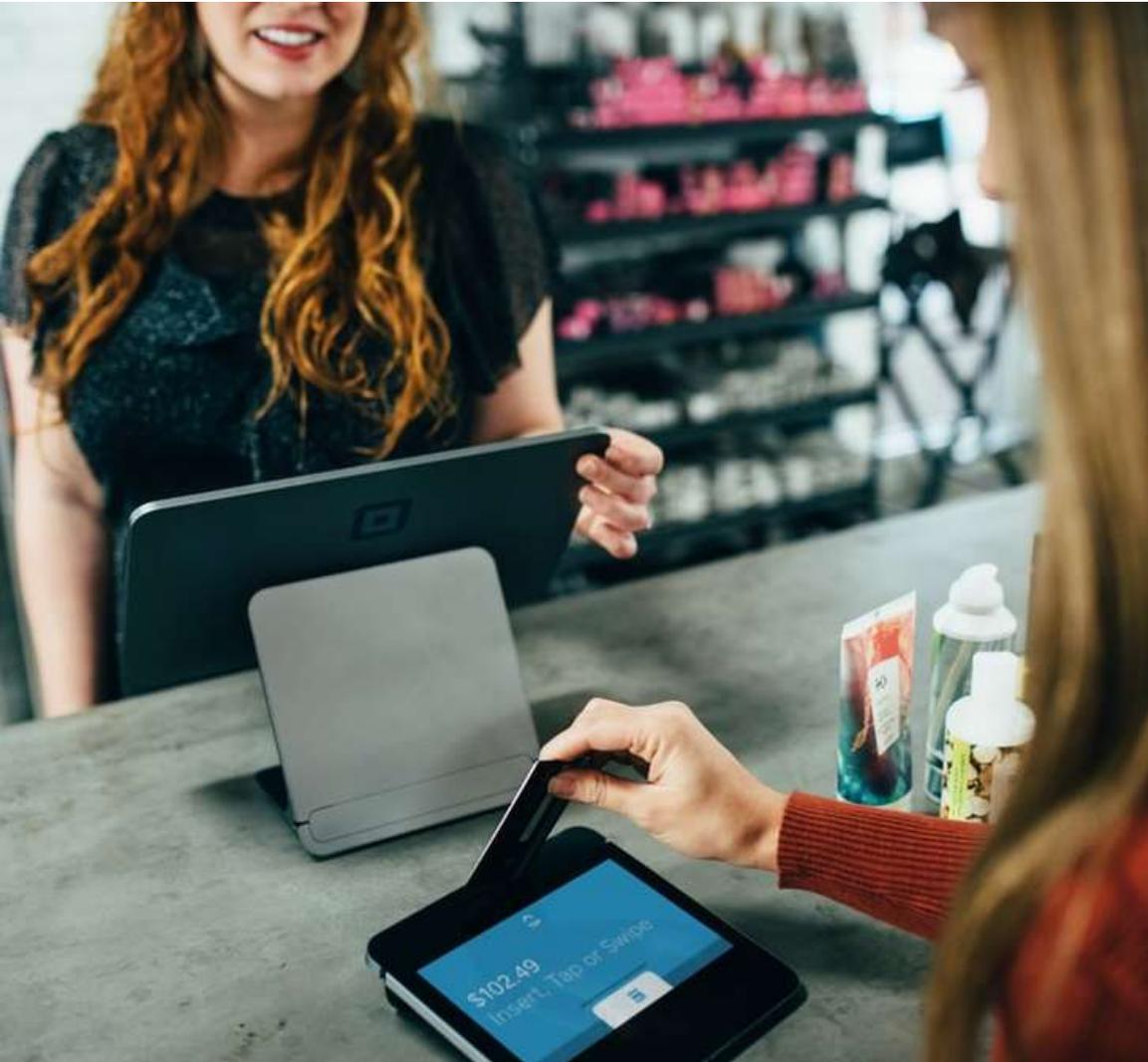
- Resulta de mucho interés para el comercio ya que reduce el riesgo de fraude y mejora las tasas de conversión (Ej. Previene denegaciones por caducidad de las tarjetas). ¿Cómo está este tema?

Próximos pasos: ¿Seguimos abordando estos temas o los damos por zanjados?

3a. Omnicanalidad y Consumidor:

Barómetro AECOC Shopperview sobre medios de pago

11



2ª edición del Barómetro:

“Métodos de pago y mecanismos de autenticación para las distintas generaciones”

AECOC

3a. Omnicanalidad y Consumidor:

Barómetro AECOC Shopperview sobre medios de pago

12



Antecedentes

En 2024 se presentó la 1ª edición del barómetro sobre **“Métodos de pago y mecanismos de autenticación para las distintas generaciones”** gracias a la colaboración y generosidad de estas 4 empresas.



AECOC

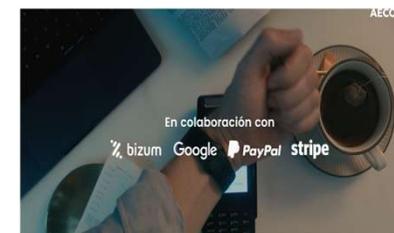
Notoriedad y posicionamiento para las empresas colaboradoras

Resultados 2024

- **Presentación de las principales conclusiones del estudio en la II Jornada de medios de pago organizada por AECOC y Cecabank.** Más de 140 inscritos.



- **Organización de un webinar gratuito para el conjunto de actores de la cadena de pagos.** Más de 100 inscritos.



AECOC

Notoriedad y posicionamiento para las empresas colaboradoras

Resultados 2024

- **Elaboración y difusión de distintas notas de prensa.**

14

La repercusión en medios de comunicación fue muy positiva y permitió posicionar a los 4 colaboradores y a AECOC como actores relevantes en este ámbito.

En total, se identificaron 82 impactos en prensa, con una audiencia acumulada de 153.720.990 personas y un valor económico (noticias que se han publicado de forma orgánica, sin invertir en publicidad) fue de 1.659.431€

Algunos ejemplos de medios en los que salieron las noticias:



AECOC

Notoriedad y posicionamiento para las empresas colaboradoras

Resultados 2024

- **Divulgación a través de las RRSS de AECOC.**

15



El momento de pago es fundamental en la experiencia de compra.

Desde AECOC, junto a **Bizum, Google, PayPal y Stripe**, hemos realizado el primer barómetro de "Métodos de pago y mecanismos de autenticación para las distintas generaciones" para conocer el comportamiento del shopper en el momento de realizar los pagos offline y online así como analizar el interés por los nuevos métodos de pago.

Carlota Usatorre, Marta Munné Picart, Laia Albuixech Calomardo

Dale play al vídeo y descubre los resultados obtenidos.



- **Se incorporaron datos de este estudio en el "informe de tendencias 2025 de AECOC" y en el posterior webinar que se hizo en febrero para los socios.**

Inscríbete 24/02



El próximo 27 de noviembre a las 12, desde **AECOC #Shopperview** haremos un webinar gratuito para presentar las principales conclusiones del barómetro.

Adjunto el link de inscripción en el primer comentario.

Un placer haber contado con la participación de **Bizum Google PayPal y Stripe** que, con su generosidad, han hecho posible la realización del barómetro y que podamos darlo en abierto a toda la comunidad.



El momento de pago es fundamental en la experiencia de compra.

Desde AECOC, junto a **Bizum, Google, PayPal y Stripe**, hemos realizado el primer barómetro de "Métodos de pago y mecanismos de autenticación para las distintas generaciones" para conocer el comportamiento del shopper en el momento de realizar los pagos offline y online así como analizar el interés por los nuevos métodos de pago.

Carlota Usatorre, Marta Munné Picart, Laia Albuixech Calomardo

Informe de tendencias 2025 | AECOC Shopperview



INFORME DE TENDENCIAS 2025

Entender al consumidor para acertar en tu estrategia



AECOC

Status 2ª edición



Colaboradores (Gracias):



Objetivos, metodología y timings



Los objetivos de esta investigación son: A) Seguir profundizando en cómo el consumidor percibe y utiliza los distintos métodos de pago disponibles y B) Detectar oportunidades emergentes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el **comportamiento del shopper** en el momento de realizar los pagos offline y online.
- Ver qué **papel juegan los distintos métodos de pago**: drivers, frenos y ocasiones de uso.
- Analizar el **interés por los nuevos métodos de pago**.
- Poner el foco en las **diferencias** que aparecen entre **generaciones** de población entre 16-70 años:



- Generación Z *-
(16-27 años)



- Millennials -
(28-43 años)



- Generación X -
(44-59 años)



- Generación Boomer -
(60-70 años)



Cambios /novedades vs 1ª edición

- **Mantenemos** preguntas de los principales KPIs analizados **para ver el evolutivo:**
 - Proceso de compra en tienda física con foco en los métodos de pago utilizados (drivers y frenos)
 - Proceso de compra online con foco en los métodos de pago utilizados (drivers y frenos)
- **Hemos añadido preguntas / ítems:**
 - Nuevas hipótesis que contrastar en los pagos en tienda física
 - Mayor desglose de métodos de pago en tienda física y orden secuencial
 - Impacto de premios / cash back en los métodos de pago
 - Nuevas hipótesis que contrastar en los pagos online
 - Reclamaciones / Incidencias relacionadas con el pago (tipos y motivos)
 - Pagos a través de APP y Tarjetas de fidelidad de los establecimientos
 - Financiación / Fraccionamiento de los pagos
 - Impacto del apagón del 28/04 y posibles apagones futuros ¿se ha incrementado el uso del efectivo?
- **Hemos eliminado preguntas por considerar que no evolucionan cada año:**
 - Uso de distintos métodos de pago en función del importe de las compras
 - Conocimiento y uso de los diversos mecanismos de autenticación biométrica



Target

- Hombres y mujeres de 16 -70 años
- **Compradores en tienda física y/o en el canal online**
- **Ámbito: España**

Metodología

n=1.500 entrevistas online a través de un cuestionario estructurado de unos **12-15 minutos** de duración destinado específicamente a esta temática.



Timmings

22

✓ Reuniones de trabajo para consensuar cuestionario:

- ✓ Call arranque + Muestra del borrador de la 1ª edición: **22 de mayo**
- ✓ Feedback y cambios del cuestionario: **10 de junio**
- ✓ Envío del cuestionario consensuado a los participantes: **30 junio**
- ✓ Programación: **julio**



- ✓ Trabajo de campo y análisis del informe: **septiembre y octubre**
- ✓ Presentación en primicia a las empresas colaboradoras: **mediados de noviembre**
- ✓ Nota de prensa previa a la jornada
- ✓ Presentación en la III Jornada AECOC-Cecabank: **26 de noviembre**
- ✓ **Webinar** de presentación a los socios: **15 de diciembre**



AECOC

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

23

Resiliencia tecnológica y operativa: Prevención y gestión de interrupciones en el servicio.

