



## Tus datos biométricos pueden ayudar a proteger y optimizar tus compras

**CIUDAD DE MÉXICO. 08 de diciembre de 2020.-** Los comercios a nivel global están pasando por un proceso de evolución en su forma de vender y enfrentan cambios en el comportamiento de sus compradores. Por ello, las empresas requieren ofrecer una experiencia de compra cómoda, segura y fácil, todo a través de una buena estrategia digital.

Para conseguir ese objetivo y lograr la fidelidad, así como la satisfacción del cliente, las empresas pueden echar mano de **los datos biométricos de sus compradores**, que les ayudarán a 'blindar' las transacciones mitigando el riesgo de fraude, reducir los contracargos, elevar el índice de autorizaciones y simplificar el proceso de pago.

Los biométricos son datos que surgen de la medición y cómputo de las características humanas de cada persona. **La autenticación por biométricos sustituye a las contraseñas tradicionales.** Destacan las huellas dactilares, el iris, reconocimiento facial y los comandos de voz como las más comunes.

En México aún se vive un proceso de adopción de este tipo de herramientas de autenticación, pero los mexicanos parecen afines a ellas. Datos de la empresa FICO, [recopilados por Deloitte](#), indican que **el 78% de los usuarios del país están dispuestos a compartir sus datos biométricos con las empresas, y el 52%** dice preferir el uso de su huella dactilar para iniciar sesión en aplicaciones, por ejemplo, las de instituciones bancarias.

Actualmente, los clientes ya están familiarizados con este tipo de datos: los utilizan para desbloquear sus dispositivos móviles y revisar sus estados de cuenta e información bancaria, así como para iniciar sesión en aplicaciones, por mencionar ejemplos, pero **¿qué ventajas traería al momento de comprar?**

### **Beneficios de la biometría en el proceso de pago**

El primer beneficio radica en **la seguridad**: la biometría se posiciona como uno de los niveles de autenticación más inquebrantables de la actualidad y evitan que el cliente deba memorizar contraseñas o números de PIN para tener acceso a sus datos bancarios al momento de efectuar la compra.

Por ello, es momento de que este tipo de soluciones y métodos se extiendan a otros procesos de la vida cotidiana, entre los que destacan los pagos. El panorama para su aceptación luce alentador si consideramos que datos del [Informe de Retail de Adyen](#) del año pasado indican que **casi la mitad de los usuarios comprarían más en un comercio con este tipo de medidas** de seguridad.



De hecho, el mismo documento señala que actualmente **la mitad de los propietarios de altavoces inteligentes los utilizan para comprar**, y el 19% de los comercios permiten realizar transacciones con ellos. Quienes lideran en este aspecto son los comercios italianos, seguidos por los de Estados Unidos.

### **El problema de las tasas de autorización de pagos**

Otra ventaja de contar con este tipo de datos al pagar radica en las **tasas de autorización de pagos**, que actualmente son un problema serio para los comercios. [El Informe de Retail de Adyen](#) señala que **2 de cada 5 consumidores abandonan una compra luego de que su tarjeta fue rechazada por error ante sospecha de fraude**, esto pese a ser una operación legítima. Además, los falsos positivos le costaron a los comercios, en 2019, €275,000 millones de euros.

### **Un proceso de pago ágil y rápido**

Finalmente, este tipo de métodos de autenticación permiten que el proceso de pagos sea más rápido que con herramientas tradicionales. En lugar de escribir una contraseña y pasar por diversos pasos antes de completar la transacción, **el usuario únicamente debe colocar su huella digital** o establecer el comando de voz configurado para que se concrete la aprobación.

Lo anterior ayuda a los comercios a generar **fidelidad**: [datos de Adyen](#) indican que 52% de los compradores en el mundo afirman que completar su compra de forma rápida y sencilla aumentaría su lealtad al comercio, mientras que el 56% asegura que **la aceptación de un método sin contacto mejora significativamente su experiencia de compra**.

En conclusión, **los datos biométricos se posicionan como una herramienta útil para cualquier empresa que busca optimizar su experiencia de compra**, con el objetivo de generar un impacto positivo y hacer volver a los clientes en futuras ocasiones a sus negocios.

Los consumidores actualmente quieren comprar como, cuando y donde ellos lo desean, es por eso que los comercios necesitan ofrecer distintas herramientas y tecnología para conseguir esa satisfacción demandada al momento de adquirir un producto, ya sea en línea o en establecimientos físicos.

###

### **Acerca de Adyen**

Adyen (AMS: ADYEN) es la plataforma de pagos preferida por las compañías de mayor crecimiento alrededor del mundo, ofrece una moderna infraestructura de punta a punta que elimina fronteras y entrega la mejor experiencia de compra para los consumidores, sin importar el lugar o momento tiempo. Adyen integra los servicios de entrada, software anti fraude y adquirente, abriendo así la "caja negra" con los insights que las empresas necesitan para alcanzar una mayor tasa de conversión.



Con oficinas alrededor del mundo Adyen cuenta con clientes como Uber, eBay, Spotify y Cabify, entre otras, impactando a millones de consumidores a lo largo del mundo.

**Síguenos:**

Facebook: <https://www.facebook.com/AdyenPayments/>

Twitter: <https://twitter.com/Adyen>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/adyen/>

**Contacto para prensa:**

Another Company

Salvador Sánchez/ Ejecutivo de cuenta

Cel: (+52 1) 55 4582 7151

[salvador.sanchez@another.co](mailto:salvador.sanchez@another.co)