

 **adigital**

 **CONFIANZA ONLINE**

ecommercenews

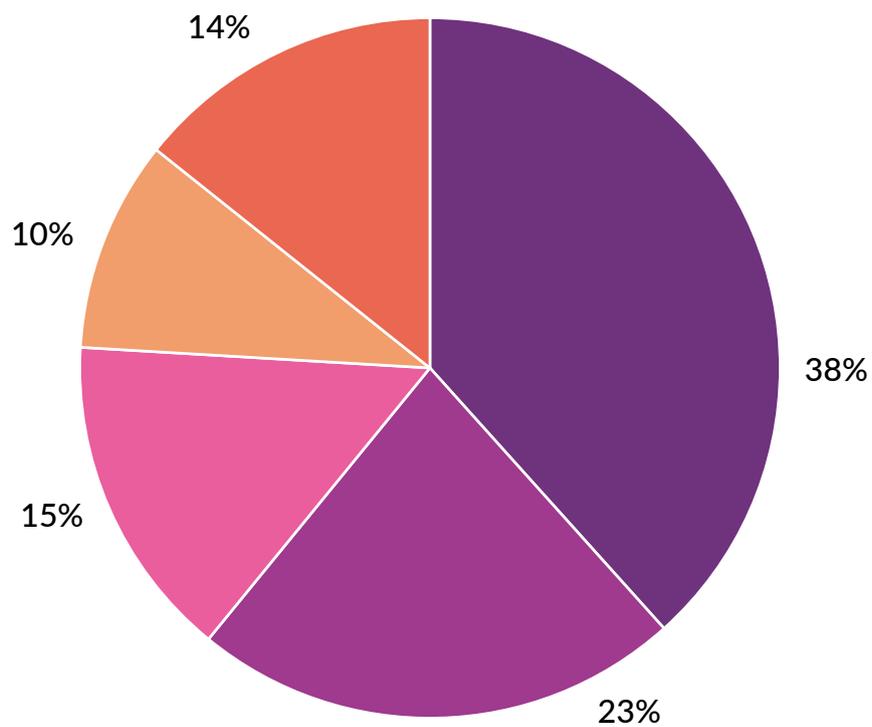
2020

Estudio de
Medios de Pago
y Fraude Online

Caracterización de las empresas encuestadas

Informe realizado en base a una encuesta enviada a 10.000 empresas de comercio electrónico asociadas a Adigital, adheridas a Confianza Online y usuarias de Ecommerce News sobre el uso de los distintos medios de pago y la gestión del fraude online. Las respuestas válidas ascendieron a 202.

Facturación de las empresas encuestadas



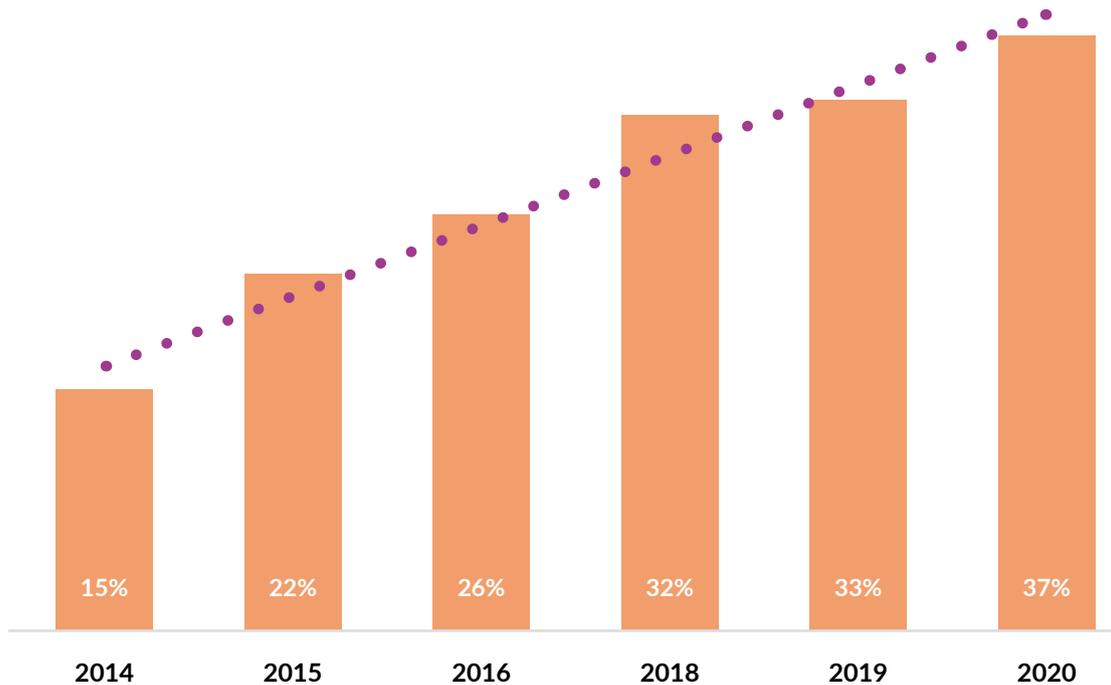
- Menos de 1M€
- Entre 1M€ y 6M€
- Entre 6M€ y 30M€
- Entre 30M€ y 100M€
- Más de 100M€



Porcentaje de facturación
proveniente de dispositivos
móviles

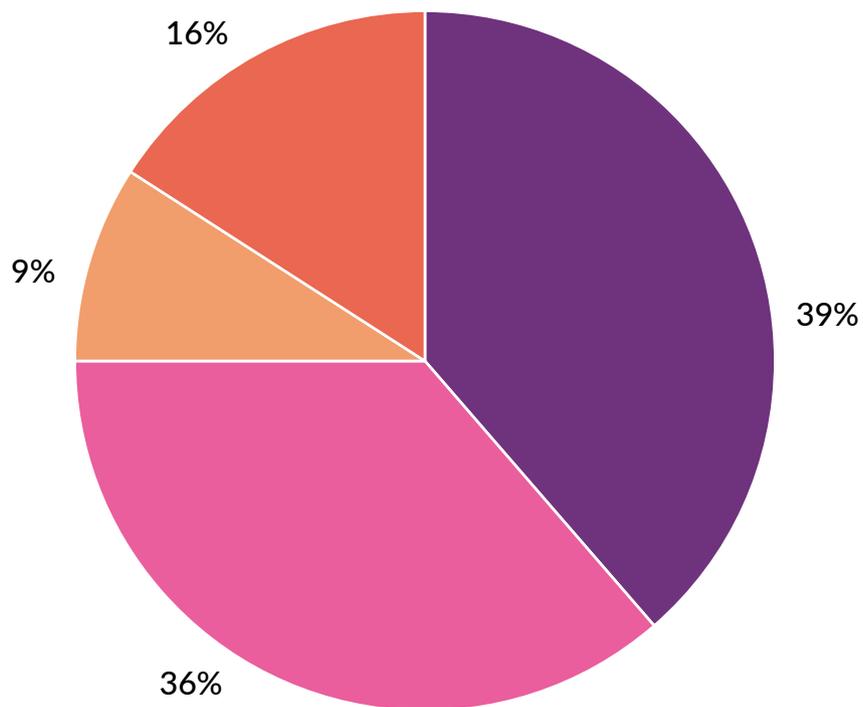
37%

Evolución de la facturación procedente de dispositivos móviles (%)



- La facturación procedente de dispositivos móviles aumenta un 4% con respecto a 2019.