- Tema de interés común de TODOS los agentes (BdE acaba de crear un Grupo de trabajo sobre este tema).
- Acuerdos del 23/4:
 - **Objetivo FINAL:** Prevención de interrupciones en el servicio y desarrollo de planes de contingencia.
 - **Misión de los KPIs:** SENSIBILIZAR al sector sobre la necesidad de trabajar conjuntamente en este apartado.
 - **Prioridad:** Analizar el canal ONLINE (sin descartar el OFFLINE).
 - Factores clave: Impacto y frecuencia de las interrupciones*.
 - *Se destaca la importancia de las pequeñas, pero “frecuentes” interrupciones que se pueden dar.
 - **No prioritario:** Monitorizar a los responsables de las interrupciones.

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

Datos REALES: Distribuidor 1

FECHA	PROV.	PARTICIPACION	INTERRUPCION (Min.)	INTERRUPCION (% al mes)	INTERRUPCION PONDERADA (% al mes)
03/02/2025	A	44%	26	0,064%	0,028%
11/02/2025	B	7%	810	2,009%	0,141%
04/03/2025	C	1%	13	0,029%	0,000%
20/03/2025	A	44%	295	0,661%	0,291%
12/05/2025	A	44%	2	0,004%	0,002%
04/06/2025	D	7%	19	0,044%	0,003%
05/06/2025	A	44%	20	0,046%	0,020%
11/06/2025	E	13%	66	0,153%	0,020%
20/06/2025	F	0,3%	96	0,222%	0,001%
20/06/2025	F	0,3%	22	0,051%	0,000%
25/06/2025	A	44%	34	0,079%	0,035%
			1.403	0,538%	0,087%
TOTAL PERIODO ENERO-JUNIO			Disponibilidad COMPLETA del servicio (Min.)	Disponibilidad COMPLETA del servicio (%)	Disponibilidad COMPLETA PONDERADA del servicio (%)
			259.237	99,462%	99,913%

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

Datos REALES: Distribuidor 2

FECHA	PROV.	PARTICIPACION	INTERRUPCION (Min.)	INTERRUPCION (% al mes)	INTERRUPCION PONDERADA (% al mes)	OBSERVACIONES
06/01/2025	X	?	41	0,092%	?	
22/02/2025	Y	?	61	0,151%	?	
24/02/2025	X	?	30	0,074%	?	
28/02/2025	Y	?	3	0,007%	?	
01/04/2025	X	?	101	0,234%	?	
14/04/2025	Y	?	157	0,363%	?	
28/04/2025	Todos	?	686	1,588%	?	Suministro eléctrico en España
16/05/2025	X	?	155	0,347%	?	
20/05/2025	Todos	?	320	0,717%	?	Operador telefónico
24/05/2025	Y	?	65	0,146%	?	
24/06/2025	Todos	?	92	0,213%	?	Operador telefónico
			1.711	0,656%	?	
TOTAL PERIODO ENERO-JUNIO			Disponibilidad COMPLETA del servicio (Min.)	Disponibilidad COMPLETA del servicio (%)	Disponibilidad COMPLETA PONDERADA del servicio (%)	
			258.929	99,344%	?	

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

Datos REALES: Distribuidor 3

FECHA	PROV.	PARTICIPACION	INTERRUPCION (Min.)	INTERRUPCION (% al mes)	INTERRUPCION PONDERADA (% al mes)
07/01/2025	F	8%	60	0,134%	0,011%
08/01/2025	C	15%	20	0,045%	0,007%
31/01/2025	Z	10%	50	0,112%	0,012%
07/02/2025	C	15%	60	0,149%	0,021%
10/02/2025	E	2%	162	0,363%	0,008%
11/02/2025	A	30%	69	0,155%	0,048%
13/02/2025	A	30%	53	0,119%	0,037%
23/02/2025	B	15%	125	0,280%	0,043%
23/02/2025	D	8%	60	0,134%	0,011%
26/02/2025	Z	100%	20	0,045%	0,046%
03/03/2025	B	18%	61	0,137%	0,025%
06/03/2025	C	18%	60	0,134%	0,025%
06/03/2025	H	2%	65	0,146%	0,003%
07/03/2025	B	18%	60	0,134%	0,025%
12/03/2025	Y	100%	15	0,034%	0,035%
23/03/2025	Y	10%	500	1,120%	0,116%
30/03/2025	A	30%	95	0,213%	0,066%
31/03/2025	Y	10%	18	0,040%	0,004%
03/05/2025	C	15%	60	0,134%	0,021%
13/05/2025	Y	10%	12	0,027%	0,003%
04/06/2025	Y	10%	90	0,208%	0,021%
18/06/2025	Y	100%	210	0,470%	0,486%
24/06/2025	F	8%	22	0,049%	0,004%
09/08/2025	F	8%	60	0,134%	0,011%
22/08/2025	C	15%	105	0,235%	0,036%
22/08/2025	G	5%	60	0,134%	0,007%
			2.172	0,711%	0,165%
TOTAL PERIODO ENERO-AGOSTO			Disponibilidad COMPLETA del servicio (Min.)	Disponibilidad COMPLETA del servicio (%)	Disponibilidad COMPLETA PONDERADA del servicio (%)
			303.108	99,289%	99,835%

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

27

Resiliencia tecnológica y operativa: Prevención y gestión de interrupciones en el servicio.

- Teniendo en consideración los diferentes segmentos que pueden ser responsables de una interrupción en el servicio, en paralelo a los anteriores indicadores, el CAMP acordó en la última reunión que las entidades de este grupo intentarían ayudar a los procesadores a tener el visto bueno para que compartiesen la siguiente información agregada (o similar):

Segmento	Interrupciones Enero (Nº)	Interrupciones Febrero (Nº)	Interrupciones Marzo (Nº)
Emisores			
Adquirentes			
PSP's			
Comercios			

- AECOC no ha recibido información de los procesadores ni le constan avances en este tema, ¿los hay/ha habido?
- Próximos pasos:
 - ¿Recopilamos datos de más distribuidores y/o de procesadores?
 - ¿Realizamos un benchmark (estudio comparativo) sobre la calidad del nivel de servicio al comercio que prestan los PSPs y/o adquirentes y/o procesadores?
 - ¿Analizamos los motivos de las interrupciones?
 - A partir de los motivos, ¿trabajamos COLECTIVAMENTE con las partes implicadas para prevenir dichos motivos y actuar en consecuencia en caso de que se produzcan interrupciones?
 - ¿Monitorizamos las mejoras introducidas en los procesos y vemos su impacto?

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

Tasas de aprobación: En estas tablas NO se ha tenido en cuenta si se ha ejecutado una EXENCIÓN o no.

Distribuidor 1

MEDIO DE PAGO	Q1	Q2	Q3 (31/07)	MEDIA
	ON	ON	ON	ON
Tarjeta (débito)	90,00%	89,50%	89,70%	89,73%
Tarjeta (crédito)	92,60%	92,70%	92,80%	92,70%
Bizum	85,10%	86,20%	86,60%	85,97%
PayPal	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Wallets	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.

Distribuidor 2

MEDIO DE PAGO	MEDIA	
	ON	OFF
Tarjeta	96,66%	99,27%
Bizum	99,93%	N.A.
PayPal	97,06%	N.A.
Wallets	N.A.	99,27%

Distribuidor 3

MEDIO DE PAGO	ENE.		FEB.		MAR.		ABR.		MAY.		JUN.		MEDIA	
	ON	OFF												
Tarjeta	80,89%	98,00%	81,65%	98,00%	81,75%	98,00%	82,83%	98,00%	82,38%	98,00%	82,98%	98,00%	82,73%	98,00%
Bizum	68,84%	N.A.	69,37%	N.A.	80,96%	N.A.	82,83%	N.A.	82,48%	N.A.	82,41%	N.A.	82,57%	N.A.
Paypal	-	N.A.	-	N.A.	-	N.A.	99,27%	N.A.	99,58%	N.A.	98,59%	N.A.	99,15%	N.A.
Google Pay	82,04%	N.A.	85,89%	N.A.	84,61%	N.A.	89,34%	N.A.	87,90%	N.A.	88,83%	N.A.	88,69%	N.A.
Apple Pay	82,76%	N.A.	83,23%	N.A.	81,49%	N.A.	97,74%	N.A.	98,26%	N.A.	97,42%	N.A.	97,81%	N.A.

Distribuidor 4

MEDIO DE PAGO	ENE.		FEB.		MAR.		ABR.		MAY.		JUN.		MEDIA	
	ON	OFF												
Tarjeta	83,90%	99,00%	81,21%	99,00%	84,63%	99,00%	84,97%	99,00%	84,99%	99,00%	83,41%	99,00%	83,85%	99,00%
Bizum	81,88%	N.A.	84,60%	N.A.	85,50%	N.A.	85,54%	N.A.	84,38%	N.A.	81,68%	N.A.	83,93%	N.A.
PayPal	N.A.													
Wallets	N.A.	99,00%	N.A.	99,00%	N.A.	99,00%	N.A.	98,00%	N.A.	99,00%	N.A.	99,00%	N.A.	98,83%

3b. Operaciones: KPIs sectoriales

29

Tasas de aprobación.

- Próximos pasos:
 - ¿Recopilamos datos de más distribuidores?
 - ¿Analizamos los motivos de las tasas más bajas? ¿Es posible?
 - A partir de los motivos, ¿trabajamos con las partes implicadas para mejorar las tasas? ¿Es posible?
 - ¿Monitorizamos las mejoras introducidas y vemos su impacto?
 - ¿Otras opciones?

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

30

Cuando hablamos de “nuevos entornos” la **INTEROPERABILIDAD** juega un papel fundamental que incorpora, además, una componente fundamental como es la **SOSTENIBILIDAD**, ya que contribuye al uso eficiente de recursos en el sector.

Objetivos de este apartado:

1. Analizar cómo **INCORPORAR** los medios de pago a nuevos escenarios y casos de uso: Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR), Transportes públicos, Electrolineras, etc.
2. Compartir los avances sobre la **IMPLANTACIÓN** e **INTEROPERABILIDAD** de los diversos medios de pago (Tarjetas, Instant payments, Euro digital...) soportados por los códigos QR y la tecnología NFC::
 - COEXISTENCIA de códigos QR en medios de pago con códigos QR en productos.
 - COEXISTENCIA de códigos QR en medios de pago con NFC en medios de pago.

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

31

Cuando hablamos de “nuevos entornos” la **INTEROPERABILIDAD** juega un papel fundamental que incorpora, además, una componente fundamental como es la **SOSTENIBILIDAD**, ya que contribuye al uso eficiente de recursos en el sector.

Objetivos de este apartado:

1. Analizar cómo **INCORPORAR** los medios de pago a nuevos escenarios y casos de uso: Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR), Transportes públicos, Electrolineras, etc.
2. Compartir los avances sobre la **IMPLANTACIÓN** e **INTEROPERABILIDAD** de los diversos medios de pago (Tarjetas, Instant payments, Euro digital...) soportados por los códigos QR y la tecnología NFC::
 - COEXISTENCIA de códigos QR en medios de pago con códigos QR en productos.
 - COEXISTENCIA de códigos QR en medios de pago con NFC en medios de pago.

