

MASALTOS. OM

El primer ecommerce que incorpora el pago biométrico en España

Esta empresa de venta de calzado online introduce un sistema de pago basado en el reconocimiento facial, el iris o el dactilar.

26/10/2018



Si empresa de venta de calzado **Masaltos** destacaba ya por ser uno de los pocos ecommerce que sobrevivido a sus 24 años de historia como comercio electrónico, ahora suma a su historial un nuevo hito innovador, ser el primer ecommerce que incorpora un medio de pago basado en la biocriptología.

En Masaltos enden calzado para caballeros que quieren subir discretamente su estatura unos 5 o 7 centímetros. Nombrados son los casos de políticos y personajes famosos que han recurrido a su servicio, pero de todo tiene que haber en una empresa que supera los 80.000 clientes que se reparte en más de 90 países.

Masaltos fue la primera web andaluza de la historia, está entre de las más veteranas del país y es uno de los pocos ecommerce a punto de celebrar sus bodas de plata. El impulso de la exportación ha sido una de las grandes apuestas de la empresa sevillana. Pero a todos estos hitos, suma ahora uno nuevo: el de convertirse en el primer ecommerce en España que incorpora un sistema de pago basado en los datos biométricos de los usuarios.

Según explican desde la empresa, “la biocriptología se basa en el reconocimiento de parámetros físicos que son únicos en cada persona y que permiten comprobar la identidad real de cada usuario, sin posibilidad de suplantación”. Su implantación la han hecho posible a través de un acuerdo con la startup **Biocryptology**, representada en

España por el actor **Antonio Banderas**. A través de una aplicación móvil de Biocryptology el usuario puede registrar datos biométricos, como su huella dactilar o el reconocimiento de iris o facial. Posteriormente el cliente selecciona en la aplicación las páginas web a las que quiere acceder con esta tecnología de autenticación. Una vez finalizado el proceso, el cliente puede realizar cualquier compra online de forma rápida y segura.

“Se trata de una tecnología inédita en el mercado español y que en Europa solo lo implementa una compañía”, afirman en Masaltos, donde resaltan también que el sistema se ciñe a lo exigido en el nuevo reglamento de protección de datos (RGPD).

“La actualización tecnológica no es un fin en sí mismo, es un compromiso ineludible para Masaltos.com en su afán por ofrecer una mejor experiencia de compra a nuestros clientes y un entorno seguro donde puedan utilizar sus datos personales y bancarios con total tranquilidad. Estamos incorporando constantemente herramientas para facilitar el proceso de compra y de interacción con nuestro público y seguiremos haciéndolo en el futuro”, afirma **Antonio Fagundo**, CEO de Masaltos.