



8 de cada 10 negocios no se sienten preparados para minimizar el impacto que la SCA tendrá sobre sus ventas

- *El nuevo Estudio de Medios de Pago y Fraude Online de Adigital confirma que el 67% de las empresas encuestadas no conocen las novedades que introduce esta normativa y siguen sin comprender las implicaciones de la PSD2*
- *La Asociación ha presentado el documento durante innoPayments19, el evento en el que reúne cada año a más de 200 expertos y profesionales del sector de los medios de pago*

Madrid, 31 de enero de 2019. La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) presentó ayer en **innoPayments19**, el encuentro de referencia sobre medios de pago en España, los resultados de su **Estudio de Medios de Pago y Fraude Online 2019**. El documento desvela datos como el alto grado de desconocimiento que tienen los comercios españoles sobre la Autenticación Reforzada de Cliente (o SCA, por sus siglas en inglés) y su escasa preparación para hacer frente a los últimos cambios regulatorios del sector.

En particular, casi el 70% de las empresas encuestadas aseguran que desconocen los cambios que introduce la SCA y 8 de cada 10 declara no tener una estrategia para minimizar el impacto que tendrá sobre sus ventas. Esto es llamativo si lo comparamos con las empresas que aseguran no comprender las implicaciones de la Directiva de Medios de Pago (PSD2), en la que se encuadra la SCA: en 2019 es incluso mayor al año pasado (9 puntos) cuando esta nueva regulación comenzó a ser de aplicación.

De ahí que la regulación, los desafíos que esta supone para los negocios españoles y las nuevas oportunidades que brinda hayan sido los protagonistas indiscutibles de esta octava edición de innoPayments. En este sentido, José Luis Zimmerman, director general de Adigital, ha recordado: “Los medios de pago son uno de los factores más estratégicos del comercio electrónico; de ellos depende en buena medida que el consumidor finalice o no un proceso de compra. Por eso es fundamental que los ecommerce españoles se mantengan actualizados en materia regulatoria, pero también desde el punto de vista tecnológico: quedarse al margen de las últimas novedades y tendencias los puede situar en una clara situación de desventaja competitiva”.

Entre esos puntos, destaca Zimmermann, se incluye comprender las modalidades de pago vigentes y cuáles son las preferidas por los consumidores. Los pagos con tarjeta, las transferencias y PayPal continúan en las primeras posiciones tanto entre los medios de pago ofrecidos por las empresas (92%, 72% y 68%, respectivamente) como por transacciones (41%, 22%, 13%), pero se observa la evolución de otros sistemas que no existían hace unos años. Es el caso del **pago mediante wallet, que crece un 7%** entre los métodos de pago ofrecidos por las empresas encuestadas y representa un 1,20% de las transacciones frente

al 0,36% de 2018. Mientras, descienden los pagos contrarrembolso -con una caída del 36%- y las tarjetas de prepago. Entre las razones que más pesan para cambiar de medio de pago destacan: el aumento de la tasa de conversión (81%), ofrecer un mejor servicio (60%) y la adaptación al móvil (60%). No en vano, los pagos móviles continúan su tendencia ascendente aumentando este año hasta representar el 33% de la facturación de las empresas encuestadas.

Todo ello, según Zimmerman, sin olvidar el camino que queda por recorrer en materia de inteligencia artificial, biometría o *blockchain* que “abren nuevas perspectivas no solo a nivel de experiencia de usuario (pagos invisibles, rápidos, sin fricción), sino especialmente para aumentar la seguridad en las transacciones”.

En relación con ese último punto, el de la seguridad, el estudio de **Adigital indica que el número de empresas que declaran una tasa de fraude anual inferior al 0,25% crece casi en 10 puntos** con respecto a 2018 -hasta el 83%-, medido en porcentaje sobre su facturación. “Estos datos no solo son relevantes a efectos de negocio, sino también para acceder a las exenciones de la SCA por bajo riesgo, por ejemplo, para las que se solicita un 0,1% de fraude, por lo que las empresas que quieran utilizarlas necesitan tener el fraude muy controlado”, ha explicado José Luis Zimmerman.

El 62% de las empresas encuestadas dispone de un equipo dedicado a gestionar los pagos y el fraude, lo que da clara muestra de la importancia cada vez mayor que adquiere dentro de ellas. También aumenta en un 35% el porcentaje de empresas que utilizan un sistema de gestión de fraude, destacando el aumento en el uso de pantallas de fraude y desarrollos propios, aunque el ranking de los sistemas más usados lo lideran 3D Secure o CES y CVV.

La recomendación en la que han coincidido los expertos que han pasado por innoPayments ha sido estar preparados, monitorizar constantemente los procesos de pago así como el grado de adaptación normativo de la empresa y no esperar a que el fraude llame a la puerta para comenzar a gestionarlo.

Sobre estas cuestiones han podido reflexionar los más de 200 profesionales y expertos que han pasado por esta última edición de innoPayments, que ha sido posible gracias al apoyo de empresas como Adyen, Comercia Global Payments, Oney, Paycomet, Stripe, ThreatMetrix y eCommerce News.

Sobre Adigital

Adigital es la Asociación Española de la Economía Digital, formada por más de 550 asociados. Tiene como objetivo promover y apoyar la economía digital en España en sus diferentes aspectos, como son el desarrollo de los servicios de la sociedad de la información, el comercio electrónico, marketing y comunicación digital, las aplicaciones móviles, los contenidos digitales, la publicidad digital y otras actividades conexas como son los servicios de contact center, agencias y redes de publicidad, logística o medios de pago. Adigital es socio, junto con Autocontrol, de confianza online, sello de calidad al que están adheridas más de 2.000 empresas y presente en más de 2.600 sites.

Más información:

Isabel Benítez

Directora de Comunicación de Adigital

ibenitez@adigital.org

Teléfono: 682619410

Apple Tree Communications

fb@homeatc.com

irm@homeatc.com