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

32

Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR):

- **Cómo se regula:** RDL 1055/2022 y Reglamento (UE) 2025/40.
- **Cuál es su objetivo:** Reducir determinados tipos de residuos (envases) y facilitar el proceso de reciclaje.
- **Qué envases están afectados:**
 - Un SOLO uso.
 - Plástico (sobre todo PET) y latas (de acero o aluminio) de agua, refrescos, cervezas y zumos. Dependiendo del país, se incluyen/incluirán envases de otros materiales (Ej. Vidrio, Tetra Brik...) y otras bebidas.
- **Cuáles son los objetivos de recuperación en Europa:**
 - 2025 (77% de todos los envases puestos en el mercado) y 2029 (90%).
 - Además, en 2030 el 10% de las referencias de producto deberán tener un envase reutilizable.
- **Cómo se consigue:** El consumidor paga un dinero extra (depósito) al comprar un producto en el comercio y, al devolver el envase vacío (devolución), lo recupera (retorno).
- **Cuánto se pagará por envase al consumidor:** 0,10€.
- **Cuál es el interés para los medios de pago:** Que el retorno del dinero al consumidor se pueda realizar utilizando los mismos medios que usan para realizar pagos digitales.
- **Cuál es el valor potencial total para España:** 1,26-1,6Bill€ (año)*.

*No todo el retorno se tiene por qué hacer directamente a través de efectivo o un medio de pago.

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

33

Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR):

- **Opciones para devolver el dinero a través de las RVM (Reverse Vending Machine):**
 - **Devolución DIRECTA al consumidor (efectivo o medio de pago).**
 - Cupón para descontar en futuras compras.
 - Cupón para solicitar el dinero en tienda.
 - Donación a entidades benéficas.
- **Devolución DIRECTA al consumidor. Consideraciones:**
 - **Las RVM pueden operar con:**
 - **Dispositivos móviles. A través de diversos tipos de APPs:**
 - > APPs de operadores del sistema SDDR.
 - > APPs de comercios (vinculadas a programas de fidelización).
 - > **APPs de medios de pago (Ej. PayPal, Swish, Wallets digitales...).**
 - **Tarjetas.**
 - NFC: La RVM debe disponer de NFC si se opta por la devolución a través de un dispositivo móvil o tarjeta.
 - QR codes: Algunas RVM pueden trabajar con códigos QR (presentados por el usuario o la propia RVM).

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

34

Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR):

- **Dónde está operativo el SDDR actualmente y qué tal funciona:**
 - Operativo en 50 países (Alemania, Suecia, Noruega, Dinamarca, Finlandia, Croacia...).
 - TODOS los países se encuentran MUY alejados de cumplir los objetivos de 2025.
- **Cuándo debería estar operativo el SDDR y cumplir OBLIGATORIAMENTE con los objetivos:**
 - En Europa: Enero de 2029.
 - En España (según el MITECO): Noviembre de 2026 > IMPOSIBLE !!!
- **Quién lidera el proyecto en España:**
 - “SDDR para España”. Asociación cuya Presidencia y Secretaría Técnica recae en AECOC.
- **Cómo funcionará “SDDR para España”:**
 - Se crearán 6 Grupos de Trabajo (GT) con empresas (básicamente con fabricantes de bebidas).
 - GT Financiero. Temas a abordar:
 - Normativa aplicable e influencia en su desarrollo.
 - Modelo de ingresos y gastos y flujo financiero del SDDR (fabricante-operador del sistema-comercio), presupuesto, inversiones a realizar y financiación necesaria (Tema PRIORITARIO).
 - **Medios de devolución del depósito.** Se invitará a empresas expertas en la materia cuando se estime oportuno (seguramente NO antes de mayo de 2026).
 - Fraude.
 - Otros GT abordarán los flujos de producto e información (las plataformas de AECOC serán protagonistas).

AECOC

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

35

Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR):

- **Próximos pasos (propuesta):**
 - Llevar el seguimiento de los trabajos de “SDDR para España”.
 - Presentar la experiencia de LIDL en Austria.
 - Presentar la experiencia de VISA y Mercadona en Portugal.

Transportes públicos, electrolinerías, etc.

- **Próximos pasos (propuesta):**
 - Presentar en el CAMP iniciativas y proyectos en el ámbito de los transportes públicos y las electrolinerías.
¿Algún voluntario?
 - Identificar nuevas oportunidades en otros entornos.

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

36

Cuando hablamos de “nuevos entornos” la **INTEROPERABILIDAD** juega un papel fundamental que incorpora, además, una componente fundamental como es la **SOSTENIBILIDAD**, ya que contribuye al uso eficiente de recursos en el sector.

Objetivos de este apartado:

1. Analizar cómo **INCORPORAR** los medios de pago a nuevos escenarios y casos de uso: Sistemas de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR), Transportes públicos, Electrolineras, etc.
2. Compartir los avances sobre la **IMPLANTACIÓN** e **INTEROPERABILIDAD** de los diversos medios de pago (Tarjetas, Instant payments, Euro digital...) soportados por los códigos QR y la tecnología NFC::
 - **COEXISTENCIA** de códigos QR en medios de pago con códigos QR en productos.
 - **COEXISTENCIA** de códigos QR en medios de pago con NFC en medios de pago.

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

37

COEXISTENCIA de códigos QR en medios de pago con códigos QR en productos (ver pág. 76).

- Los QR son una oportunidad para conectar con el consumidor:
 - Fabricantes: Cada vez hay más productos con códigos QR.
 - Comercios: A partir de 2027 los códigos QR se leerán en las cajas de la mayoría de los puntos de venta.
- La estructura de información del estándar QR de producto es MUY DIFERENTE al estándar QR en pagos .
- Aspectos a considerar:
 - Compatibilizar la estructura de información facilitaría la integración en los puntos de venta.
 - Hasta la fecha, las organizaciones que lideran la implantación de los dos estándares de QR (EPC y GS1) prácticamente no han hablado entre sí y probablemente ya sea demasiado tarde...
- ¿Alguien dispone de más información?

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

38

COEXISTENCIA de códigos QR en medios de pago con “tap/click to pay” en medios de pago.

- **BCE:** Está impulsando el pago cuenta a cuenta (A2A) vía transferencias instantáneas.
 - **Entidades:** Apuestan por los pagos A2A y el uso de QR (OFF y ON).
 - **Esquemas y TPP:** Apuestan por los pagos con TARJETA y el uso de “tap to pay” (OFF) y “click to pay” (ON).
 - **Puntos de venta:** Apuestan por los pagos con TARJETA (y wallets digitales) y el uso de “tap to pay” (NFC).
 - **CONSIDERACIONES:**
 - Existen soluciones de punto de venta para los pagos con TARJETA y el uso de QR (similar a Waylet) y soluciones para los pagos A2A y el uso de “tap to pay” (Ej. Bizum).
 - Parece que el estándar de QR no acaba de está perfectamente definido y presenta diversas dificultades.
 - **CONCLUSIONES:**
 - Convivirán los pagos A2A y TARJETA con el uso de QR (OFF y ON), “tap to pay” (OFF) y “click to pay” (ON).
 - El uso de una y/u otra tecnología se basará en la selección natural del mercado sopesando factores como: escenario de aplicación, caso de uso, UX, costes, beneficios, etc.
 - Los comercios tenderán a simplificar el número de soluciones a ofrecer al consumidor o bien a realizar desarrollos tecnológicos notables para asegurar la interoperabilidad.
 - El Euro Digital será compatible con el uso de QR, “tap to pay” y “click to pay” complicando todo aún más.
- ¿ALGUNA NOVEDAD?**
- **PRÓXIMOS PASOS:**
 - Hacer el seguimiento de los trabajos de los grupos internacionales (Ej. EuroCommerce).

3b. Operaciones: Cashback & Cash in Shop

39

CONSIDERACIONES PRELIMINARES.

- Diferencias:
 - Cashback: El comercio obliga a realizar una compra (siempre/sólo si el importe a rembolsar es < “X”€*).
 - Cash in shop: El comercio NO requiere realizar una compra.
- La CNMC apuesta por la retirada de efectivo en los comercios para suplir la falta de cajeros en zonas rurales.
- Hay comercios que ven estas opciones como una oportunidad para el negocio y otros como un problema.
- **Propuesta:** Debatir las siguientes preguntas ([DIA](#), ECI, Eroski, Carrefour...) y acordar próximos pasos:
 1. ¿Qué objetivo persigue tu empresa con el Cashback/Cash in shop?
 2. ¿Cómo funciona la operativa y cuáles son los principales retos?
 3. ¿Cuál es el resultado?
 4. ¿Se plantea la empresa algún tipo de cambio en el futuro?

3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

40

Directiva Europea de Accesibilidad (EAA): Directiva (2019/882 de 17 Abril de 2019) sobre requisitos de accesibilidad de productos y servicios.

- La ACCESIBILIDAD es uno de los 6 pilares estratégicos del BCE.
- Objetivos: Asegurar que las personas con discapacidad pueden utilizar en toda la UE: A) los servicios bancarios, B) los métodos de identificación, como la firma electrónica y C) y los terminales de autoservicio y de autopago (incluidos los prestados mediante dispositivos móviles vía web o APP).
- Aspectos a destacar de la Ley 11/2023, de 8 de mayo (transpone la EAA):
 - **Requisitos aplicables a partir de:** 28 de Junio de 2025.
 - **Disposición transitoria única.** Medidas transitorias en materia de accesibilidad:
 1. Prestadores de servicios y contratos asociados:
 - » Los prestadores de servicios podrán seguir prestando sus servicios con los mismos mecanismos hasta el 28 de junio de 2030.
 - » Los contratos de servicios celebrados antes del 28 de junio de 2025 podrán continuar sin cambios hasta su expiración, pero no podrán superar los 5 años de duración.
 2. Terminales de autoservicio: Los terminales de autoservicio utilizados antes del 28 de junio de 2025 podrán seguir utilizándose hasta el final de su vida útil desde el punto de vista económico, aunque sin superar los 10 años después de su puesta en funcionamiento.
- Proyectos europeos de medios de pago afectados por la EAA: Euro Digital y Digital Wallet.

