

España, primer país de Europa en incorporar Samsung Pay

El pasado 1 de junio IDC asistió a la presentación del nuevo servicio de pago móvil donde pudo conocer de primera mano su funcionamiento y ventajas

Samsung Pay ya está disponible en España. La empresa surcoreana ha elegido nuestro país para ser el primer territorio europeo donde lanzar su aplicación de pago móvil, solo por detrás de Corea del Sur, Estados Unidos y China. La elección de España se debe, por un lado, a la alta adopción de dispositivos móviles y, por otro, al alto grado de innovación tecnológica que está llevando a cabo el sector bancario.

Los usuarios de teléfonos Samsung compatibles con este sistema (todos los de la gama Galaxy S7 y S6) pueden, desde el día 2 de junio, utilizar este servicio gratuito para realizar sus compras en aquellos establecimientos que cuentan con datáfonos contactless, aunque carezcan de cobertura móvil. Para empezar a utilizarlo los usuarios solo tendrán que tomar una fotografía de la tarjeta que quieren utilizar, la cual quedará ligada a la aplicación.

Actualmente el servicio, que puede almacenar hasta 10 tarjetas distintas, está operativo para clientes de CaixaBank e ImaginBank, aunque en breve también estará disponible para otras entidades, como Sabadell y Abanca. Samsung Pay también es compatible con tarjetas de pago y de fidelización de firmas como El corte inglés, Repsol, MediaMarkt, Mercadona o Starbucks.

Opinión de IDC

IDC ve el lanzamiento de Samsung Pay como un paso positivo para avanzar en la adopción de este tipo de servicios de pago. Samsung se ha adelantado a la llegada a nuestro país de los sistemas de otros gigantes tecnológicos como Google y Apple, lo que le coloca en una posición estratégica, aunque habrá que ver cuál es su aceptación. A pesar de que los sistemas de pago contactless cuentan en España con una mayor aceptación, en comparación con otros países de Europa, su uso todavía no es mayoritario.

El éxito de los servicios de pago móvil pasa por enfocarse en la experiencia de usuario y la seguridad, algo que Samsung parece haber entendido. Bajo el lema "*Seguro, sencillo y universal*", la empresa surcoreana hace hincapié en la comodidad y el ahorro de tiempo que conlleva el uso del móvil para poder aunar diferentes tarjetas y cuentas bancarias en una única aplicación.

Además, Samsung Pay cuenta con 3 niveles de seguridad: huella dactilar, toquerización (reemplazo de datos sensibles por datos no confidenciales que garantizan la operabilidad) y la solución de seguridad y privacidad propia de Samsung, Knox. Aunque esta sigue siendo una de las mayores preocupaciones de los usuarios, en opinión de IDC, los servicios de pago móvil pueden ser más seguros que las tarjetas físicas, más fáciles de duplicar y con menos medidas de seguridad (en muchas ocasiones, solo el pin).

A pesar de estas ventajas, el sistema de pago de Samsung tiene dos retos importantes por delante:

- A pesar de incluirlo como pilar fundamental de su herramienta, Samsung Pay todavía no es universal. Por un lado, Samsung tiene que aumentar su número de alianzas con entidades bancarias, algo en lo que ya está trabajando. Es posible que algunos bancos se muestren reacios a participar en las soluciones de las grandes empresas tecnológicas, debido a que están

desarrollando sus propias aplicaciones de pago móvil. Sin embargo, en opinión de IDC, los bancos deberían aprovechar la base instalada de clientes y la infraestructura de empresas como Samsung, Google o Apple. Por otro lado, todavía no todos los establecimientos cuentan con sistemas contactless. Por tanto, los usuarios tendrán que seguir llevando su tarjeta física si no quieren verse en una situación comprometida.

- El hecho de que el servicio sólo esté disponible en los dispositivos Premium de la marca limita su adopción en el mercado, ya que la mayoría de usuarios de Samsung se quedarán sin poder probar la aplicación.

Si supera estos dos retos, Samsung Pay puede alcanzar una posición relevante en el mercado, debido principalmente a su simplicidad de uso y a sus medidas de seguridad. De esta forma, Samsung contribuye, junto al resto de empresas participantes en este nuevo mercado, a la sustitución de la tradicional cartera por el teléfono móvil, unificando todas las necesidades de los usuarios en un único dispositivo tecnológico.

Laura Castillo

Research Analyst

IDC