Porcentaje de facturación
en España de las empresas
encuestadas



● El 100%

● Entre el 50% y el 75%

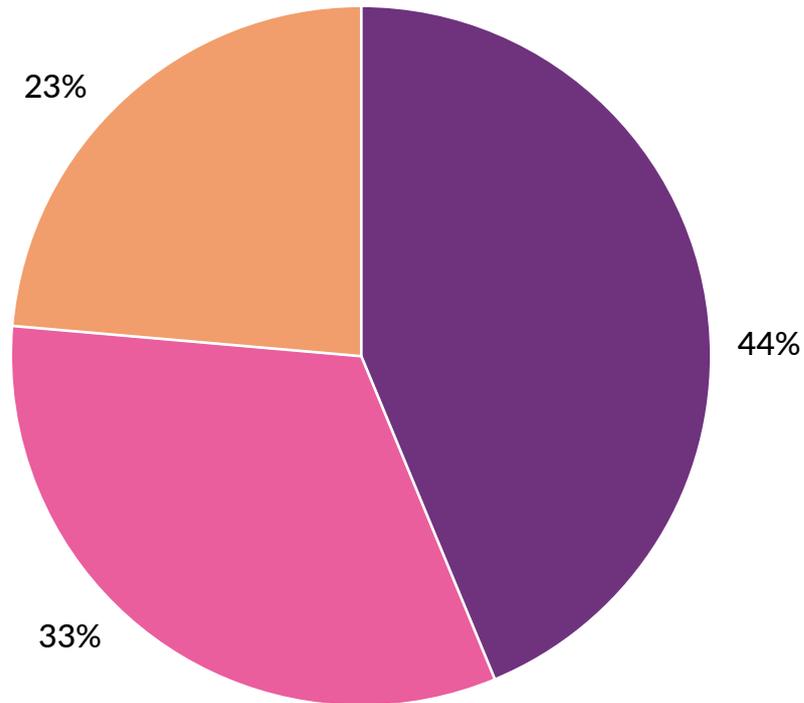
● Más del 75%

● Menos del 50%

Sistema de procesamiento de pagos

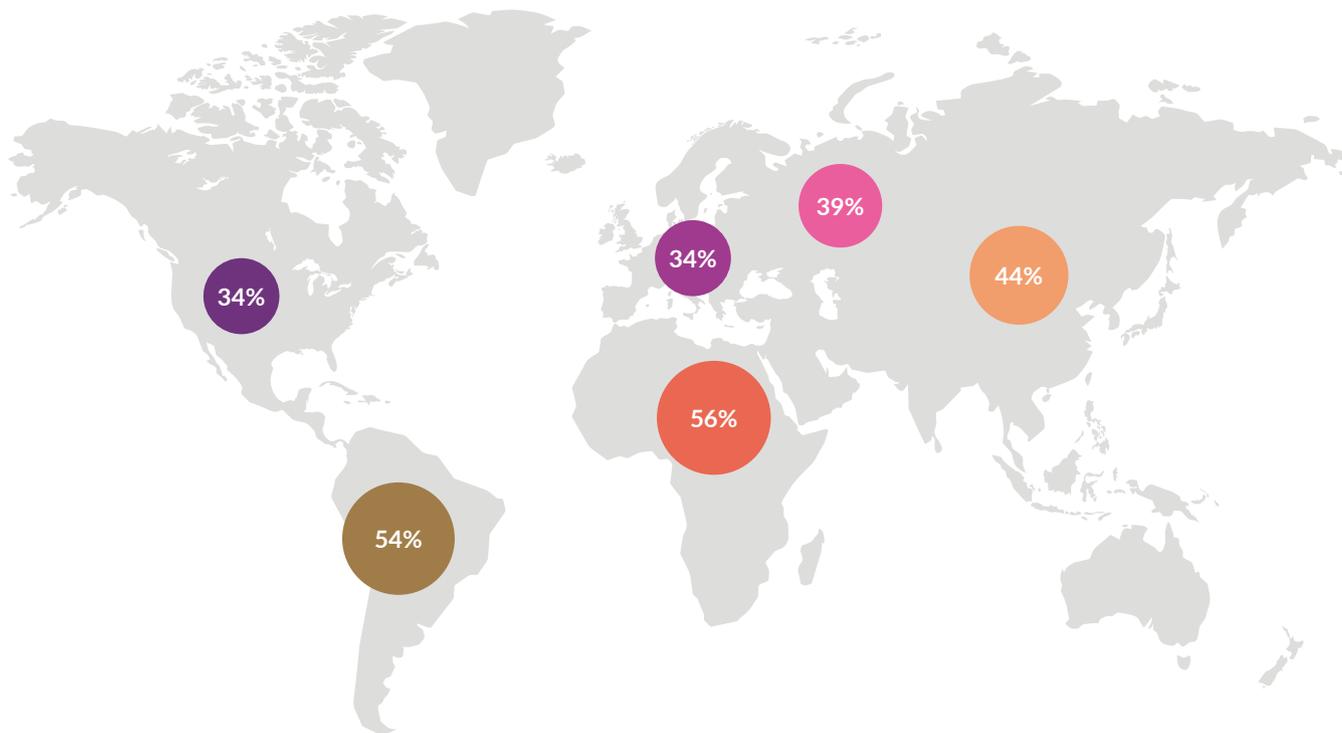
- › El 80% de las empresas acepta pagos de otros países
 - › El banco sigue siendo el principal proveedor usado para el procesamiento de pagos

Empresas que aceptan pagos de otros países



- Sí, siempre
- Sí, pero con excepciones
- No

Excepciones: Empresas que no aceptan pagos desde las siguientes regiones/países (%)

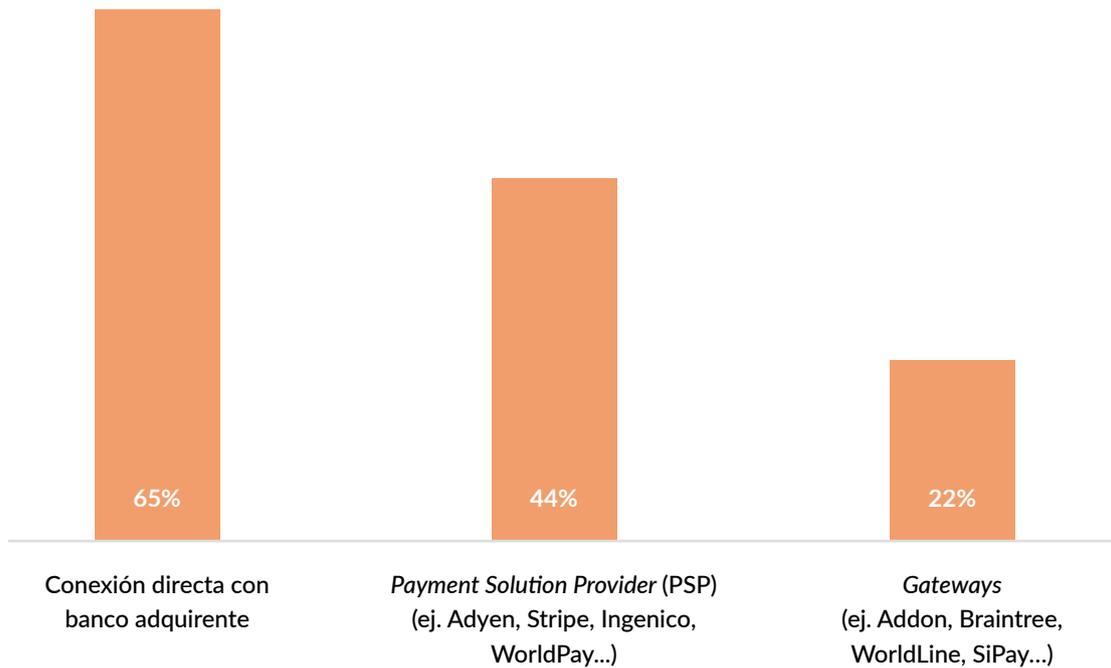


- Norteamérica
- Países de la UE
- Rusia y resto de Europa
- Asia
- África
- Latinoamérica