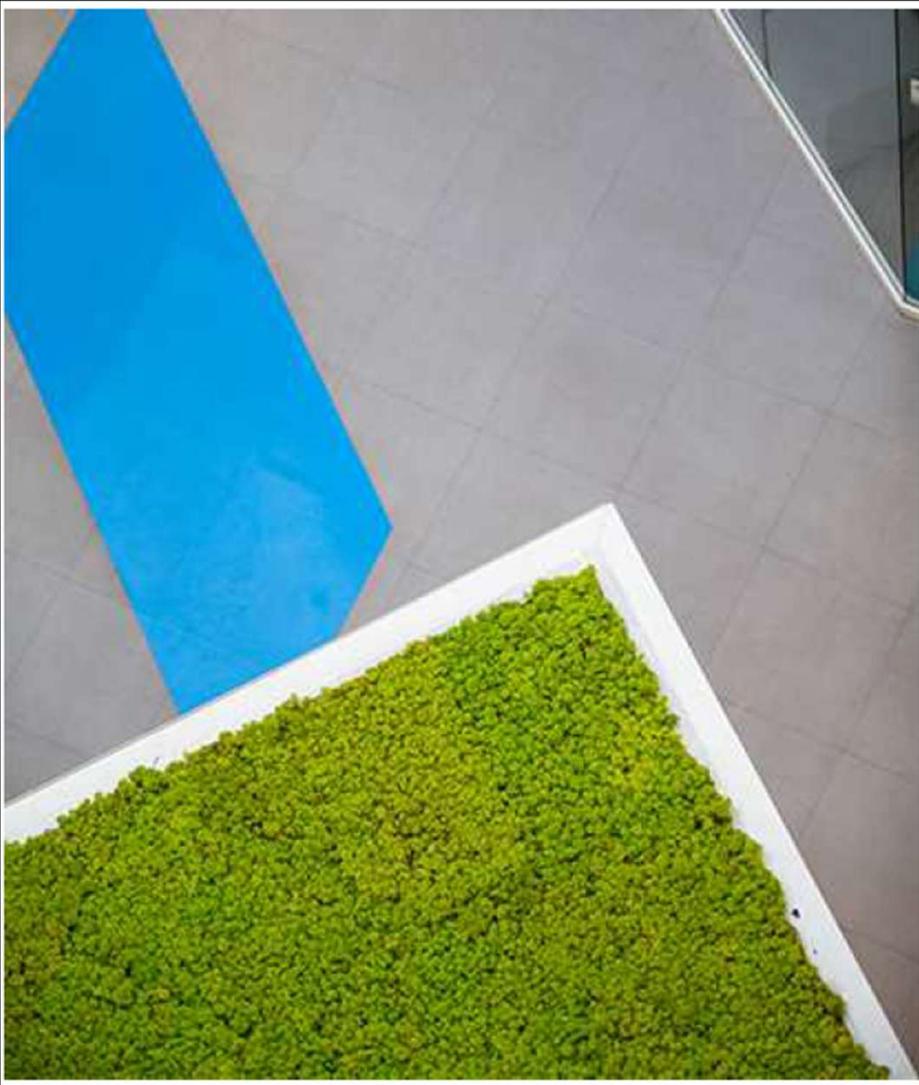
3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

41

Directiva Europea de Accesibilidad (EAA): Directiva (2019/882 de 17 Abril de 2019) sobre requisitos de accesibilidad de productos y servicios.

- CONFORMIDAD CON LA DIRECTIVA:
 - Se presumirá que los productos y servicios cumplen con la Directiva si cumplen con los estándares (o partes de éstos) cuyas referencias se hayan publicado en el Diario Oficial de la UE. Para ello, se sugiere **hacer seguimiento del estándar [EN 301 549](#) sobre los “requisitos de accesibilidad para productos y servicios TIC” -actualmente en revisión- y en concreto, de su “anexo E” que sirve para entender y aplicar correctamente los requisitos de accesibilidad de la norma.**
 - Adicionalmente, el ERPB sugiere **consultar el [Accesible EU centre](#).**
 - CONSIDERACION: El BdE NO es la autoridad de vigilancia sobre el cumplimiento de la EAA.
- ¿Cómo están abordando las empresas del CAMP la implantación de la EAA?
 - Amazon está incorporando sistemas de pago con audiodescripción para personas invidentes.
 - Redsys está incorporando la EAA en el procesamiento y aceptación de pagos.
 - Otras empresas que se animan a compartir su experiencia:
 - Cecabank.
 - Necomplus (próxima reunión).

3c. Sostenibilidad: Accesibilidad



Ley sobre accesibilidad de los productos y servicios

Septiembre de 2025

3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

43

cecabank

Confidencial

Ley sobre accesibilidad de los productos y servicios | 

índice

1. Análisis de la normativa que afecta a los TPV
 2. Establecer enfoque de la solución para los TPV
 3. Solución accesibilidad en TPV Android
 4. Solución accesibilidad en TPV Virtual
- 

3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

Ley de Accesibilidad 28/06/2025

Síntesis de Voz

Capacidad del terminal de una función de síntesis de voz que vocalice información clave para personas con discapacidad visual

Ajustes visuales

Ofrecer ajustes de tamaño de texto, colores y contraste para garantizar la accesibilidad visual.

Compatibilidad con tecnologías de Apoyo

Capacidad del terminal de ser compatible con dispositivos como audífonos, telebobinas y teclados Braille, mediante conexiones USB-C, Bluetooth, o Jack.

Modo Accesible

Se creará una nueva funcionalidad que permita la activación sencilla de un modo accesible para personas con discapacidades.

Este modo activará automáticamente guías auditivas y visuales adaptadas, ofreciendo retroalimentación táctil, auditiva y visual durante todo el proceso.

Síntesis de Voz

Se integrará la vocalización de información clave, como importes, instrucciones y confirmaciones.

Garantizar compatibilidad con auriculares y dispositivos auditivos como telebobinas.

Ajustes Visuales

Se incorporará un menú de configuración que permita:

Modificar el contraste (modo alto contraste).

Ajustar el tamaño de texto para una mejor experiencia de lectura.

Compatibilidad con Tecnologías de Apoyo

Se garantizará que los terminales sean compatibles con dispositivos como teclados Braille, audífonos y otros, utilizando estándares de conectividad como USB-C, Bluetooth o Jack.

3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

cecabank

Confidencial

Ley sobre accesibilidad de los productos y servicios | 

Accesibilidad en Solución TPV Android multifabricante de Cecabank



Enfoque

- Establecer buenas prácticas para el “modo accesibilidad” junto con la ONCE e Ilunion  
- Buscar solución única a través de software para todos los fabricantes que pudiera cubrir lo siguiente:
 - Posibilidad de incluir tecnología de síntesis de voz
 - Permitir uso de auriculares/altavoces en los TPV
 - Avisos multisensoriales (visual, táctil y sonoro)
 - Ajustar tiempos de respuesta del proceso de pago
 - Contraste adecuado

ingenico



PAX



QPAY POS



Verifone



CASTLES TECHNOLOGY



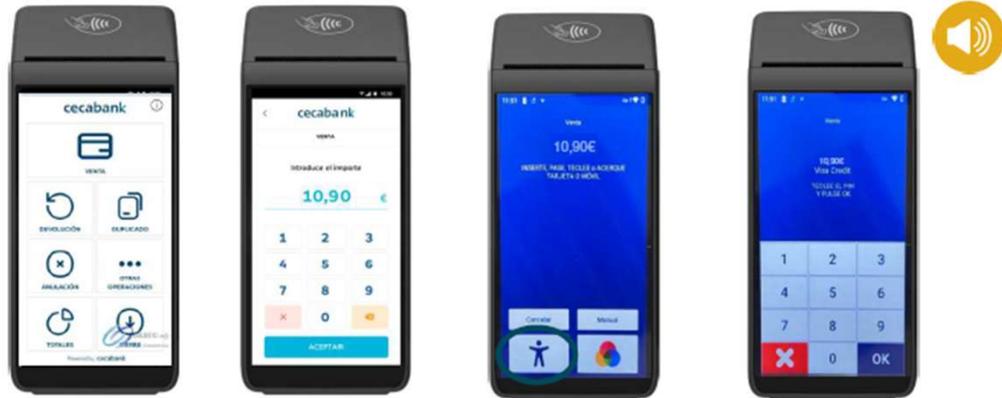
SUNMI



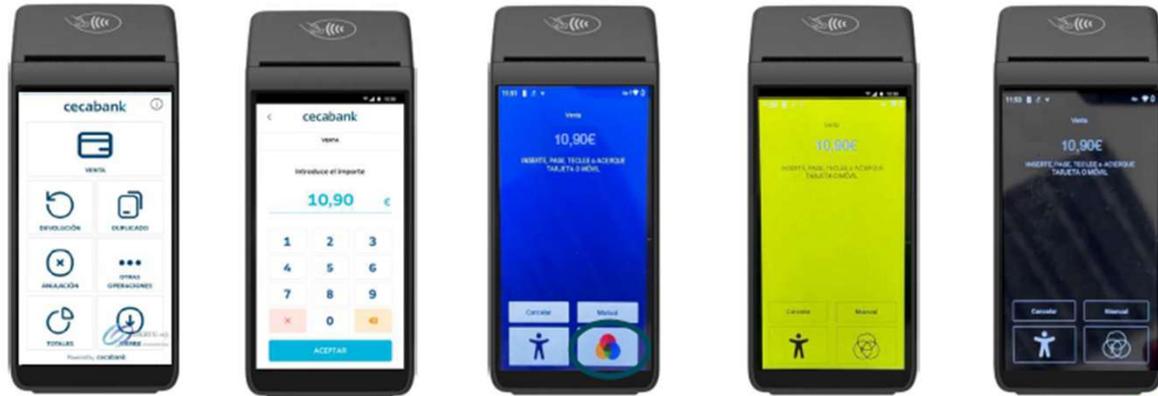
3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

Accesibilidad en Solución TPV Android multifabricante de Cecabank

Modo invidentes



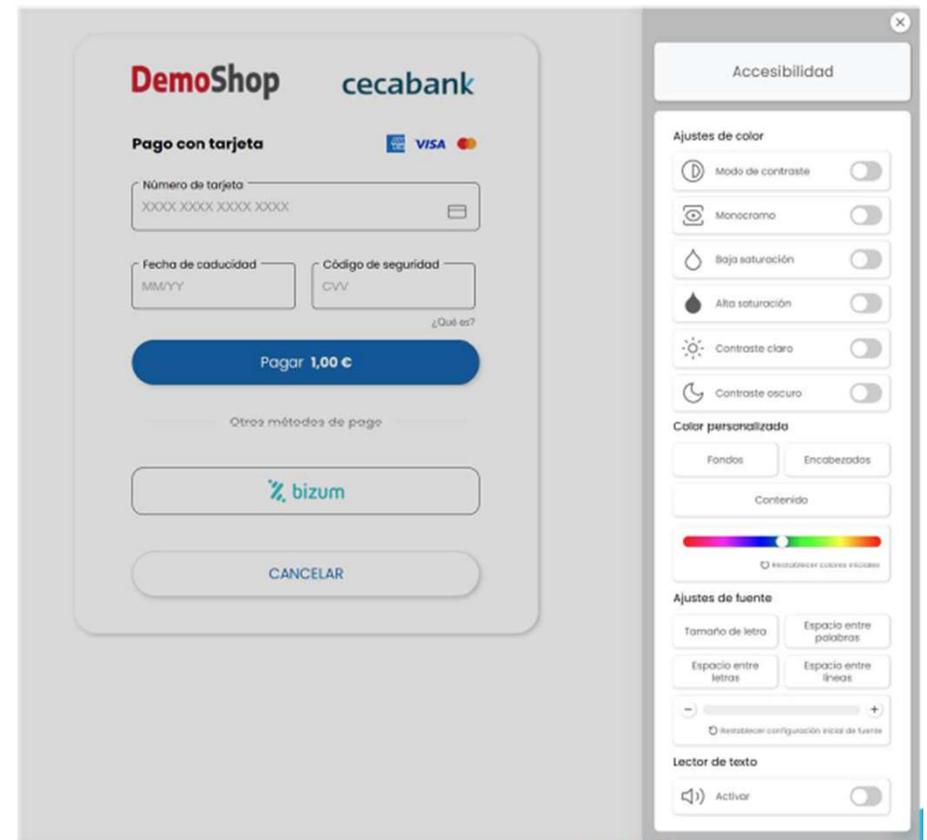
Modo Daltónicos



3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

Accesibilidad TPV Virtual – check out

Nuevo check out adaptado a accesibilidad visual y auditiva con capacidad de personalizarse por el usuario en función de la necesidad. El menú de accesibilidad puede aparecer en la pantalla siempre y cuando el usuario lo requiera.



