

CaixaBank, Nestlé Market y el Payment Innovation Hub ponen en marcha el primer sistema de pago con reconocimiento facial en un comercio en España

Llega la primera tienda de alimentación en la que se paga por reconocimiento facial

- **La solución, a disposición de cualquier persona que quiera utilizarla, hace posible pagar las compras en la caja de la tienda de Nestlé, en Esplugues de Llobregat, únicamente con la cara, sin necesidad de usar tarjetas, móvil o efectivo.**
- **La iniciativa permitirá estudiar cómo el reconocimiento facial mejora la experiencia de los clientes en un comercio, especialmente en periodos de alta demanda, como la próxima campaña navideña.**

Esplugues de Llobregat, 14 de noviembre de 2019

CaixaBank, Nestlé Market y el Payment Innovation Hub han puesto en marcha la primera solución de pago con reconocimiento facial en una tienda en España. Se trata de un sistema que permite pagar compras únicamente con la cara, sin necesidad de usar un medio de pago físico, sea este una tarjeta bancaria, un móvil o dinero en efectivo.

La tecnología de reconocimiento facial mejora la experiencia del cliente, al hacer más ágil el momento del pago en la caja, a la vez que se incrementa la seguridad de los pagos.

La iniciativa, que se ha estrenado hoy como experiencia piloto en la tienda Nestlé Market de Esplugues de Llobregat, en Barcelona, estará en funcionamiento durante los próximos tres meses, con el objetivo de analizar cómo la nueva tecnología se adapta a las necesidades del comercio minorista, especialmente en periodos de alta demanda, como la campaña navideña. El sistema puede ser utilizado por cualquier cliente que quiera hacerlo, sea cual sea la entidad financiera de su tarjeta o su modelo de móvil: solo es necesario descargar la *app* Face To Pay Nestlé Market.

El proyecto se ha desarrollado conjuntamente entre CaixaBank, la dirección financiera de Nestlé España y los servicios jurídicos y tecnológicos de la compañía y el equipo del Payment Innovation Hub (una alianza multisectorial formada por CaixaBank, Global Payments Inc., Visa, Samsung y Arval).

Así funciona el pago con reconocimiento facial

Para usar la solución, el usuario solo tendrá que descargar, antes de efectuar la primera compra, la aplicación Face to Pay Nestlé Market, disponible tanto para Android en Google

Play como para iPhone en App Store, y registrar en ella sus datos personales, su tarjeta y la imagen de su cara.

Una vez finalizado el proceso de alta, el cliente podrá pagar su compra en el Nestlé Market, donde se ha habilitado una caja rápida exclusiva dotada de una *tablet* con cámara y conexión a Internet.

En el momento de efectuar el pago, el cliente tiene que hacerse un selfie con la tablet de caja. El sistema compara esa imagen con el patrón biométrico almacenado en la base de datos general a partir de la fotografía registrada en el momento del alta. Si hay coincidencia, se procede al pago, sin que el cliente tenga que utilizar ningún otro medio de pago físico (tarjeta, móvil o dinero en efectivo), más allá de la foto de su cara.

CaixaBank: reconocimiento internacional por la aplicación del reconocimiento facial

Para CaixaBank, la iniciativa supone un paso más dentro de su estrategia de apostar por la tecnología de reconocimiento facial en entornos donde su aplicación pueda suponer una ventaja para el cliente en términos de experiencia de usuario y seguridad.

En este sentido, la entidad financiera presidida por Jordi Gual y cuyo consejero delegado es Gonzalo Gortázar ha sido el primer banco del mundo en aplicar el reconocimiento facial para realizar reintegros en cajeros automáticos sin introducir el PIN. El sistema ya está en funcionamiento en oficinas de Barcelona y Valencia y se extenderá progresivamente a otros puntos de la red de CaixaBank durante los próximos meses.

La aplicación del reconocimiento facial a los cajeros que ha impulsado CaixaBank ha recibido el reconocimiento internacional, incluyendo premios como el de proyecto tecnológico del año en la categoría “Canales de Prestación de Servicio” en los premios The Banker Tech Project Awards 2019.

Tanto los cajeros con reconocimiento facial como el nuevo sistema de pago en el Nestlé Market son proyectos 100% comerciales, abiertos a todos los clientes que deseen utilizar la nueva tecnología.

El desarrollo de proyectos pioneros para el sector ha sido clave para la estrategia de transformación digital de CaixaBank, que es líder en banca minorista y en innovación, con la mayor base de clientes digitales de España (6,3 millones), el mayor parque de tarjetas (17,24 millones) y de TPV (con una cuota por facturación del 23,7% en compras y del 28% en el número de compras en comercios) y el liderazgo en pago móvil, con más de un millón de clientes.

Nestlé, pionera en innovación digital

La puesta en marcha del sistema de pago por reconocimiento facial en la tienda Nestlé Market de Esplugues de Llobregat, en Barcelona, se enmarca en la vocación de Nestlé de

ser pionera en la innovación digital y su impacto en los nuevos hábitos de compra de los consumidores.

Cerca de 1.000 empleados de las oficinas de la compañía en Barcelona, incluyendo a un equipo informático internacional y a otras unidades de soporte a nivel global, trabajan en la transformación digital de Nestlé desarrollando nuevas tecnologías y servicios a los consumidores.

Precisamente con el objetivo de acercarse y dar servicio al consumidor, Nestlé Market, que nació como un espacio pensado únicamente para los trabajadores, se abrió al público en general como una tienda “viva” con la que la Compañía ofrece a los consumidores todas sus marcas y la posibilidad de conocer, en primicia, las últimas novedades de producto, premiándoles por su fidelidad con promociones y brindándoles la oportunidad de disfrutar de las experiencias que las marcas organizan en el espacio.

Payment Innovation Hub

Desde su creación, hace ahora casi dos años, el Payment Innovation Hub, de la mano de sus *partners* (CaixaBank, Global Payments, Inc., Visa, Samsung y Arval), compañías líderes del sector financiero, de pagos y tecnológico, ha explorado las últimas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente en diferentes escenarios de uso, apostando al mismo tiempo por el incremento de la seguridad en las mismas.

Gracias a su propuesta de innovación abierta y a la colaboración de sus cinco grandes socios, se han conseguido importantes avances en la creación de soluciones aplicadas a diferentes sectores siguiendo la tendencia de pagos invisibles como la que se lanza ahora con Nestlé. De hecho, hasta el momento el *hub* ya ha ideado cerca de una veintena de proyectos con unos plazos similares a los que manejan las startups. Así, el tiempo medio de cada proyecto ha sido de sólo tres meses para la materialización de cada uno de sus prototipos junto a los socios del *hub*.

Recientemente, el Payment Innovation Hub ha lanzado al mercado, junto al grupo de restauración Viena, una pionera solución de reconocimiento biométrico para pagar con la cara en un céntrico restaurante de la cadena en Barcelona.