Medios
de pago

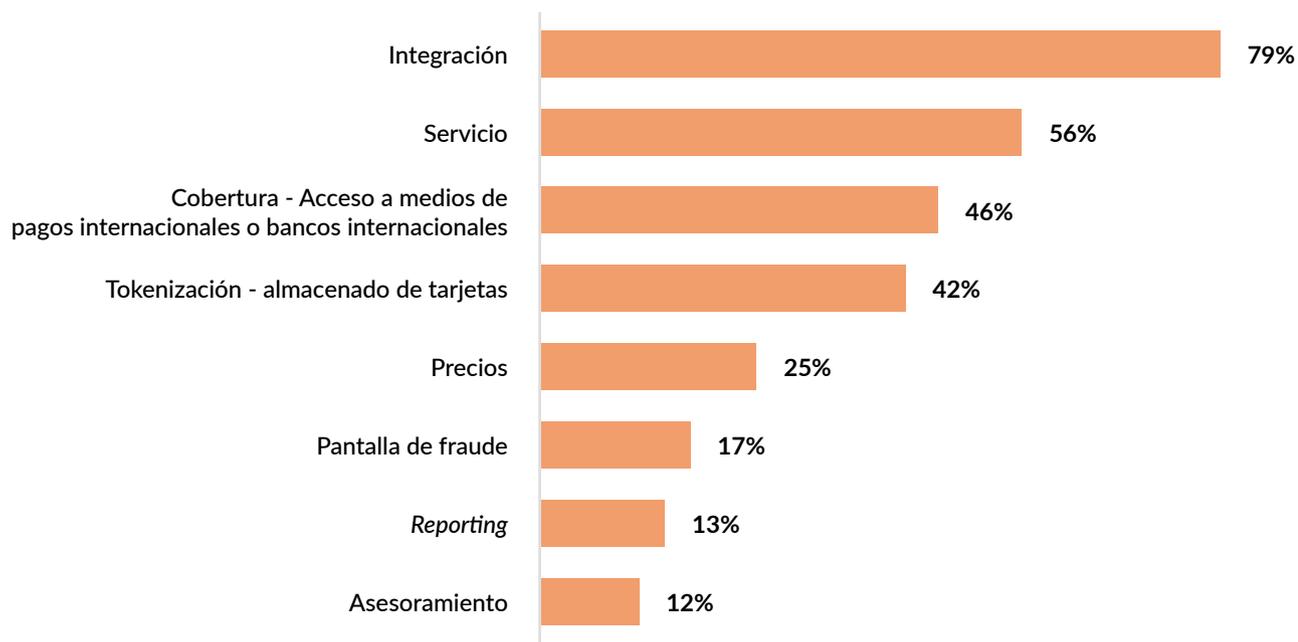


Tipo de proveedor usado para el procesamiento de pagos



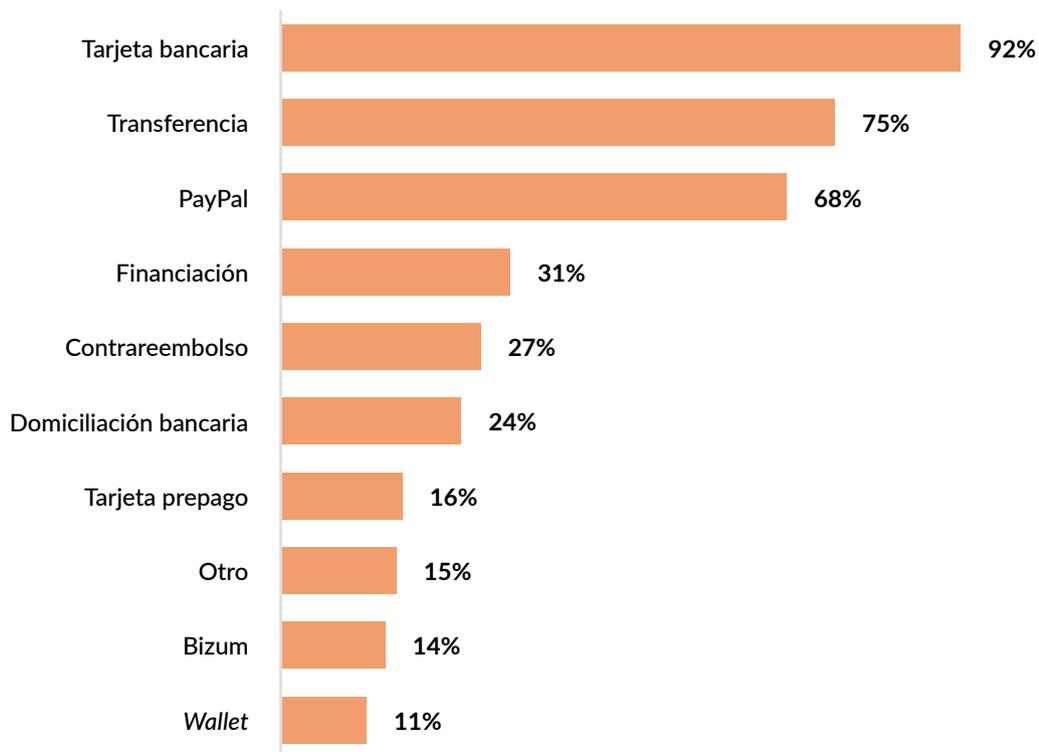
- La conexión directa con el banco sigue siendo el medio de pago de mayor impacto pero hay una subida del 18% en los PSP.

Motivos para utilizar PSPs y/o Gateways



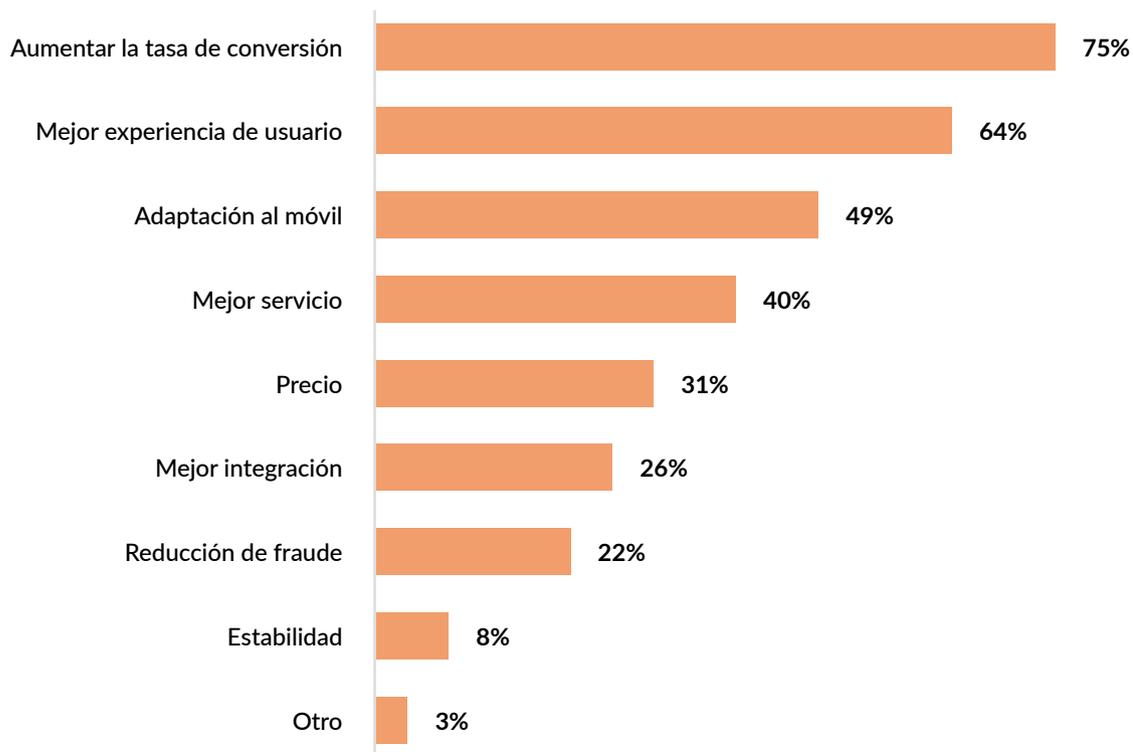
- Entre las motivaciones, destacan aquellas que impactan directamente sobre la experiencia de usuario: la facilidad de integración y el servicio.