3c. Sostenibilidad: Accesibilidad

cecabank

Ley sobre accesibilidad de los productos y servicios | 

Muchas gracias



3d. Digitalización y Tecnología:



3d. Digitalización y Tecnología:

Operativas TRA/MIT y con exenciones SCA en pagos inmediatos con Bizum



Seguimiento de la operativa

Disponibilidad de entidades lado "C" – Estado 31/agosto/2025

Operativa MRT		
	Entidades	% Usuarios
Entidades CERTIFICADAS	31	97 %
Entidades ACTIVAS	30	66%

Exenciones SCA		
	Entidades	% Usuarios
Entidades CERTIFICADAS	32	97%
Entidades ACTIVAS*	30	79%

* De ellas, con importe > 0€: 17 (36% usuarios)

- ❑ Aumento de conversión en operaciones con exención (llegando algunas entidades emisoras a superar el 95%)
- ❑ Se traslada desde los comercios que están aplicando exenciones SCA que ello ha permitido llegar a un 97% de conversión (vs. 85% en operaciones con SCA).



3d. Digitalización y Tecnología:

Iniciativas de interoperabilidad de pagos inmediatos entre soluciones europeas



Contexto: estrategia de pagos minoristas Eurosisistema

Desarrollada en 2019 y actualizada periódicamente



<i>Objetivos del Eurosistema con esta nueva estrategia</i>	<i>Criterios para una solución de "pagos privados" europea</i>	<i>Uso de Infraestructuras actuales para el Euro Digital</i>	<i>Criterios para la adopción masiva de las SCT Inst</i>	<i>Necesidad de mejora de la resiliencia de los sistemas de pago</i>
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Desarrollar soluciones paneuropeas para pagos en el punto de venta.<input type="checkbox"/> Fortalecimiento de las transferencias "clásicas" SEPA a través de los pagos instantáneos.<input type="checkbox"/> Mejorar los pagos transfronterizos más allá de la Unión Europea.	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Alcance paneuropeo y buena Experiencia de Usuario.<input type="checkbox"/> Comodidad y bajo coste.<input type="checkbox"/> Seguridad y eficacia.<input type="checkbox"/> Marca y gobernanza europea.<input type="checkbox"/> Aceptación universal (a largo plazo).	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> El Banco central Europeo prevé utilizar, en la mayor medida posible, las normas, los componentes y la tecnología existentes en la industria para la puesta en marcha del Euro Digital.	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Disponible tanto para individuos como comercios en toda la UE.<input type="checkbox"/> Introducción de pagos recurrentes, pagos masivos... etc.<input type="checkbox"/> Disponibilidad de funcionalidades paneuropeas adicionales como SEPA R2P.<input type="checkbox"/> Eliminar las barreras a utilizar pagos instantáneos (número de rechazos alto)	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Disponer de una opción alternativa que garantice un servicio mínimo en caso de que un tipo de solución de pago no funcione temporalmente.<input type="checkbox"/> Las soluciones europeas basadas en SCT Inst no deben depender de la infraestructura utilizada por los pagos con tarjeta.<input type="checkbox"/> Capacidades offline

3d. Digitalización y Tecnología:

Iniciativas de interoperabilidad de pagos inmediatos entre soluciones europeas



INICIATIVA EuroPA (+EPI)

Objetivo: solución paneuropea de pagos inmediatos (A2A) para todos los casos de uso (P2P, P2eM, P2M) basada en la interoperabilidad entre existentes



Disponibilidad	Nº de Usuarios
Disponibles Jun-25 	29,8 MM 6,2 MM 13,4 MM
En curso 	13 MM 18,5 MM 4 MM

Contactos para interoperabilidad (~+80M usuarios)

**Zippay será lanzado en Q1 2026 en Irlanda*

Países zona EURO actualmente sin solución (<9% población)

Austria*

Países Bálticos

Croacia

Malta

Chipre

** Austria explorando solución*

EuroPA y EPI confirman su compromiso para expandir los pagos paneuropeos soberanos con un modelo de hub

El objetivo de esta colaboración es permitir a los usuarios de EuroPA (compuesto por Bizum, MB WAY y Bancomat) y EPI (compuesto por Vipps, MobilePay, Siirto y Zippay) utilizar sus servicios de pago en los países de EuroPA y EPI. Esta colaboración permitirá a los usuarios de EuroPA y EPI utilizar sus servicios de pago en los países de EuroPA y EPI. Esta colaboración permitirá a los usuarios de EuroPA y EPI utilizar sus servicios de pago en los países de EuroPA y EPI.

Comunicación

Nota de prensa emitida 1 de septiembre
 Cobertura: España, Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Países Bajos y Portugal



Pausa-Café

4. III Jornada AECOC-Cecabank



Miércoles, 26 de noviembre de 2025

4. III Jornada AECOC-Cecabank



Auditorio de Cecabank

C/del Caballero de Gracia 28 (Madrid)



4. III Jornada AECOC-Cecabank



**Capacidad:
150-155 personas**

4. III Jornada AECOC-Cecabank

57

OBJETIVOS:

- Presentar los temas más relevantes y de actualidad.
- Potenciar el networking y el desarrollo del negocio.

DIRIGIDO A:

- Comercios: Fabricantes y distribuidores con e-commerce y/o puntos de venta >>> **FACTOR DIFERENCIAL**
- Industria: Entidades financieras, medios de pago, fintech, procesadores y redes.

PERFIL DE LOS ASISTENTES:

- Ejecutivos responsables de fraude y medios de pago en los ámbitos de emisión y adquirencia, compliance, operaciones, desarrollo de negocio, marketing y ventas.
- Directores de e-commerce e IT.
- Directores de administración, finanzas y tesorería.

4. III Jornada AECOC-Cecabank

58

III Jornada AECOC-Cecabank de Medios de Pago



III Jornada AECOC-Cecabank CONSUMER & RETAIL PAYMENTS

AECOC

4. III Jornada AECOC-Cecabank

59

LEMA 2025:

"COOPETENCIA": LA CLAVE PARA SUPERAR LOS RETOS DEL SECTOR

En un momento en el que Europa está trabajando para ganar autonomía y soberanía financieras, la cadena de pagos debe enfrentarse a importantes decisiones de inversión para abordar los retos que se presentan y generan incertidumbre en el sector (hiperregulación, Euro Digital, innovación tecnológica, nuevos entornos y tipos de fraude, impacto de la IA, consumidores impredecibles, etc.). Frente a este complicado escenario, la "coopetencia" sana y equilibrada de todos los actores resulta fundamental.

4. III Jornada AECOC-Cecabank

60

Bloque 1. ESTRATEGIAS EUROPEA Y NACIONAL EN LOS PAGOS MINORISTAS

1. Autonomía financiera y pagos inmediatos A2A.
2. Resiliencia tecnológica y operativa.
3. Prevención del fraude.
4. Pagos transfronterizos.
5. Innovación, Accesibilidad y Sostenibilidad.

POSIBLES/POTENCIALES PONENTES (formato mesa redonda):

- Banco de España
- Asociación bancaria / Banco
- AEFI / Fintech
- Comercio / Empresa de servicios B2C (internacional y con presencia en los canales online y ¿offline?)

4. III Jornada AECOC-Cecabank

61

Bloque 2. ANÁLISIS DE LA REGULACIÓN QUE VIENE: PSD3 Y PSR

1. Valoración de los objetivos de PSD3/PSR.
 - Refuerzo de la protección y confianza del consumidor.
 - Mayor acceso de los PSPs no bancarios a los sistemas y cuentas de pago y "más Open Banking".
 - Aumento de la competitividad con la inclusión de los "electronic-money tokens" a la normativa de pagos.
 - Implantación cross-border mejor coordinada.
2. Principales cambios e impacto en el comercio y en la operativa diaria.
 - Normas SCA más estrictas; con menos exenciones y más obligaciones de autenticación.
 - Se fomenta el uso de la biometría pero con condiciones (Ej. Sin redundancia).
 - Servicio de Verification of Payee (VoP) en las transferencias.
 - Monitorización en tiempo real con mayor transparencia y rendición de cuentas.
 - Impacto en los Marketplaces (Ej. Más transparencia en los flujos de fondos, comisiones, comunicaciones...).
3. Fraude: Nuevas normas de responsabilidad, colaboración y disputas.
 - Nuevos tipos de fraude: Amparo legal.
 - Obligaciones sobre el intercambio de datos a lo largo de la cadena (Ej. VoP).
 - Uso de la IA en el ámbito del fraude: De opción a necesidad.
 - Gestión de anomalías, excepciones y respaldo a las investigaciones.
 - Rendición de cuentas: Depuración de responsabilidades, gestión de quejas y derechos de devolución.
4. Bancos -vs- PSPs no bancarizados: ¿Colaborar o competir?
 - FiDA
 - Gestión de APIs: Acceso de los PSPs no bancarios a los sistemas, cuentas de pago y demás información financiera.
5. Aspectos para mejorar en la implantación sectorial: ¿Qué hemos aprendido del pasado?

4. III Jornada AECOC-Cecabank

62

Bloque 2. ANÁLISIS DE LA REGULACIÓN QUE VIENE: PSD3 Y PSR

1. Valoración de los objetivos de PSD3/PSR.
2. Principales cambios e impacto en el comercio y en la operativa diaria.
3. Fraude: Nuevas normas de responsabilidad, colaboración y disputas.
4. Bancos -vs- PSPs no bancarizados: ¿Colaborar o competir?
5. Aspectos para mejorar en la implantación sectorial: ¿Qué hemos aprendido del pasado?

POSIBLES/POTENCIALES PONENTES (formato mesa redonda):

- Tesoro Público
- Banco
- Fintech
- Esquema
- Comercio / Empresa de servicios B2C (internacional y con presencia en los canales online y ¿offline?)

4. III Jornada AECOC-Cecabank

63

Bloque 3. DIGITALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA: EURO DIGITAL Y TENDENCIAS EN MEDIOS DE PAGO

1. Euro Digital: Estado del arte y próximos pasos.
2. Pagos inmediatos: Potencialidad y futuro.
3. NFC -vs- QR codes: Compatibilidad y estrategias.
4. EU Digital Wallet y Criptos: Qué nos queda por ver...
5. Neutralidad tecnológica y la interoperabilidad: Cómo garantizarlas.

