

Medios de pago dinamizarían tasas de conversión en e-commerce

Los modelos de negocio que han optado por poner en marcha o fortalecer sus canales de venta digitales han encontrado una oportunidad de crecimiento relevante para su negocio. Entre el 2020 y el 2021, las ventas e-commerce han alcanzado un crecimiento del 37%, generando una facturación promedio de US\$ 115.000 millones, según Reporte de industria: El eCommerce en Perú 2021 – 2022 de BlackSip.

Según este informe, el Perú se encuentra en el sexto lugar de ventas online (e-commerce) en Latinoamérica, superando a países como Ecuador y Uruguay. Sin embargo, según Smart Insights, la ratio de conversión de los comercios digitales en nuestro país todavía se encuentra por debajo del 1%.

Procesos de pago

Karen Puskovitz, gerente Comercial de Openpay, explica que si bien es importante potencializar la tecnología para mejorar la experiencia omnicanal del cliente, es necesario hacer énfasis en los procesos de pago. «Un estudio de Moosend precisa que **el 8% de abandono del carrito de compras a nivel mundial se debe a una oferta limitada de medios de pago**».

“Es clave que, al momento de realizar el pago, el comercio

electrónico o e-commerce brinde una experiencia fácil de usar, fluida y segura para el usuario. Esto implica contar con una pasarela de pagos intuitiva, que dé facilidades como un botones o enlace de pago capaces de validar el pago en segundos”, agregó Puskovitz.

La especialista de Openpay explica que hay procesos internos que se realizan al momento del pago, desde el ingreso de datos, la encriptación de estos, validación, autorización del banco y notificación.

“Desde nuestra experiencia en el mercado peruano, hemos logrado identificar que los comercios que han implementado este tipo de soluciones fáciles y rápidas han logrado incrementar sus ventas electrónicas o e-commerce” señaló.

Seguridad en transacciones

La aversión a las estafas y al fraude es otro “punto de dolor” para el comercio electrónico. **En Latinoamérica, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) estimó que el ciberdelito ha generado pérdidas de hasta US\$ 90.000 millones por año; y en esa línea, el informe Digital Trust Survey 2022 de PricewaterhouseCoopers proyecta que los ciberdelitos aumentarán durante el próximo año.**

En nuestro país, según BlackSip, las tecnologías antifraude más utilizadas son IponWeb BidSwitch (41%), KnowBe4 (22%), Fireblade (11%), ClickCease (7%), Barracuda Web App Firewall

(3%), NS8 (3%), entre otras (12%).

Expertos de VTEX, plataforma líder de ecommerce a nivel regional, recomiendan que las tecnologías de seguridad cuenten con un control total del proceso de auditoría, que cuente afiliación bancaria en el país y que, además de ser una solución robusta, pueda contar con procesos de revisión manual de órdenes.

Openpay cuenta con un sistema de prevención de fraude llamado OpenControl, se basa en una calificación de riesgo y reglas que permiten medir en tiempo real el nivel de riesgo de una transacción y así, tomar decisiones para reducir la probabilidad de contracargos.

“Una solución de pagos que contribuya al crecimiento del comercio electrónico, no solamente debe de ser fácil de usar, tanto para el negocio como para el cliente. La seguridad es clave, por lo que los procesos de encriptado de datos y de validación de la transacción tan relevantes como un equipo humano de monitoreo y soporte que responda a las necesidades de los comercios 24/7”, agrega Puskovitz, gerente Comercial.