Métodos de pago ofrecidos por la empresa



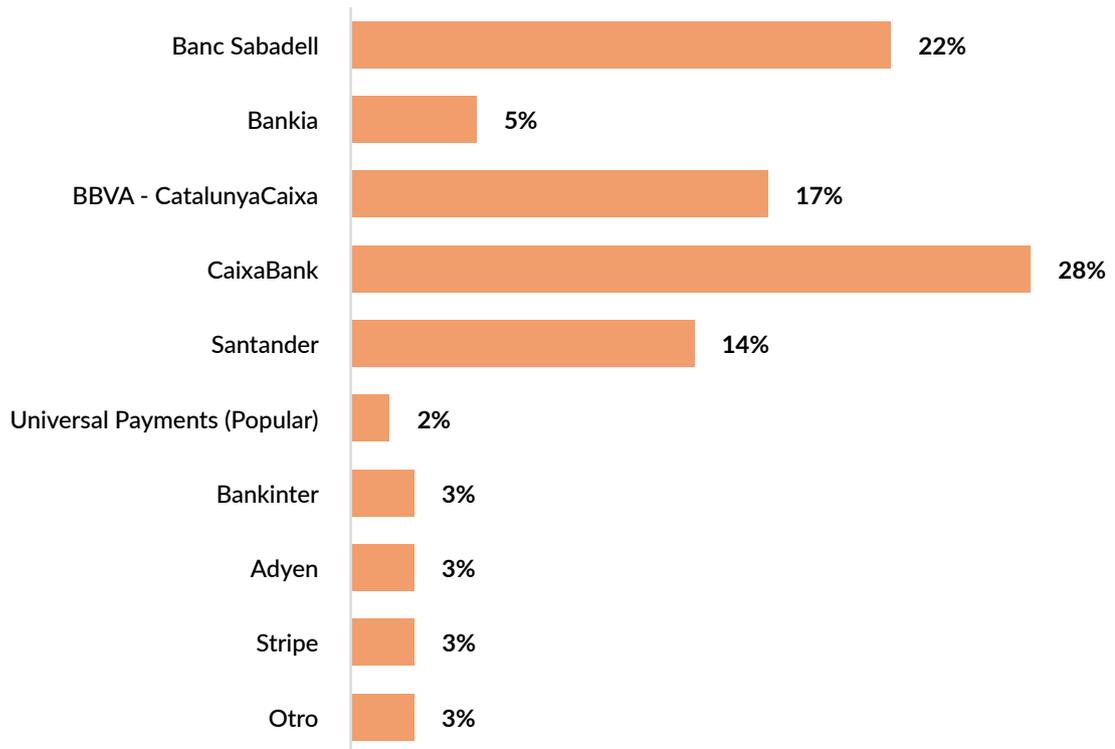
- Los pagos directos con cargo a cuenta corriente (Bizum) crecen rápidamente entre las opciones ofrecidas por las empresas.

Razones para cambiar de medios de pago

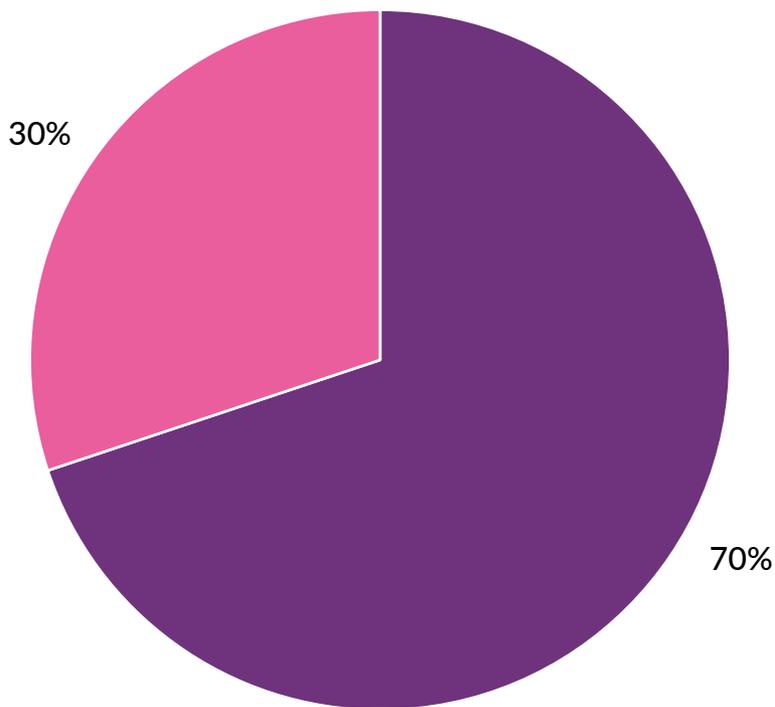


- Entre las razones para cambiar de medio de pago se sitúan a la cabeza la tasa de conversión, la experiencia de usuario y la adaptación a la versión móvil.

Principales bancos adquirientes con los que trabaja la empresa en España



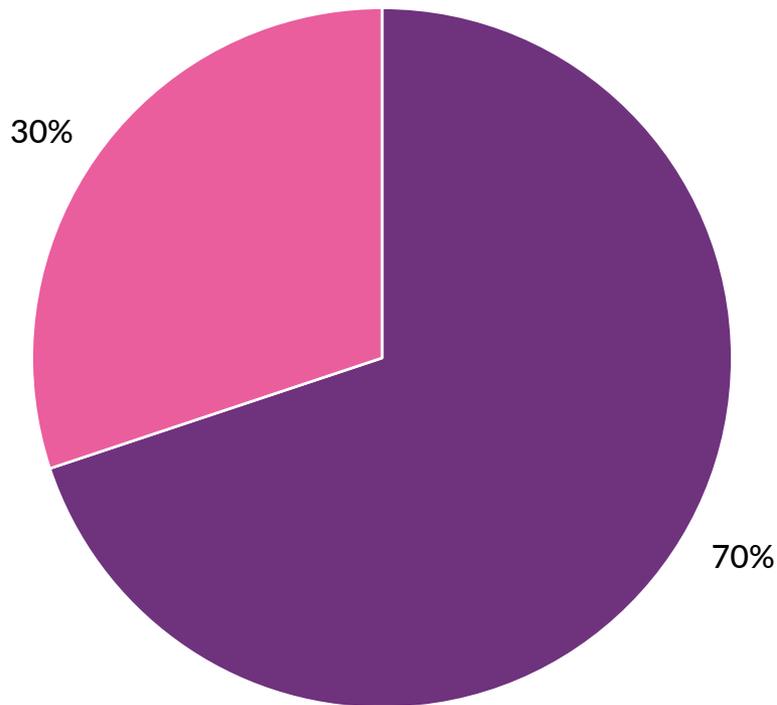
Empresas que realizan algún seguimiento de la tasa de conversión de los pagos de forma periódica



- Sí
- No

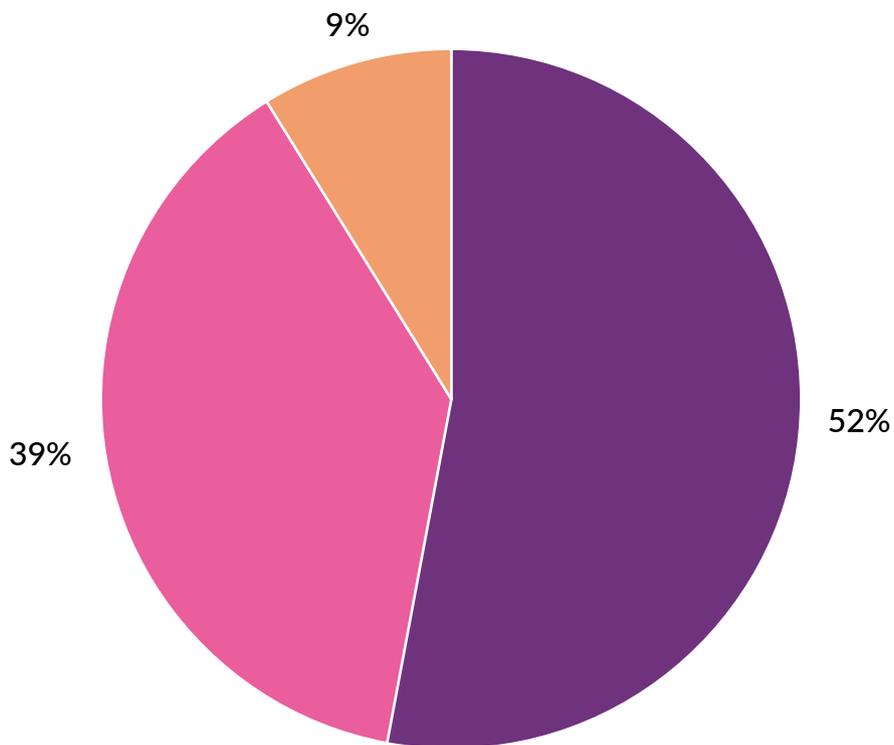
➤ Destaca el aumento de las empresas que hacen un seguimiento de la tasa de conversión de forma habitual con respecto a años anteriores.

