

Métodos de pago sin contacto: NFC vs QR. ¿Qué sistema se adapta mejor a mi negocio? ¿Hay otras alternativas?

Por: Lidia Martínez – Alisys

¿Sabías que 2 de cada 3 usuarios prefieren usar métodos de pago sin contacto? La facilidad, sencillez, seguridad y las preferencias del [consumidor de la era COVID](#), provocan un auge en los métodos de pago contactless sin precedentes. Un crecimiento que no sería posible sin los teléfonos móviles y los dispositivos inteligentes. La tecnología NFC y el QR son dos de los métodos de pago asociados al móvil, ¿qué diferencias existen entre ambos sistemas?

2 de cada 3 usuarios prefieren usar métodos de pago sin contacto

Dirigentes y Digitales

Pagos NFC

Acercar el móvil al TPV virtual se ha convertido en un acto ya habitual en los establecimientos. Gracias a la integración de la tecnología Near Field Communication en el teléfono o reloj inteligente del cliente y en el TPV del establecimiento, en pocos segundos el usuario habrá abonado la compra.

La mayor parte de las entidades bancarias dan la opción de pagar con el móvil. El

Disponer de la tecnología NFC en el móvil y TPV, principal barrera de entrada

cliente solo tiene que instalar la aplicación de su banco y el cargo se aplicará a su tarjeta ya que el dispositivo inteligente tiene guardados los datos de la tarjeta y se comunica con el TPV a través del NFC.

Aunque cada vez es más habitual disponer de la tecnología NFC tanto en el móvil del usuario como el TPV del establecimiento, esta es

la principal barrera de entrada este método de pago ya que no todos los terminales cuentan con NFC. Además, este canal se limita a las ventas físicas en un momento en el que las compras online representan una parte importante del volumen de ventas de todo tipo de negocios.

Para solventar este factor crítico, las empresas de reparto o mensajería deberían entregar un TPV portátil a sus empleados con una tarjeta SIM para aceptar los pagos. Una nueva tarea que podría afectar a los tiempos de entrega para gestionar el pago y que obligaría a los repartidos a tener siempre su TPV con batería y a estar pendientes de cargarlo.

Las compañías que no disponen de TPV con NFC o que una gran parte de su negocio procede de la venta online pueden implementar otras soluciones de pago touchfree como el pago por voz, SMS o link de pago. Sin necesidad de costes en adquirir terminales ni implementar tecnología, soluciones de [pago en remoto omnicanal](#) permiten a las marcas ofrecer al cliente la posibilidad de elegir a través de canal remoto desean abonar sus compras. Garantizando, en todo momento, la seguridad de la transacción y la agilidad del pago.

Pagos por QR

Escanear el código con la cámara del teléfono inteligente, hacer clic en la notificación de la pantalla y realizar el pago. En el caso de los dispositivos cuya cámara no permite leer el código QR, el usuario tendrá que descargar una aplicación gratuita de lector de códigos. Así de sencillo y rápidos son los pagos por QR.

Las marcas pueden optar por enlazar el QR con una pasarela de pagos o a un servicio de pago como PayPal. El usuario introduce los números de la tarjeta y la transacción finaliza con éxito en pocos segundos. En la primera opción, el cliente solo necesita tener una tarjeta de crédito, mientras que en la segunda será necesario estar registrado en el servicio de pago en línea.

Este método de pago contactless se adapta a las ventas on-line y off-line. En ambos casos, la marca puede colocar el QR en el ticket de compra, sin necesidad de que las empresas de reparto tengan que realizar inversiones en tecnología. Del mismo modo, se puede añadir un código QR en los recibos de la luz, agua o teléfono o en recordatorios de pago. Los cobros a través de QR, por

**Los pagos por QR
se adaptan a las
ventas on-line y
off-line**

ende, se adaptan a: negocios con ventas físicas y digitales, a empresas de recobro o de pagos recurrentes como las energéticas, eléctricas o telecomunicaciones.

El auge de los pagos contactless

Pero el NFC y el QR son solo dos de los métodos de pago sin contacto. Pagos por voz, e-mail o la multitud de canales que posibilita el pago por link – WhatsApp, SMS, chat, Telegram, etc – son algunos de los [sistemas touchless](#).

Y es que el contactless ha provocado una auténtica revolución de los métodos de pago contactless. Los clientes encuentran una solución rápida y segura para abonar sus compras sin contacto. Por su parte, las marcas dan al cliente el poder de elegir cómo abonar sus compras o recibos ya sean en tiendas físicas o en compras online. Garantizando en todo momento la seguridad de la transacción y una buena experiencia en el proceso de pago.

En los próximos años, se [prevé](#) que el mercado touchless alcance una facturación de 13.000 millones de euros y que el 50% de las aplicaciones incluyan, al menos, un canal de pago sin contacto en 2025. Las empresas pioneras en implementar los nuevos canales de pago sin contacto serán las primeras en adaptarse a las tendencias del mercado y a las preferencias de los clientes.

El mercado touchless alcanzará una facturación de **13.000 millones de euros en 2025**

Dirigentes y Digitales

Además, las herramientas de gestión de pagos en remoto permiten monitorizar y controlar el estado de los cobros en tiempo real. Desde conocer qué canales son los más utilizados por los clientes hasta el número de intentos realizados para recuperar [facturas pendientes de cobro](#). Esta información permite a las compañías medir su estrategia de pagos e identificar posibles mejoras.

Si quieres conocer las últimas tendencias en canales de pago seguros y sin contacto, la normativa vigente y las claves para mejorar tu estrategia de cobro, consulta el e-book: [Claves para crear experiencias de pago remoto seguras y sin límites](#)

¿Quieres diseñar estrategias de cobro que mejoren las ventas de tu negocio?

Un especialista de Alisys se pondrá en contacto contigo para analizar tu estrategia y ayudarte a definir los canales y experiencias de pago que contribuyan a impulsar las ventas. Solicita una sesión [aquí](#).

Fuentes:

- Directivos y gerentes, [Los consumidores prefieren usar soluciones sin contacto](#)