

## **La verificación de la identidad, tema destacado del #SDCongress**

### **ICAR participa en el primer congreso nacional sobre seguridad digital en conexiones y transacciones**

Ayer se celebró en Madrid la primera edición del #SDCongress, el Congreso sobre Seguridad Digital 2016, donde se han presentado las últimas tendencias en temas de seguridad digital en conexiones y transacciones online, y en experiencia de usuario y comportamiento del consumidor.

El evento ha contado con la participación de empresas y entidades públicas y privadas de todos los sectores, especialmente del sector financiero y Fintech, e-commerce y telecomunicaciones. Con casi 1000 asistentes y más de 60 ponentes, ha sido a día de hoy el congreso más relevante a nivel nacional sobre seguridad digital.

ICAR, como empresa especializada en soluciones para la verificación de la identidad y prevención del fraude online, ha participado como sponsor y como ponente en una de las mesas redondas, en la que se han expuesto mejores prácticas en la gestión avanzada de identidades y control de accesos.

En esta mesa han participado también Alfonso Berral, Area Manager de DGT – Dirección General de Tráfico; Gregorio Haro Javaloyes, Presidente del Comité de Transporte Público – Jefe de la Unidad de Movilidad en ITS España / EIGE – Entidad de Infraestructuras de la Generalitat Valenciana; Mariano Rebollo, Head of Digital Transactions and Operations Security en Mapfre; y Mariona Campmany, CMO de ICAR, como moderadora de la mesa redonda.

Durante la sesión se habló sobre los nuevos sistemas de gestión de accesos e identidades, que ofrecen un valor añadido a los procesos online y facilitan la transformación digital, especialmente cuando se trata de adaptar procesos offline existentes al entorno online.

Por ejemplo, el onboarding o la contratación de productos y servicios a distancia son procesos online cada vez más utilizados por los consumidores, en detrimento de los presenciales. Pero los primeros requieren unos mínimos de seguridad para evitar errores y fraudes, como la verificación de la identidad del cliente en tiempo real y la autenticación de los documentos de identificación que presenta.

Una de las reflexiones más reiteradas fue la distancia que todavía existe entre la evolución de los medios de pago y los de verificación, y la diferencia entre el grado de adaptación de algunas empresas y los cambios en el comportamiento del consumidor, en especial de las nuevas generaciones o millennials.

También se trataron algunos de los sistemas actuales que resuelven la necesidad de verificar y validar

la identidad del consumidor en las transacciones online, como el Single Sign-On —autenticación única—, la autenticación en dos pasos —estándar, biométrica o multifactor— o los sistemas de automáticos para la verificación de la identidad en tiempo real, como el ID\_Mobile.

Según Mariona Campmany, "estamos delante de una necesidad que debe contemplar tres realidades: escuchar al usuario y adaptarse a él; aportar seguridad en el proceso tanto para la empresa como para el usuario; y seguir la evolución de la normativa internacional".

En lo que también coincidieron todos los participantes es en que la implementación y uso tanto de sistemas de pago online como de verificación y autenticación automáticas de la identidad ya no son opcionales para las empresas, sino que han pasado a ser una condición para no quedarse atrás en la transformación digital.

**Datos de contacto:**

Mariona Campmany  
CMO de ICAR

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Cataluña](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>