

Día del Padre: Cuatro consejos para ventas más seguras en e-commerce

Fechas como el Día del Padre, el próximo 19 de junio, suelen ser una ocasión propicia para que los principales comercios electrónicos, e-commerce, experimenten un aumento de la demanda por parte de sus clientes.

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) proyectó el año pasado un crecimiento del 25% de las ventas online por el Día del Padre, y para este año también se prevé un aumento similar.

No obstante, un aumento de la demanda también trae consigo un incremento de la actividad delictiva. Los clientes de e-commerce se ven expuestos a los ciberdelincuentes que implementan robos y estafas que van desde el Pagejacking (“clonación” de los comercios electrónicos más reconocidos), usurpación de identidad, ofertas fraudulentas, entre otros.

“El incremento de delitos y estafas online generan desconfianza hacia los comercios digitales, por lo que cada vez hay una mayor demanda de soluciones que ofrezcan seguridad en las operaciones de compra y venta por Internet. Este es un aspecto clave para mejorar la experiencia del usuario”, sostuvo Alejandra Gallegos, Head de Alianzas Comerciales de **Openpay by BBVA**.

“Sólo el 65% de empresas de e-commerce destinan parte de su

presupuesto a la ciberseguridad, (solo el 1% y el 5% de su presupuesto total), según el Panorama del Ecosistema de Ciberseguridad”, explicó. En ese sentido, Gallegos dio cinco recomendaciones para que los comercios refuercen la seguridad en sus procesos de compra y venta.

1. Contar con una plataforma y formas de pago seguras

Para implementar un negocio e-commerce no es necesario comenzar de cero, podemos acercarnos a proveedores que cuentan con plantillas desarrolladas las cuáles el comercio deberá actualizar. Asimismo, existe una gran cantidad de métodos de pago, por lo que se debe de escoger una plataforma segura y accesible para los usuarios.

2. Análisis en tiempo real

Procura que la solución de pago que empleas analice todas las transacciones y pagos en tiempo real, desde la solicitud del comercio al ente emisor, hasta la confirmación del pago por parte de este.

Asimismo, la compañía de medios de pago debe de ser capaz de dar soporte personalizado 24/7 al comercio, detalló Alejandra Gallegos, Head de Alianzas Comerciales de **Openpay by BBVA**, empresa operada por BBVA.

3. Certificaciones

Confirma que la compañía de medios de pago que operativiza las transacciones de tu e-commerce tenga la capacidad de encriptar la información y cuente con una base de datos con altos estándares de seguridad. Actualmente, existen certificados de encriptación, como el SSL, que aseguran estos niveles de seguridad.

De igual forma, existen certificaciones para el cuidado de las transacciones que cumplen con estándares de seguridad de grado bancario y que aseguran la protección de los datos del titular de la tarjeta de crédito y/o datos confidenciales de autenticación. Entre las principales certificaciones que existen en este ámbito están PROSA y PCI-DSS1.

4. Restricción de montos máximos

La mayor parte del tiempo, efemérides como el Día del Padre, son fechas de alta demanda para los comercios digitales. En el resto del año, el volumen de ventas y ticket promedio suele mantener un nivel menor y estándar. Por ello, es clave que la solución de pagos brinde la posibilidad de restringir montos máximos por transacción, por día y mes.