

## ¿Qué tan vulnerable es el ecosistema de pagos en México?

**CIUDAD DE MÉXICO. 7 de julio de 2020.-** En México existe un sistema que mantiene al dinero en movimiento en las plataformas electrónicas y que activa la economía digital: el sistema de pagos. Pero ese sistema de pagos en la actualidad tiene algunas vulnerabilidades que representan retos importantes en materia de innovación y escalabilidad de las soluciones en favor de los comercios.

El problema radica en que las emisoras actualmente cuentan con una infraestructura de banca transaccional que está diseñada principalmente para operaciones de tarjeta presente. Si bien se han hecho esfuerzos contra el fraude, los protocolos de seguridad y contra clonaciones más comunes son el uso de chip en lugar de la banda magnética de las tarjetas bancarias, además de exigir que el cliente se encuentre presente al momento de la transacción.

Es decir, pese a que existen medidas para mitigar el riesgo de fraude en operaciones presenciales, en la era del Internet donde el fraude pasó del mundo físico al digital, el ecosistema de pagos se ha visto limitado al no poder autenticar y validar a un comprador mediante otro tipo de métodos, como la validación 3DS 2, por mencionar un ejemplo.

### ¿Qué hacer al respecto?

Para reducir el riesgo de fraude dentro de las plataformas digitales y de comercio electrónico se requiere de soluciones tecnológicas que acaben con las limitantes técnicas de la red actual. Como parte de ello es importante enfocar la atención en el proceso de autenticación del comprador.

Al respecto, es importante saber que no hacerlo de la manera adecuada puede derivar en una transacción rechazada, incluso, aunque el comprador sea la persona adecuada. También es común que se generen contracargos, es decir, operaciones que el tarjetahabiente reclama a su emisor por no reconocer el cargo o el monto de la compra, y por el cual este último inicia el proceso de recuperación de los recursos ante el banco del comercio.

Una de las herramientas más favorables en ese sentido es la autenticación de doble factor, como son la verificación 3DS 2. Se trata de una nueva versión de 3D Secure que ofrece un enfoque de autenticación a través de una gama más amplia de datos de las transacciones realizadas por los consumidores y métodos biométricos. A diferencia de la versión anterior en la que el usuario era redirigido a otro sitio para el proceso de autenticación, con 3DS 2 el emisor de la tarjeta realiza ese proceso dentro de su aplicación y la identidad del comprador puede verificarse mediante soluciones como el reconocimiento facial, de huella digital, entre otros.



Una solución que utiliza la verificación 3DS 2 es RevenueAccelerate de Adyen, la plataforma de pagos internacional escogida por las empresas de mayor crecimiento en el mundo, que aprende de patrones e información extraída de los datos de los consumidores y asesora al comercio sobre los pasos a seguir para realizar la autorización, lo que ayuda a minimizar el riesgo de transacciones interrumpidas y permite al negocio dedicar más tiempo a sus operaciones sin enfocar mayor atención al cambiante entorno de pagos.

Lo anterior es relevante en un entorno en el que las compras online se incrementan de forma exponencial, sobre todo en 2020 cuando el comercio electrónico ha registrado un incremento de hasta 350%, de acuerdo con una encuesta de Adyen.

*“La estrategia de fraude debe basarse en la escalabilidad de las soluciones. Ya no vivimos en la era de las revisiones caso por caso en las que un comercio verifica si la transacción de un comprador es válida o no. Las circunstancias actuales hacen que el comercio deba revisar ese tipo de problemáticas de manera general conforme los defraudadores migran a métodos más sistemáticos de ataque. Ahí es donde la tecnología hace sentido para atacar el problema incluso cuando los comercios venden 40 veces más que el año pasado”,* consideró Erick McKinney, Country manager de Adyen México.

Cabe mencionar que desde el Gobierno existen iniciativas en cuestión de innovación, con el objetivo de simplificar y hacer más seguras las transacciones en el país, tanto en tiendas físicas como en plataformas digitales. Ejemplo de ello es la plataforma CoDi, lanzada oficialmente en 2019 por el Banco de México, que busca facilitar las transacciones electrónicas a través de teléfonos móviles mediante códigos QR y NFC, con la intención de hacer más simples y seguros los procesos de pago para los consumidores sin necesidad de utilizar dinero en efectivo ni comprometer los datos del plástico bancario, aunque sigue tratándose de una solución con beneficios para las compras en tienda presencial.

Aún existen retos importantes que atender dentro del ecosistema de pagos en México para reducir el riesgo de operaciones fraudulentas y de contracargos, un problema latente y común actualmente para los negocios del país, por tratarse de un incidente que se presenta incluso en compras válidas con sospecha de fraude.

###

### **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)