Empresas que afirman tener un proceso para disputar los *chargebacks* o contracargos con el banco



- Sí
- No

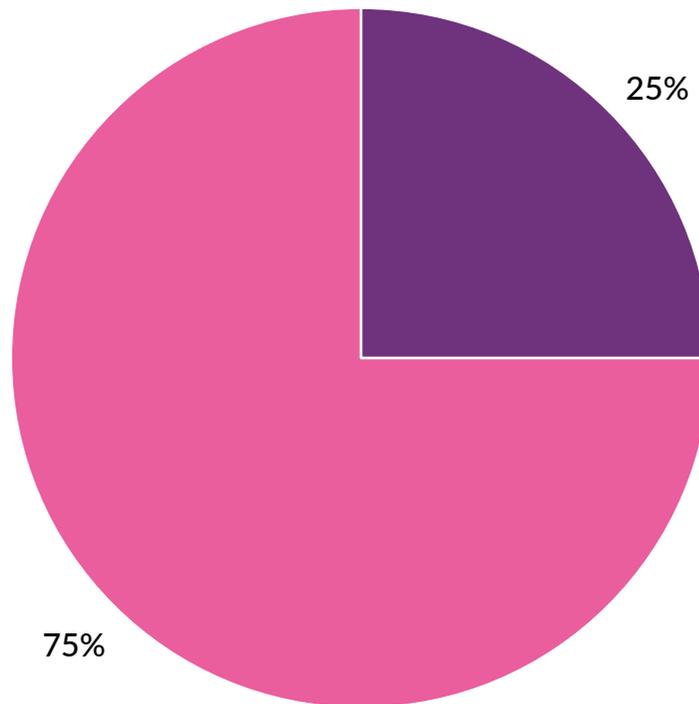
Chargebacks o contracargos que reciben las empresas de su banco (% frente a las transacciones totales)



- Menos de 0,2%
- Entre 0,2% y 0,5%
- Más de 0,5%



Aumento de los *Chargebacks* en el estado de alarma



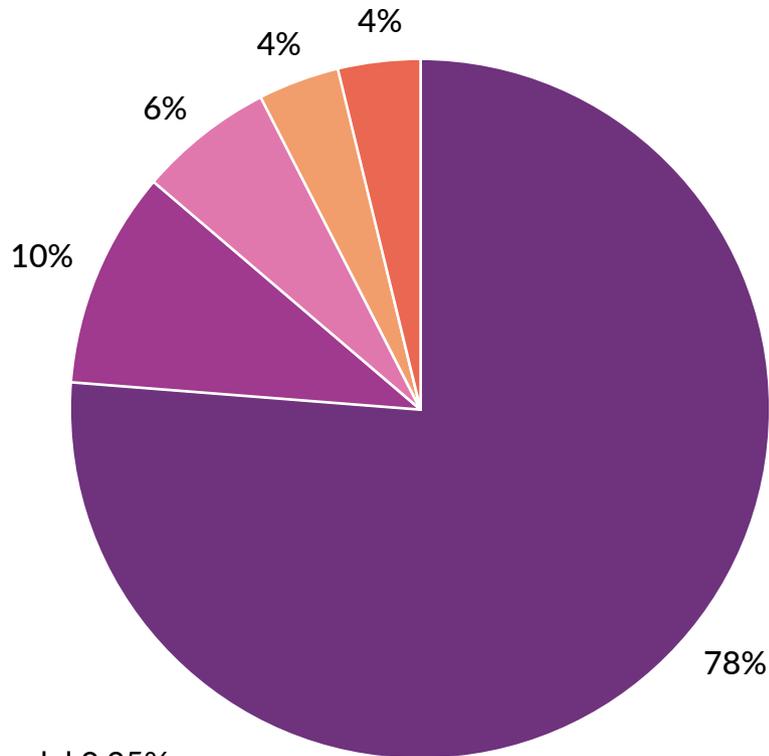
- Sí
- No

➤ A pesar de la situación excepcional que se ha vivido en este 2020, las empresas declaran no haber notado un impacto significativo en los contracargos.

Gestión del fraude *online*

- › Crece en un 12% con respecto a 2019 el número de empresas que utilizan sistemas de gestión del fraude *online*
- › Entre las acciones habituales para la detección del fraude, aumenta el uso de soluciones de *machine learning*, listas negras y *velocity checks*

Tasa de fraude anual (*)



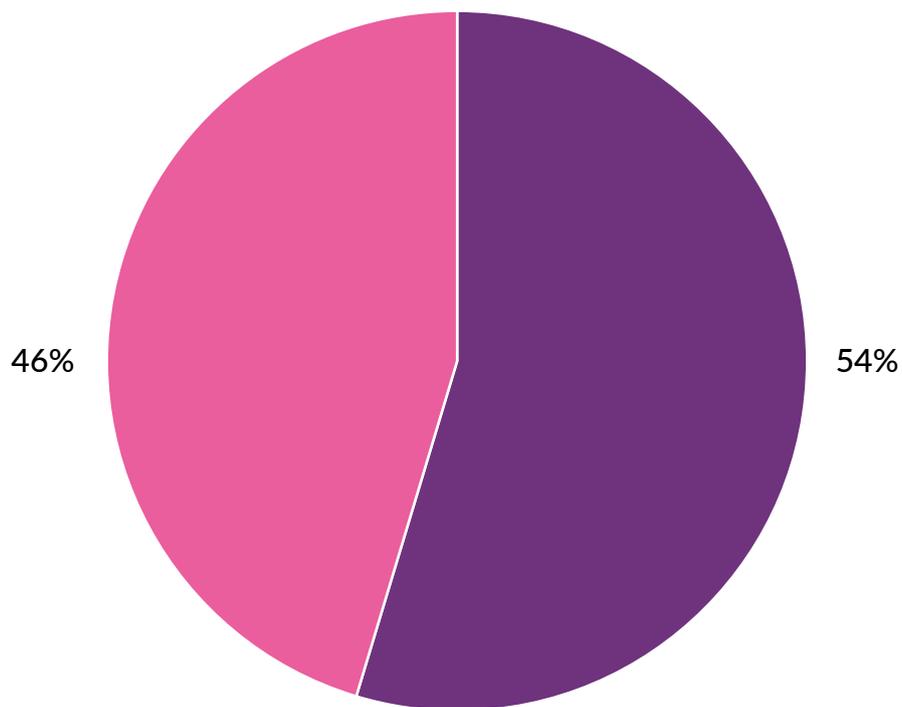
- Menos del 0,25%
- Entre el 0,25% y el 0,5%
- Entre el 0,5% y el 1%
- Entre el 1% y el 2%
- Más del 2%

➤ La empresas españolas siguen teniendo niveles de control del fraude óptimos, algo que es fundamental a la hora de acceder, por ejemplo, a las exenciones del SCA por bajo riesgo.

(*) Medido en porcentaje sobre la facturación, incluyendo contracargos y transacciones bloqueadas por riesgo de fraude.



