

COMERCIO ELECTRÓNICO

Bancos garantizan operaciones seguras

POR CLAUDIA CASTRO
claudia.castro@gtmm.com.mx

Los fraudes como clonación y robo de identidad cometidos en contra de los usuarios de servicios financieros son más un tema de percepción que lo que realmente ocurre, consideró Eduardo Pérez, vicepresidente senior de Riesgos para Visa América Latina y el Caribe.

En entrevista con **Excélsior**, aseguró que cada vez se está dando un crecimiento muy fuerte en las compras a través de medios digitales y la industria en su conjunto realiza importantes inversiones para garantizar la seguridad en las operaciones.

“Estos esfuerzos con la industria acerca de la seguridad y la nueva tecnología, nos han llevado a ver una tendencia a la baja en los niveles de fraudes. En el primer trimestre de 2016 con relación al primer trimestre de 2015, vemos una tendencia buena como consecuencia de los esfuerzos que hemos hecho como industria y que están enfocados en proteger al consumidor”, precisó.

Sin ofrecer números al respecto, dijo que no sólo ha disminuido el nivel de fraudes, sino que además la proporción es muy baja para la cantidad de las operaciones que se realizan y el crecimiento que se ha visto en ellas.

Por ello, insistió en que es necesario “cerrar el hueco que se tiene frente a la percepción contra realidad, pues los niveles de fraude son bajos y continúan bajando”.

“Para México, hemos visto una reducción de doble dígito en estos niveles porque estamos enfocados como industria en seguir bajando el poco

La empresa Visa asegura que los casos de clonación de tarjetas de crédito se han reducido en el país

MEDIDAS DE SEGURIDAD:

- No realizar transacciones financieras en computadoras de uso público o que no sean de tu confianza, por ejemplo las que hay en los cafés internet y centros de negocios de hoteles, aerolíneas y universidades.
- Actualizar tu computadora con herramientas antispyware, antivirus y antiadware para que protejas las conexiones de entrada y salida.
- Utilizar claves fáciles de recordar pero difíciles de adivinar.
- Cambiar tus contraseñas regularmente (por lo menos cada tres meses).
- Procurar utilizar contraseñas diferentes si cuentas con el servicio de banca por internet en más de una institución financiera.
- Desactivar las opciones de “recordar contraseñas” y “auto completar” de tu navegador.

porcentaje de fraude que existe y seguir construyendo la confianza de los clientes, tanto en los puntos de venta físicos, así como a través de los medios digitales”, comentó el directivo de Visa.

OPORTUNIDADES

Agregó que hay una gran oportunidad en México para la adopción de los medios electrónicos y se anticipa que los pagos digitales sigan creciendo a través del comercio electrónico, y el uso de los



“Para México, hemos visto una reducción de doble dígito en estos niveles porque estamos enfocados como industria en seguir bajando el poco porcentaje de fraude.”

EDUARDO PÉREZ
VICEPRESIDENTE SENIOR DE RIESGOS
PARA VISA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Foto: Especial

dispositivos móviles como smartphones y tabletas.

“Estamos viendo que el consumidor quiere pagar en línea por sus servicios, hacerlo en el momento que quieran y lo necesiten, y por ello estos pagos a través de los dispositivos son los que más están creciendo y nosotros estamos apoyando el crecimiento de esto con nueva tecnología, y al mismo tiempo dando confianza de que vamos a seguir protegiendo ese tipo de operaciones”, precisó.

Agregó que hoy México tiene una penetración de pagos electrónicos respecto al consumo total de 14 por ciento, de tal modo que el efectivo todavía juega un papel muy

importante en el comercio; por lo que “en la medida en que todos los jugadores sigan dentro del mismo objetivo de reducir el uso del efectivo se incentivarán los medios de pago electrónicos”.

Según un estudio de Moody's Analytics, entre 2011 y 2015, los pagos electrónicos en México trajeron una contribución de 74 mil 800 millones de dólares, lo que representa 0.16 por ciento de la participación del PIB.

Se estima que hoy se tienen alrededor de 57 millones de internautas y en el primer trimestre de 2015 hubo datos que demuestran que 75 por ciento de ellos hicieron por lo menos una compra en línea.