POSIBLES/POTENCIALES PONENTES (formato mesa redonda):

- Banco
- Fintech
- Esquema
- Comercio / Empresa de servicios B2C (internacional y con presencia en los canales online y ¿offline?)

4. III Jornada AECOC-Cecabank

64

Bloque 4. OPORTUNIDADES PARA EL COMERCIO Y EL RESTO DE LOS AGENTES.

1. Visión y comportamiento del comprador español.
2. Pagos embebidos y orquestación de pagos.
3. Más allá de la transacción. Cómo los medios de pago pueden contribuir al desarrollo de los negocios.
4. La "Appificación" del móvil: Cómo triunfar con tanta competencia.
5. Oportunidades en nuevos entornos (Ej. Transporte, Electrolineras, SDDR, etc.)

POSIBLES/POTENCIALES PONENTES (formato mesa redonda):

- AECOC (resumen estudio Shoperview)
- Banco
- Fintech
- Esquema
- Comercio (con presencia en los canales online y ¿offline?)

AECOC

4. III Jornada AECOC-Cecabank

65

PRECIOS:

- 225€+IVA
- 175€+IVA (socios de AECOC y clientes de Cecabank)

4. III Jornada AECOC-Cecabank

66

PATROCINIO (Resumen):

- Modalidades:
 - Partner GLOBAL.
 - Bloque temático/ponencia.
 - Votación interactiva.
 - Pausas/Catering en zona de networking.
 - Córner corporativo/Espacio en zona de networking.

- Empresas que hasta la fecha han confiado en nosotros (GRACIAS):

//ABANCA

adyen

AMERICAN
EXPRESS

Bankia

bizum

GRUPO
Diusframi

iberCaja



MONEI

PAYMENT
INNOVATION
HUB

stripe

transerencia
online

Unicaja

VISA

AECOC

4. III Jornada AECOC-Cecabank

67

PATROCINIO (Resumen):

- Contraprestaciones:
 - Para **todas** las modalidades.
 - ANTES de la jornada. Branding de la compañía durante 6 semanas en:
 - ✓ “Site” de la jornada dentro de las webs de AECOC y Cecabank al que se dirige todo el tráfico de las acciones promocionales.
 - ✓ Todas las comunicaciones de la campaña comercial (Mailings, RRSS, ...).
 - ✓ Recepción del listado de inscritos días antes del evento (empresa, nombre, apellidos y cargo) para planificar las acciones comerciales.
 - DURANTE la Jornada. Branding de la compañía en:
 - ✓ Tótem o pantalla ubicados en la zona de mayor tránsito y visibilidad.
 - ✓ “Charts” de bienvenida y clausura del evento que se proyectan en sala.
 - ✓ Mención especial y agradecimiento por parte de los representantes de AECOC y Cecabank durante los discursos de Bienvenida y Clausura.
 - Resto de contraprestaciones: Según modalidad de patrocinio (solicitar dossier a AECOC).
- Nota IMPORTANTE: Dada la limitación en el número de patrocinadores, las contrataciones se aceptarán por riguroso orden de llegada (solicitud).

AECOC

4. III Jornada AECOC-Cecabank

68

¿QUE OS PEDIMOS?

1. Que os reservéis la fecha en vuestra agenda: 26/11/25 (Madrid).
2. Que os pongáis en contacto (ASAP) con AECOC si:
 - Estáis interesados en patrocinar.
 - Tenéis interés en invitar a clientes (retail, foodservice, servicios digitales, etc.) no pertenecientes al CAMP.

AECOC

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

69

Temas relevantes en el ámbito internacional

BANCO CENTRAL EUROPEO:

- En el primer semestre de 2025, el BCE ha establecido las políticas para el acceso de los PSP no bancarios a los sistemas de pago operados por los BCN (Ej. Tenencias máximas permitidas en las cuentas de los PSP, régimen sancionador, etc.) así como su entrada en vigor **prevista** en todos los países (6/10/25).
- SPACE: [III Estudio del BCE sobre los hábitos de pago](#) (Dic. de 2024). Sin cambios importantes respecto a 2022:
 - Universo: 41.000 personas de 18 países de la zona Euro.
 - Aumentan los pagos en el canal online (actualmente representan el 21% en volumen y el 36% en valor).
 - El 55% prefiere pagar SIN efectivo:
 - La tarjeta es el medio de pago más utilizado con independencia del canal.
 - En presencia física, crecen los pagos móviles (pasan del 4% al 7%).
 - El 22% prefiere pagar CON efectivo, especialmente en los pagos de bajo valor y entre personas.
 - El 23% restante no tiene una preferencia clara.
 - [Información destacada del BdE sobre nuestro país](#) en base al estudio SPACE (Abril 225):
 - Comercio físico: El uso de los dispositivos móviles se ha duplicado desde 2022.
 - Comercio online: Las tarjetas dominan.
 - Pagos inmediatos: Sobresalen en el P2P.
 - Motivaciones para probar nuevos medios de pago: Seguridad y facilidad de uso.

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

70

Temas relevantes en el ámbito internacional

BANCO CENTRAL EUROPEO:

- Otros estudios e informes interesantes de 2025:
 - Conclusiones del V Fintech Forum sobre [“La inteligencia artificial en los pagos: casos de uso, impacto de la regulación de la UE en el desarrollo empresarial y riesgos potenciales”](#).
 - Informe sobre [“Esquemas de tarjeta y procesadores”](#) que pone en riesgo la autonomía estratégica de la UE.
 - Informe sobre [“Eurosystem’s retail payments strategy: Priorities for 2024 and beyond”](#).
 - Informe anual del BCE sobre [“El Sistema Europeo de Bancos Centrales”](#) que incluye -en el [capítulo 4](#)- los principales avances relacionados con las infraestructuras de mercado y los pagos, incluido el Euro digital.

COMISION EUROPEA:

- PSD3/PSR: Se ha aprobado la propuesta legislativa del Consejo (ver pág. 71) cuya fase de negociación con el Parlamento finalizará a finales de 2025 o principios de 2026. Principales aspectos abordados:
 - Incorporación de los “electronic-money tokens” a la normativa de pagos .
 - Extenso desarrollo de la normativa sobre fraude.
 - Extensión del “Verification of Payee (VoP)” a TODAS las transferencias; no sólo a las instantáneas.
 - Consideración del IBAN virtual como IBAN (según se define en el Reglamento SEPA).

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

Temas relevantes en el ámbito internacional

71

COMISION EUROPEA:

- PSD3/PSR. Textos de referencia:
 - Comisión Europea. Propuesta legislativa:
 - PSD3:
 - ✓ [COM\(2023\) 366 final.](#)
 - ✓ [Resumen.](#)
 - PSR:
 - ✓ [COM\(2023\) 367 final.](#)
 - ✓ [Resumen.](#)
 - Consejo Europeo. [Textos.](#)
 - Parlamento Europeo. Textos en espera de la posición del Consejo en primera lectura:
 - PSD3: [PSD3 2023/0209\(COD\).](#)
 - PSR: [PSR 2023/0210\(COD\).](#)
- FiDA: Propuesta legislativa (fase final de trílogos) que busca facilitar el acceso a los datos financieros.

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

Euro Retail Payments Board (ERPB)

72

- **FASE DE PREPARACIÓN DEL PROYECTO SOBRE EL EURO DIGITAL (ED):**

- Se sigue avanzando en el "rulebook", conjunto de normas, estándares y procedimientos que definirán cómo funcionará el ED y que abarca aspectos como: casos de uso, requisitos técnicos, derechos de los usuarios, criterios de admisión al sistema, gestión de riesgos y disputas, etc.
- Se está estudiando el encaje del ED en el ecosistema de pagos valorando sinergias, competencia y modelos de negocio. Está previsto publicar un informe próximamente...
- En paralelo, se está analizando a potenciales proveedores de servicios y dando apoyo al proceso legislativo.
- En cuanto a la experimentación, este año se publicará un informe con los resultados de los trabajos realizados en la plataforma de innovación del BCE (Ej. Pagos condicionales). ¿Alguna aportación?
- En octubre el BCE se decidirá si se avanza hacia la siguiente fase del ED que prevé el desarrollo y despliegue de casos de uso. Según el BdE, *"el ED avanzará, aunque no esté definida una solución viable"*.
- Temas pendientes (entre otros): Cálculo del ROI, uso de tecnología NFC -vs-QR, etc.

- **IMPLANTACIÓN DEL REGLAMENTO DE PAGOS INMEDIATOS:**

- Implantación del [esquema SCT Inst](#): Están adheridos a este esquema 2.765 (78%) de los 3.545 bancos e instituciones financieras del SEPA, aunque la penetración es mucho mayor en términos de cuentas de pago.
- Nº total de transferencias inmediatas (área SEPA): ↑24,74% Q1'25 -vs- ↑17,34% Q1'24.

AECOC

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

Euro Retail Payments Board (ERPB)

73

- **IMPLANTACIÓN DEL REGLAMENTO DE PAGOS INMEDIATOS:**

- Se ha estandarizado (ISO 20022) el formato de la dirección postal del ordenante (pagador), siempre que la entidad de éste o la del beneficiario esté ubicada fuera del Espacio Económico Europeo. Ver [guía del EPC](#).
 - **Alcance:** Transferencias (**incluidas las inmediatas**) y adeudos directos. Resto de pagos (es opcional).
 - **Objetivos:** Reducir errores y devoluciones, automatizar procesos, etc.
 - **Perfiles implicados:** PSP y usuarios de servicios de pago.
 - **17/03/24:** Uso PERMITIDO de los formatos estructurado y desestructurado.
 - **05/10/25:** Uso PERMITIDO del formato híbrido (estructurado con algún texto libre).
 - **22/11/26:** Uso EXCLUSIVO de los formatos estructurado e híbrido (fin del formato desestructurado).
- Implantación del [esquema de Verificación del Beneficiario/Verification of Payee \(VoP\)](#):
 - **Objetivo:** Mejorar la seguridad de las transacciones y prevenir errores.
 - **Entrada en vigor:** 09/10/25.
 - **Tipología de empresas impactadas:** Empresas que emiten o reciben pagos inmediatos, entidades financieras, PSPs y otras empresas especializadas (RVM).
 - **Situación:** Prácticamente el 100% de las empresas que ofrecerán este servicio en España, cuyo “kick-off” será simultáneo, ya están adheridas al esquema.
 - **Guía de ayuda:** En agosto el BdE compartió con el sector [diferentes tipos de mensajes de respuesta a una petición de VoP para cada uno de los escenarios que se puede dar](#) (Doc. actualizado el 18/9).

AECOC

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

Euro Retail Payments Board (ERPB)

74

- **IMPLANTACIÓN DEL REGLAMENTO DE PAGOS INMEDIATOS:**

- Implantación del esquema de Verificación del Beneficiario/Verification of Payee (VoP):

- **Protocolos:** AECOC traslada las dudas del comercio sobre los protocolos de comunicación en diversos escenarios (reintento de validación, gestión de excepciones y errores de validación, etc.). Según la AEB, casi todas las especificaciones técnicas están definidas*.