Empresas que utilizan un sistema de gestión del fraude *online*

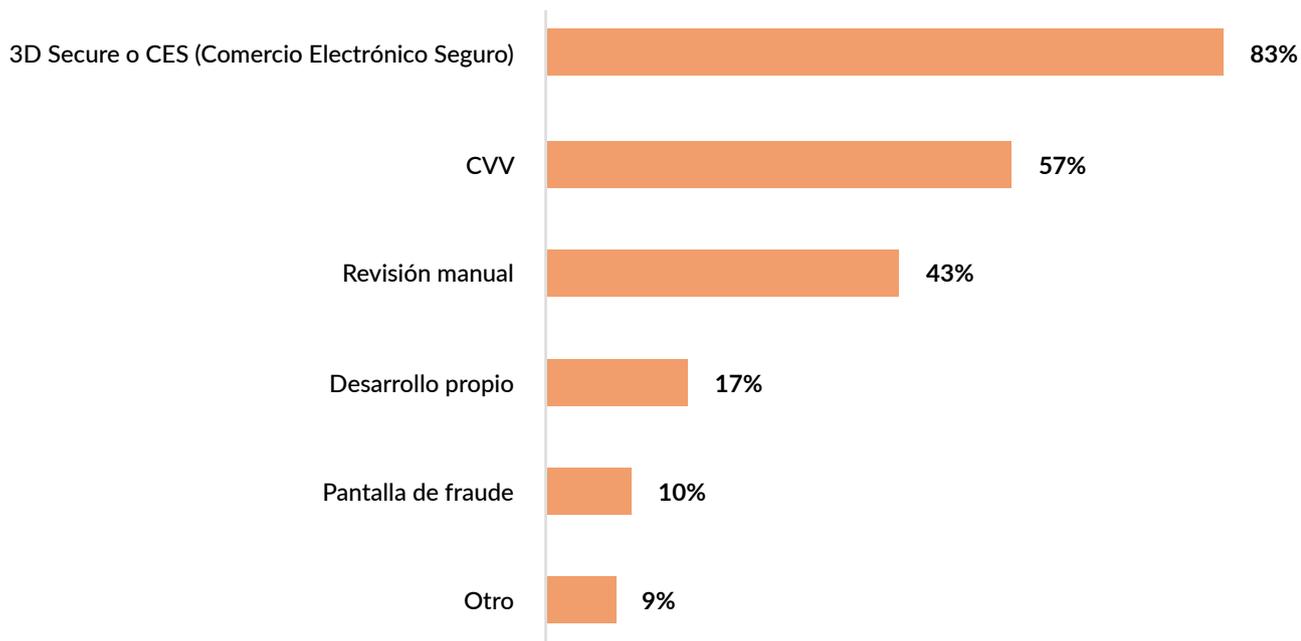


- Sí
- No

➤ Continúa aumentando el número de empresas que utilizan un sistema de gestión del fraude *online*, con un incremento del 12% con respecto a 2019.

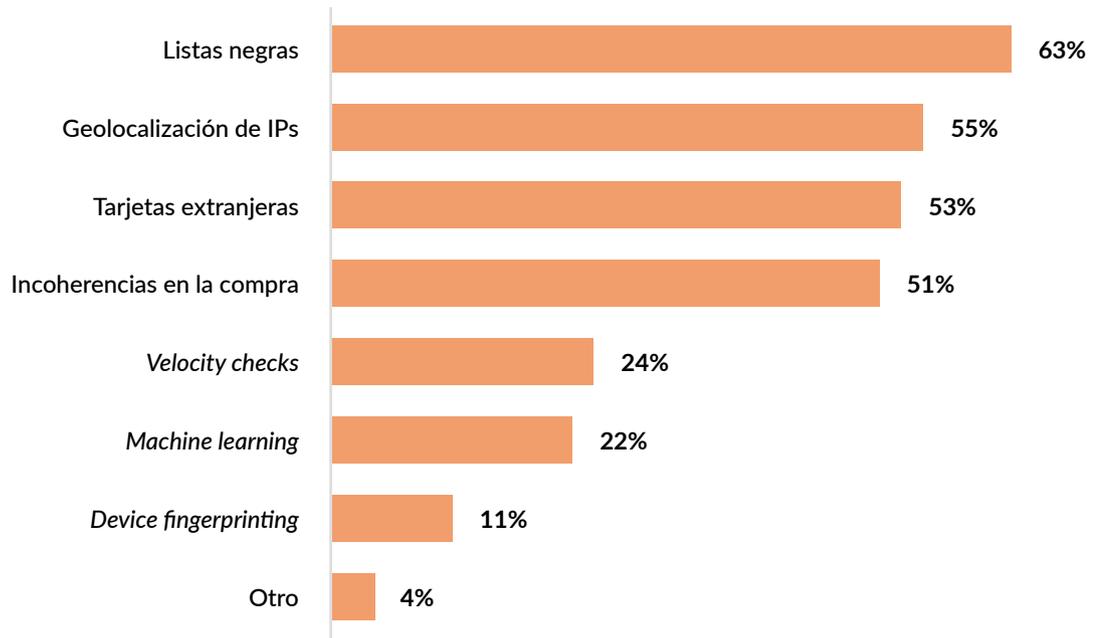


Sistemas utilizados para la gestión del fraude



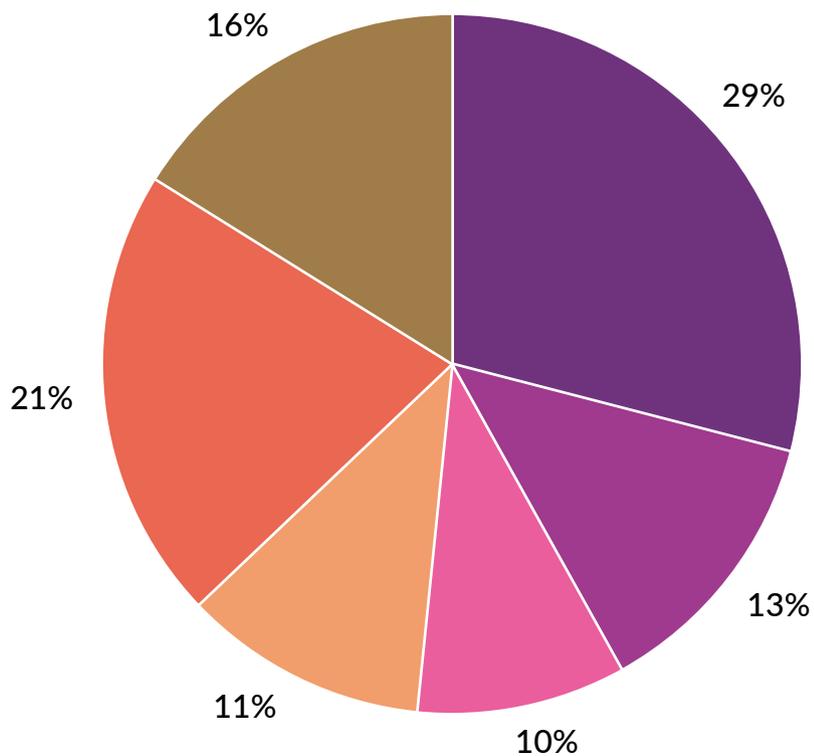
(3D Secure): Forma de pago que permite autenticar al comprador *online* como legítimo titular de la tarjeta que está utilizando enviando una clave secreta a su teléfono móvil para autorizar una compra.

Acciones usadas para la detección de patrones de fraude



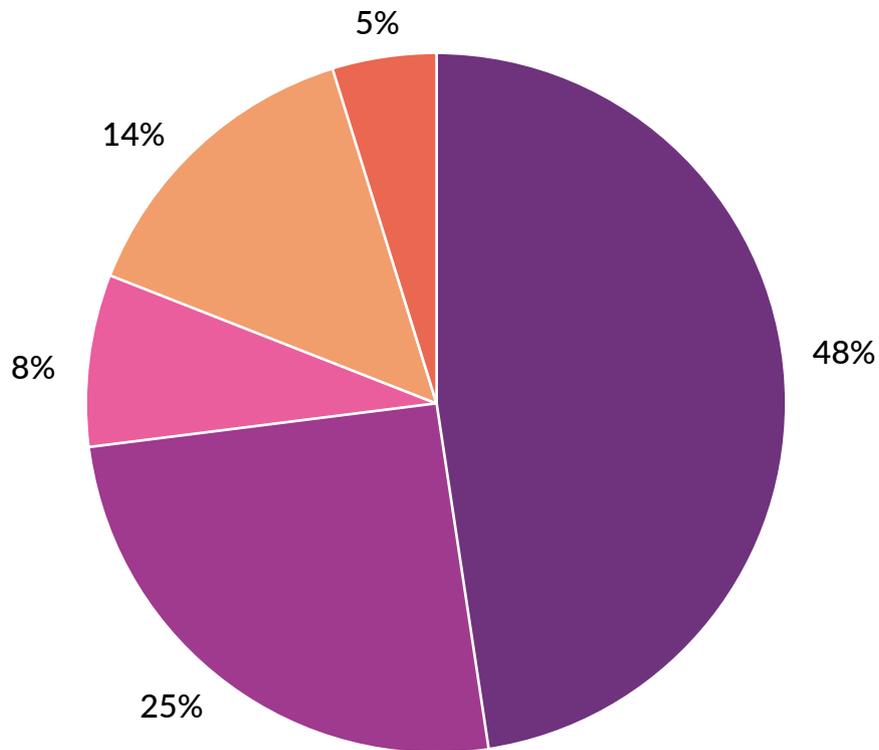
- El uso de soluciones de *machine learning* pasa del 12% en 2018 al 22% en 2019. También se incrementa el uso de listas negras y *velocity checks*.

Porcentaje de transacciones procesadas con 3D Secure



- Menos del 5%
- Entre 5% y 10%
- Entre 10% y 40%
- Entre 40% y 70%
- Entre el 70% y el 90%
- Entre el 90% y el 100%

Porcentaje de transacciones se bloquea por riesgo fraudulento (*)



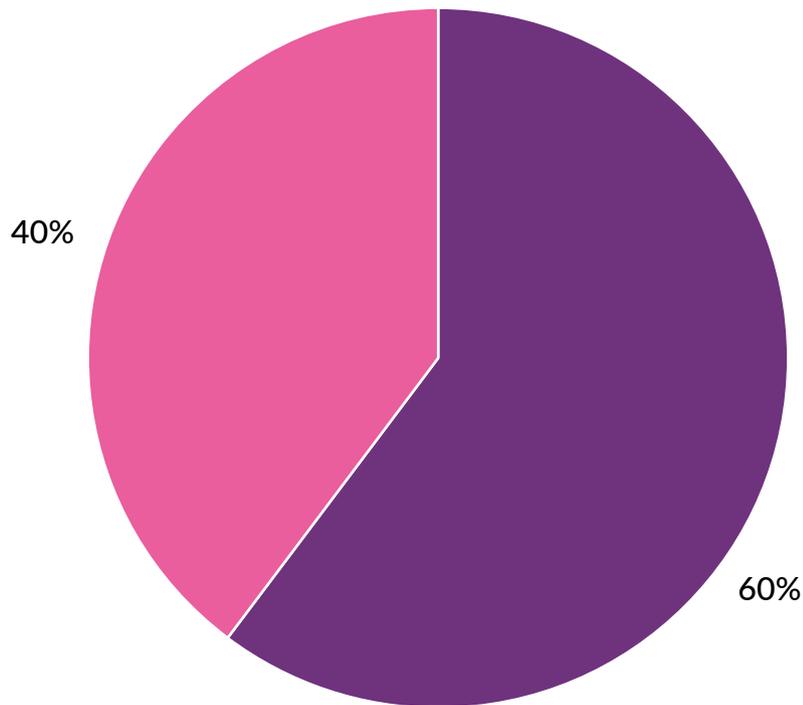
- Menos del 0,25%
- Entre el 0,25% y el 0,5%
- Entre el 0,5% y el 1%
- Entre el 1% y el 2%
- Más del 2%

(*) Incluye las transacciones vía 3DS que no son procesadas.

Regulación y compliance

- › Más de la mitad de las empresas ya conocen las novedades que introduce la SCA para su negocio, lo que supone casi el doble que el año anterior
- › El uso de 3DS 2.0 sube casi 13 puntos con respecto a 2019

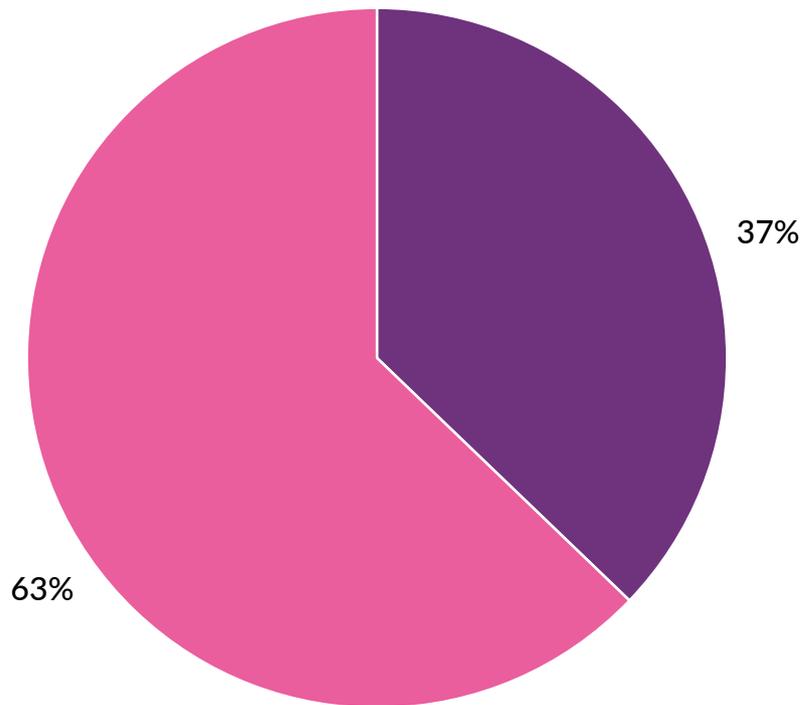
Empresas que conocen los cambios normativos en el proceso de autenticación (SCA)



- Sí
- No

➤ Más de la mitad de las empresas ya conocen las novedades que introduce la SCA para su negocio, lo que supone casi el doble que el año anterior.

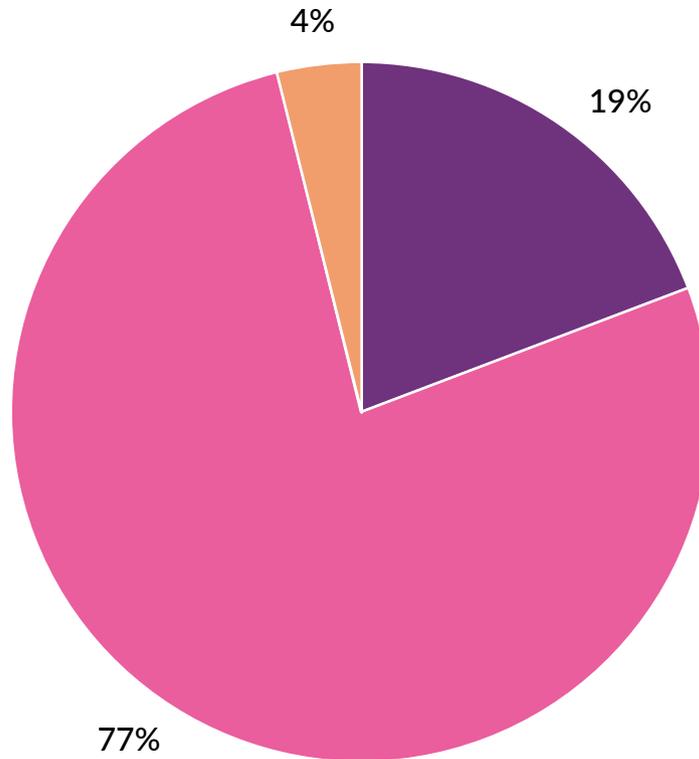
Empresas que tienen una estrategia para minimizar el impacto de la SCA en sus ventas



- Sí
- No

➤ Aumenta en 15 puntos el número de empresas que tienen un plan para reducir el impacto de la nueva regulación sobre su negocio.

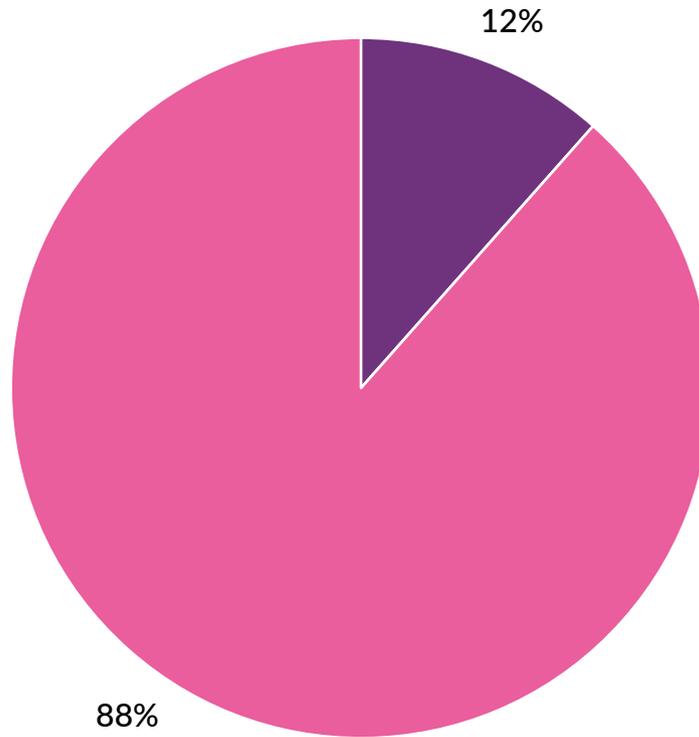
Empresas que han procesado transacciones con 3DS 2.0