**Se han visto casos no cubiertos que requieren de atención especial (Ej. Mensaje de respuesta cuando el servicio VoP no está operativo por motivos técnicos). Con ese objetivo en mente, el ERPB ha definido y compartido recientemente con los PSP mensajes específicos de respuesta del servicio VoP para dichos casos.*

- **Pagos masivos automatizados:** Se sigue trabajando en una solución de tres pasos: 1) Envío del fichero de solicitud de transferencias para iniciar el proceso de VoP; 2) Recepción del fichero con el resultado de la verificación para su análisis y decisión; 3) Envío del fichero de transferencias para su ejecución.
- **Problema:** Preocupación de los PSP ante el posible impacto negativo en el arranque de este servicio:
 - ✓ Incremento de las tasas de abandono de los pagos.
 - ✓ Retrasos en la ejecución de pagos.
 - ✓ Sobrecarga en los servicios de atención al cliente.
- **Solución propuesta:** Implantación inminente por parte de los PSP (con la posible ayuda del BdE) de estrategias de comunicación sobre la implantación del servicio dirigidas a sus clientes.

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

Euro Retail Payments Board (ERPB)

75

- **IMPLANTACIÓN DEL REGLAMENTO DE PAGOS INMEDIATOS:**

- Estrategia de comunicación:

- **Objetivo:** Informar a los usuarios finales de sus derechos.
- **Target:** Consumidores, comercios y empresas
- **Contenidos:**
 - ✓ [10 mensajes generales e iguales para todo el mundo.](#)
 - ✓ Diversos mensajes específicos adaptados al mercado español para cada uno de los 3 colectivos:
 - 3/7/25: Borrador del BdE sujeto a comentarios.
 - 18/7/25: Envío centralizado por AECOC de comentarios y dudas por parte de Amazon, Decathlon, Eroski, Lidl y Mercadona (gracias).
 - Pendientes de los documentos definitivos por parte del BdE.
- **Medios:**
 - ✓ [Web SEPAESP](#) (se sugiere consultar este enlace para ver otra información interesante del BdE).
 - ✓ 3 folletos.
 - ✓ RR.SS.
- **Responsables:** CNP de los BCN.
- **Inicio de la campaña:** Próximamente (el ERPB confirmará la fecha exacta de inicio).

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

Euro Retail Payments Board (ERPB)

76

- **IMPLANTACIÓN DEL PROCESO DE ESTANDARIZACIÓN DEL CÓDIGO QR EN LOS PAGOS (ver pág. 37):**
 - El EPC (lidera esta iniciativa), presentó la versión final de su propuesta al CEN cuyo proceso de revisión y estandarización concluirán a finales de 2025.
 - En algún foro se comenta que el estándar de QR no está bien definido y cuenta con diversas barreras.
 - COEXISTENCIA de los códigos QR en pagos con los códigos QR en productos de consumo y la tecnología NFC (información de AECOC):
 - A partir de 2027, los códigos QR empezarán a ser leídos en el paso por caja de la mayor parte de retailers del mundo.
 - GS1 dispone del estándar de QR de producto compatible con el GTIN (EAN) a nivel global.
 - El estándar de QR definido por el EPC en los pagos nada tiene que ver con el estándar definido por GS1 (organización mundial a la que pertenece AECOC/GS1 Spain) para los productos de consumo.
 - Sería ideal trabajar con la misma estructura de información para facilitar la integración de ambos tipos de código en los puntos de venta, pero a día de hoy GS1 y EPC no están colaborando.
 - Existen intereses contrapuestos en el sector para impulsar las tecnologías basadas en QR y NFC, motivo por el cual ambas convivirán en el futuro. El uso de una y/u otra será consecuencia de la evolución natural del mercado atendiendo a factores como: UX, escenarios, costes, beneficios, etc.

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

77

Temas relevantes del mercado nacional

- **ESTRATEGIA NACIONAL DE PAGOS MINORISTAS:**

- El punto de partida son los 6 objetivos que forman parte de la estrategia del BCE:

1. Desarrollar una solución de pagos paneuropea en el POI.
2. Promover el fortalecimiento de “SEPA Clásica”.
3. Mejorar los pagos transfronterizos.
4. Mejorar la resiliencia del mercado de pagos.
5. Fomentar un ecosistema de pagos innovador.
6. Mejorar la sostenibilidad y la accesibilidad en los pagos.

- Líneas/Grupos de trabajo del BdE (y objetivos preliminares identificados):

- 1. Pagos inmediatos y autonomía estratégica:** Extender el uso de los pagos inmediatos a distintos casos de uso y consolidar una solución paneuropea en el Point Of Interaction (POI). **Reunión el 17/09.**
- 2. Resiliencia tecnológica y operativa:** Desarrollar soluciones de contingencia para poder mantener un mínimo servicio. **Reunión el 25/09.**
- 3. Pagos transfronterizos:** Mejorar los pagos transfronterizos.
- 4. Innovación, accesibilidad y sostenibilidad:** Promover la innovación asegurando la sostenibilidad y accesibilidad desde el diseño.
- 5. Prevención del Fraude:** Reducir el fraude y ayudar a materializar las recomendaciones del ERPB.

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

Temas relevantes del mercado nacional

- **ESTRATEGIA NACIONAL DE PAGOS MINORISTAS:**

- Plan de trabajo:

- Identificar objetivos adicionales a los del BCE para el mercado español (Hecho).
- Crear los 5 grupos de trabajo (Hecho).
- Mantener las reuniones de los grupos de trabajo para abordar los objetivos marcados (Sep.-Oct.).
- Redactar una propuesta con acciones y planes de trabajo específicos para cada ámbito (Nov.).
- Debatir y aprobar en el CNP la estrategia y las líneas de actuación (Dic.).

- Aportaciones del comercio:

- Participantes (9): Amazon, Decathlon, DIA, ECI, Eroski, Lidl, Media Markt, Mercadona y Miravia.

	1. Pagos inmediatos y autonomía estratégica	2. Resiliencia tecnológica y operativa	3. Pagos transfronterizos	4. Innovación, Accesibilidad y Sostenibilidad	5. Prevención del fraude
Voluntarios para los GTs	9	4	3	2	4
Prioridad del comercio	1	2	4	5	3

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

79

Temas relevantes del mercado nacional

- **ESTRATEGIA NACIONAL DE PAGOS MINORISTAS:**

- Principales aportaciones del comercio al BdE para cada Línea/Grupo de trabajo:

- 1. Pagos Inmediatos (PI) y autonomía estratégica:**

- ✓ Fomentar la colaboración público-privada para mejorar las soluciones de pago existentes.
- ✓ Evidenciar los beneficios de los PI para cada agente y caso de uso respecto al resto de medios.
- ✓ Establecer KPIs de uso y satisfacción de los PI para ajustar las estrategias.
- ✓ Asegurar la interoperabilidad de los PI con otras soluciones de pago.
- ✓ Garantizar una UX de los PI similar al resto de medios (Ej. Exenciones).
- ✓ Considerar todos los casos de uso -de los PI- de interés para el comercio (Ej. pagos recurrentes).
- ✓ Garantizar el funcionamiento del servicio VoP en cualquier situación y facilitar su implantación.

- 2. Resiliencia tecnológica y operativa:**

- ✓ Adoptar un enfoque basado en resultados con monitorización continua de KPIs específicos.
- ✓ Desarrollar un plan nacional para mejorar las tasas de aceptación, conversión y envío de códigos genéricos.
- ✓ Mejorar la interoperabilidad de soluciones de pago como mecanismo de prevención.
- ✓ Asegurar que el entorno offline no quede al margen del alcance de las líneas de trabajo.
- ✓ Tener en consideración en el GT 1 los resultados de las líneas de trabajo de este GT 2.

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

80

Temas relevantes del mercado nacional

- **ESTRATEGIA NACIONAL DE PAGOS MINORISTAS:**

- Principales aportaciones del comercio al BdE para cada Línea/Grupo de trabajo:

- 3. Pagos transfronterizos:**

- ✓ Impulsar la interoperabilidad entre sistemas de pagos nacionales y transfronterizos.
 - ✓ Reducir los costes y tiempos de liquidación para minimizar comisiones y retrasos en las transferencias internacionales (Ej. Apoyando el Blockchain o las monedas digitales).
 - ✓ Armonizar los modelos de negocio (en Europa) para incentivar la inversión de todos los actores.
 - ✓ Asegurar que se estandarizan todos los ficheros que se intercambian en la UE.

- 4. Innovación, accesibilidad y sostenibilidad:**

- ✓ Asegurar la interoperabilidad de soluciones de pago.
 - ✓ Garantizar la inclusión de los comercios en la definición de casos de uso.
 - ✓ Evaluar el impacto e integración de alternativas emergentes como el Euro Digital.

- 5. Prevención del Fraude:**

- ✓ Definir y monitorizar medidas de prevención que persigan el equilibrio entre el riesgo real de fraude y la Fricción/UX; cuya repercusión en las ventas es enorme.
 - ✓ Desarrollar un “early warning system” ágil que permita detectar y comunicar proactivamente fraudes emergentes al conjunto de segmentos de la cadena.
 - ✓ Construir una plataforma en la que los Non-PSP puedan compartir información que facilite la prevención y gestión coordinada del fraude.

AECOC

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

81

Temas relevantes del mercado nacional

- **IMPACTO DEL APAGÓN DEL 28 DE ABRIL EN EL COMERCIO:**

- Participantes en el cuestionario (6): Amazon, Decathlon, ECI, Eroski, Media Markt y Mercadona.

¿Ha realizado tu empresa algún análisis sobre el apagón y sus consecuencias en la actividad comercial?

- Sí en mayor o menor medida y con el análisis, en algún caso, de los procesos que funcionaron y los que tenían margen de mejora.

¿Qué impacto tuvo en la operativa diaria de tu empresa?

- OFFLINE. Desigual, pero muy importante en todos los casos. Los pocos distribuidores que contaban con generadores en las tiendas pudieron mantener los cobros con bastante normalidad. En el resto de los casos se optó por “planes B de facturación y cobro” o directamente por el cierre del establecimiento.
- ONLINE. Parecido y muy importante en todos los casos. Los clientes no pudieron conectarse a internet para comprar. Los ratios de aprobación más bajos se registraron cuando la energía comenzó a restablecerse y se tardó 24 horas en volver a una situación aceptable dadas las intermitencias en las telecomunicaciones. La estabilidad total no llegó hasta pasados unos 10 días aproximadamente.

¿Consideras que el impacto en el negocio de los distintos tipos de comercio y sectores (grandes -vs- pequeños, food -vs- non food, etc.) pudo haber diferencias significativas?

- El impacto fue muy superior en el pequeño comercio; al no disponer de generadores ni de planes B de facturación y cobro.
- Las tiendas con alimentación refrigerada, además del impacto en ventas, perdieron todo el producto.