- Sí
- No
- Otro

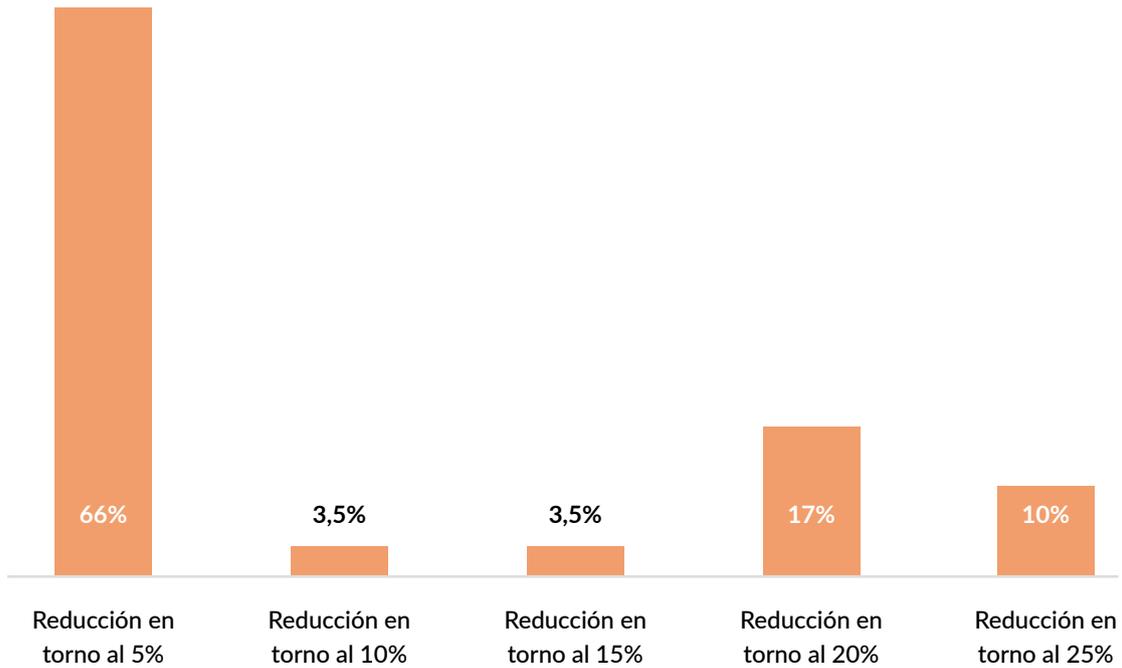
➤ El uso de 3DS 2.0 sube casi 13 puntos con respecto a 2019.

Empresas que han podido ver una mejora en la tasa de conversión de 3DS 2.0 (o 2.1.) vs 3DS 1.0

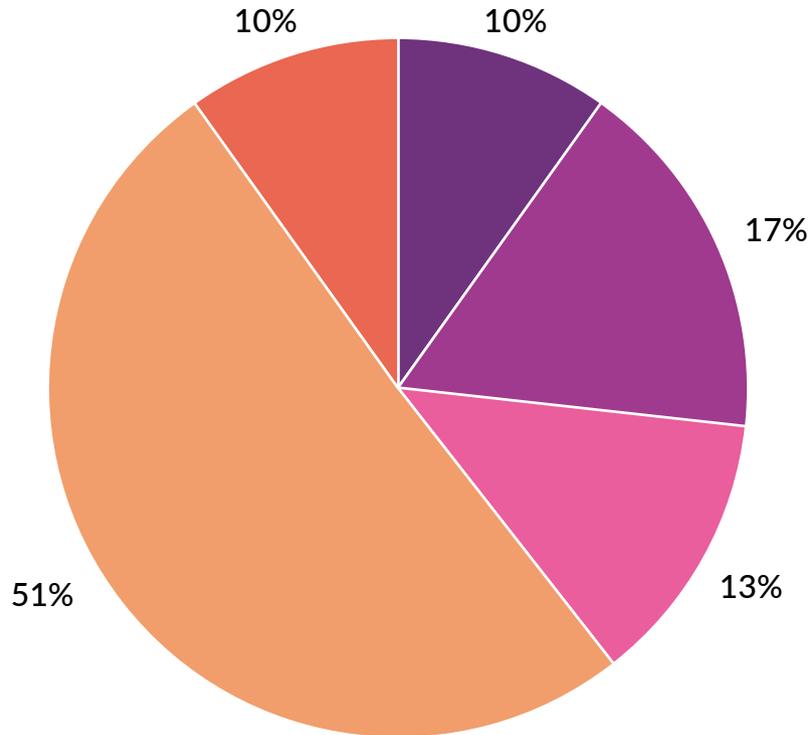


- Sí
- No

Diferencia en la tasa de conversión al usar 3DS 2.0 vs. no hacerlo



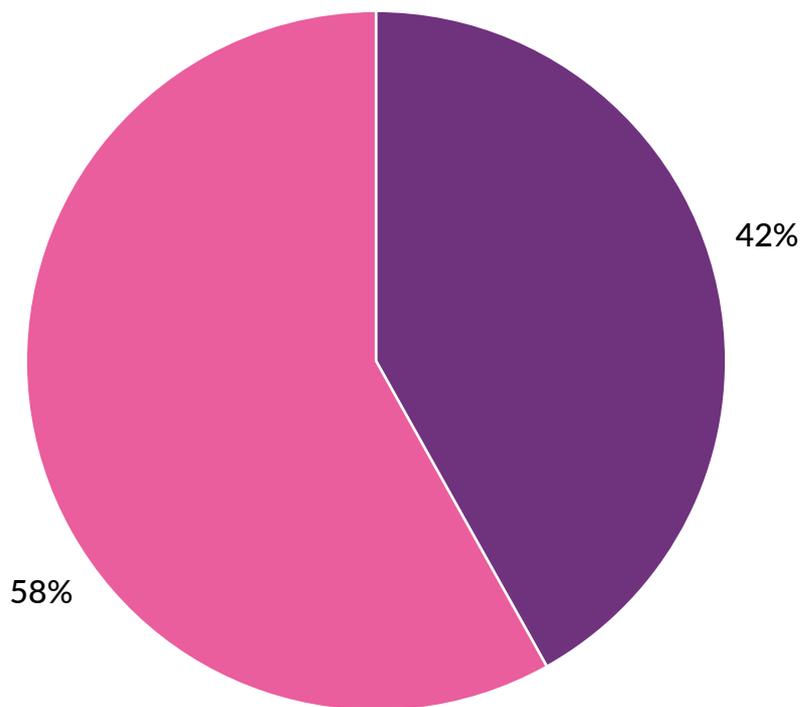
Áreas donde está ubicada la
responsabilidad de pagos y
fraude dentro de la empresa



- Marketing
- Ventas
- Operaciones
- Finanzas
- TI



Empresas que disponen de un equipo dedicado a gestionar pagos y fraude



- Sí
- No

➤ Casi el 42% de las empresas dispone de un equipo especializado y dedicado a la gestión de pagos y fraude, 4 puntos por encima de 2019.



Adigital es la Asociación Española de la Economía Digital. Formada por más de 500 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.



Es una asociación creada en 2003 por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) y la Asociación de la Economía Digital (Adigital) con el fin de aumentar la confianza de los usuarios en Internet a través de su Sello, que se otorga a las empresas tras un profundo análisis legal. Cuenta con más de 2.700 webs adheridas que se comprometen a atender las reclamaciones a través de un sistema rápido y eficaz de mediación entre consumidor y empresa, sin ningún coste para el usuario. Este sistema cuenta con el respaldo institucional ya que utiliza los dos sistemas extrajudiciales de resolución de controversias reconocidos en España por la Comisión Europea y que forman parte de la EEJ Net: el Sistema Arbitral Nacional de Consumo y Jurado de la Publicidad de Autocontrol.

ecommerce**news**

Ecommerce News es el primer medio de comunicación en España especializado en información para profesionales del sector del comercio electrónico y economía digital.

Desde 2012 informando y formando diferentes generaciones de profesionales, alcanzando una audiencia mensual de 150.000 lectores, principalmente de España, Estados Unidos, México y América Latina.