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

82

Temas relevantes del mercado nacional

- **IMPACTO DEL APAGÓN DEL 28 DE ABRIL EN EL COMERCIO:**

¿Cuáles fueron los principales problemas que impidieron a tu empresa continuar con la actividad regular durante el apagón?

- Falta de conectividad a internet e interrupción de los servicios de pago electrónico ante la imposibilidad de algunos agentes de la cadena de acceder a algún tipo de suministro eléctrico.
- Pérdida de la comunicación interna y externa.
- Falta de afluencia de público a las tiendas que estaban operativas.

¿En qué medida contaba tu empresa con sistemas de contingencia para mantener la operativa? Ejemplos:

- Equipo y protocolo de gestión de crisis.
- Generadores eléctricos.
- TPVs que pueden funcionar sin conexión a la corriente y permiten facturar y cobrar.
- Cobros OFFLINE ante la falta de conexión de algunos operadores de comunicaciones.
- Banner en la web para informar a los clientes de la situación.

¿En qué medida la funcionalidad de pago OFFLINE ayudó a mantener la operativa de tu empresa?

- Fue un factor MUY IMPORTANTE.
- Se logró recuperar un porcentaje significativo de las transacciones con tarjetas.
- Otros métodos de pago menos extendidos tuvieron ratios de aprobación de muy bajos o, incluso nulos a pesar de que sus plataformas funcionaban perfectamente.

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

83

Temas relevantes del mercado nacional

- **IMPACTO DEL APAGÓN DEL 28 DE ABRIL EN EL COMERCIO:**

- **¿Qué problemas específicos relacionados con los sistemas de pago tuvo tu empresa?**

- El pago en OFFLINE con tarjeta funcionó solamente con algunos esquemas y con diferentes ratios.
 - Además, el OFFLINE tiene algunas limitaciones; no se aplica a las tarjetas extranjeras o a los métodos de pago alternativos (a las tarjetas):
 - Problemas para autenticar y/o verificar que el pago fue aceptado por falta de acceso a los servicios bancarios o por las (re)parametrizaciones del banco y/o centro autorizador.
 - Una vez restablecida la conexión, dificultades en la autorización de tarjetas y la sincronización de datos, que generó retrasos y la necesidad de llevar a cabo conciliaciones manuales.

- **¿Cuáles son las lecciones aprendidas y qué medidas ha adoptado tu empresa tras el incidente?**

- Revisar y documentar los protocolos y planes de contingencia (Ej. Sistemas redundantes) y de aumentar las capacidades de las infraestructuras de comunicaciones (Ej. Cobertura de teléfonos y conexiones satelitales).
 - Reducir el tiempo de reacción y mantener los sistemas de “backup” durante más tiempo.
 - Capacitar al personal en gestión de este tipo de crisis.
 - Trabajar sectorialmente para mejorar los pagos OFFLINE en todas sus versiones (Ej. Incluido Bizum) y asegurar una adopción uniforme de las mejores prácticas en toda la cadena.

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

84

Temas relevantes del mercado nacional

- **IMPACTO DEL APAGÓN DEL 28 DE ABRIL EN EL COMERCIO:**

- **¿Cómo fue el proceso de recuperación de la actividad de tu empresa?**

- La recuperación fue gradual en todos los casos, pero se produjo a diferentes velocidades según los niveles de complejidad del negocio del comercio. En ese sentido, la recuperación inicial para alcanzar niveles operativos básicos duró entre unas pocas horas y un día entero y la normalización completa no se produjo hasta el cabo de 1 y 10 días en el caso más extremo.
 - Los sistemas de información están preparados, por lo general, para que una vez que la actividad se ha recuperado, la información pendiente de procesar se envíe automáticamente. No obstante, en algunos casos es necesario realizar diversos procesos de cuadro a nivel contable que no suelen entrañar problemas significativos.

- **¿Podrías compartir otros aspectos que consideres relevantes?**

- Resulta fundamental la colaboración de todos los actores del ecosistema (sector público y privado) para garantizar la resiliencia del sistema de pagos y, concretamente, para mejorar la cobertura de pagos OFFLINE y asegurar que las alternativas de pago a las tarjetas (Ej. Bizum) cuentan con mecanismos de contingencia.
 - Además, es muy importante reforzar, en paralelo, la resiliencia de las empresas de telecomunicaciones para asegurar la conectividad y la normalidad en los pagos.

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

85

Fecha:

Miércoles, 5 de noviembre (ONLINE)
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 Consumer & Retail Payments

¿Otros asuntos?

AECOC

8. Otros hitos relevantes. Fechas a tener en cuenta

86

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

Gracias

ANEXOS (18/09/25)

3b. Operaciones: Nuevos entornos (e interoperabilidad)

89

SDDR para España:

- Mayo 2025: Nace la Asociación SDDR para España, respaldada por AECOC, FIAB, ANGED, ASEDAS, ANFABRA, ANEABE, cerveceros de España, Zumos y Gazpachos de España. Apuesta por un modelo colaborativo, abierto y coordinado con las administraciones públicas y los ciudadanos.
- AECOC ocupa la Presidencia y la Secretaría Técnica. Principales roles (específicos):
 - Informar y formar a las empresas.
 - Ayudar a implantar.
- Tenemos pendiente que la Admón. nos dé la autorización para poder operar.
- Se crearán 6 grupos de trabajo con empresas (sólo fabricantes de bebidas, que son los que deben liderar el proyecto en sus inicios. Mercadona participa como importador, no por su marca propia!!).
 - GT Financiero:
 - En la primera reunión se hablará de la normativa aplicable y la necesidad de influir en su desarrollo: El RD deberá adaptarse al Reglamento (Ej. Según Europa el Tetra Brick quedaría exento pero abre la puerta a los países a incorporarlo -y España está por la labor-).
 - Otros temas a abordar a continuación:
 1. Volumen del depósito.
 2. Presupuesto de la asociación.
 3. Modelo de ingresos y gastos.
 4. Inversiones.
 5. Financiación de todo el sistema > Tema PRIORITARIO.
 6. Medios de devolución de depósito (Medios de pago).
 - Será un asunto cuya implantación recaerá en la entidad que opere el sistema.
 - Se invitará a empresas expertas en la materia cuando se estime oportuno (seguramente NO antes de mayo de 2026).
 7. Fraude.
- Los GT opinan y proponen, pero será la Junta Directiva quien decida (la Junta actualmente está representada por asociaciones, pero hay fabricantes y distribuidores que quieren entrar).
- Sobre los timings:
 - Año 2023: España NO alcanza el objetivo europeo de recuperación del 70% de las botellas de plástico de un solo uso, motivo por el cual, deberá implementar un SDDR.
 - Nov'24: Certificación oficial por parte del MITECO del incumplimiento de España en 2023.
 - Feb.'25: Entra en vigor el Reglamento.
 - May'25: Se constituye SDDR España.
 - May'26: Tiempo máximo que tiene la Admón. para conceder la autorización a SDDR para España.
 - Ago'26: Obligación de aplicar el Reglamento.
 - Nov'26: El sistema SDDR debe estar implantado en España 2 años después de la certificación oficial del incumplimiento.
 - May'28: SDDR España aboga para que el sistema esté operativo 2 años después de la autorización -no 2 años después de la certificación de incumplimiento- o en la fecha que marca Europa (Ene'29) y que está basada en el momento que se certificará (Nov'26) el más que posible incumplimiento que se producirá en toda Europa cuando se midan los datos de 2025.
 - Ene'29 (y NO Nov'28): El sistema SDDR debe estar implantado en esta fecha en toda Europa.
 - Mediciones cumplimiento en España: 2023 (certificación en Nov'2024), 2025 (certificación en Nov'2026), 2027 y 2029.
 - Mediciones cumplimiento en Europa: 2025 (certificación en Nov'2026) y 2029.
 - Objetivos de recuperación para toda Europa 2025: 77% y 2029: 90%.

3d. Digitalización y Tecnología:

90

Propuesta sectorial de recomendaciones de aplicación voluntaria para la extensión del uso TRA/MIT en Bizum impulsada por comercios.

- **Objetivo:** Incorporar en Bizum las operativas disponibles en otros medios de pago (exenciones SCA –TRA-, suscripciones y pagos recurrentes MIT) para alcanzar el mismo nivel de aceptación de emisores y usuarios.
- **Vías de actuación:**
 1. Monitorizar (de forma agregada) las entidades certificadas/activas que operan con Bizum y el % usuarios que representan.
 2. Promover la adopción de TRA/MIT en los comercios.
 3. Identificar las barreras y oportunidades para implantar TRA/MIT en las entidades.
 4. Desarrollar un plan de comunicación centrado en la UX de los comercios y las APP bancarias.
 5. Compartir casos de éxito con el sector.

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

Temas relevantes en el ámbito internacional

Proceso de tramitación legislativa en la UE

TEÓRICA	PRÁCTICA
Comisión Europea → Iniciativa legislativa Posicionamiento del Parlamento Europeo y del Consejo → 1ª lectura, 2ª lectura, Conciliación y 3ª lectura Conclusión → Adopción / Rechazo de la normativa	Comisión Europea → Iniciativa legislativa Posicionamiento del Parlamento Europeo y del Consejo → 1ª lectura Trílogos (reuniones informales) → 3 representantes (Comisión + Parlamento + Consejo)

Tramitación en las Cortes Españolas

CONGRESO	SENADO	CONGRESO
Informe de ponencia	Informe de ponencia	Aprobación/Rechazo de cada una de las enmiendas del Senado Votación para determinar si el texto final se aprueba o rechaza definitivamente
Enmiendas	Enmiendas	
Dictamen de Comisión	Dictamen de Comisión	
Pleno	Pleno	

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

Temas relevantes en el ámbito internacional

Monitorización de la tramitación en la U.E.

DIRECTIVA - REGLAMENTO	Comisión Europea			Parlamento Europeo (P.E.) y Consejo Europeo						Publicación	
	INICIATIVA LEGISLATIVA			1ª LECTURA (sin límite temporal)		2ª LECTURA			3ª LECTURA		
	Estados	Comisión	P.E.	P.E. Aprueba o Enmienda	Consejo Aprueba posición de P.E. o Enmienda	P.E. Aprueba o Rechaza o Enmienda (3 meses + 1 mes)	Consejo Acepta enmienda o No acepta enmienda > Convoca en Consilium (3 meses + 1 mes)	Consilium: Acuerda o No acuerda un texto conjunto (acto rechazado)	P.E. Aprueba o Rechaza		Consejo Aprueba o Rechaza
									Si ambos lo aprueban; queda aprobado		

<https://www.consilium.europa.eu/es/council-eu/decision-making/ordinary-legislative-procedure/>

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

Temas relevantes del mercado nacional

93

VER PRESENTACION (.pdf) DE AMAZON AL GRUPO DE TRABAJO DEL BANCO DE ESPAÑA DE “**PAGOS INMEDIATOS (PI) Y AUTONOMÍA ESTRATÉGICA**” SOBRE LA “**VISIÓN COMERCIO SOBRE LOS PAGOS INMEDIATOS**”.