

Por Arely Sánchez  
AGENCIA REFORMA

CD. DE MÉXICO.- Los pequeños comerciantes son los que más sufren por un fraude electrónico, pues cubren costos por fraude hasta 10 veces más que las instituciones bancarias, y 20 veces más que los consumidores, según un estudio de KPMG.

“Los comerciantes regularmente cubren el pago del monto defraudado, y, en ocasiones, el costo del bien o servicio perdido. Sumando los costos de administración relacionados, resulta que los comercios llegan a pagar hasta tres veces el monto original defraudado”, afirma Pablo Castillón, socio especialista en medios de pago y modelos bancarios de KPMG en México.

El Estudio “Retos de la industria de medios electrónicos de pago” revela que el costo no se detiene ahí, ya que el daño reputacional es también un efecto considerable.

Resulta que uno de cada tres consumidores que ha sufrido un cargo indebido en un establecimiento en particular, decide comprar en otro sitio, explicó el especialista que elaboró ese documento, dado a conocer el mes pasado.

Afirma que el banco emisor comparte la pena con el comercio, principalmente en los costos de reemplazo de tarjeta, con rendimientos decrecientes, pues más de la mitad de los tarjetahabientes afectados por un fraude aumentan el uso de efectivo en sus próximas compras.

Además calcula que 11% reduce el uso de la tarjeta por seis meses o más.

Castillón dijo que la mejor respuesta de los comercios ante fraudes cibernéticos es robustecer los métodos de prevención de fraude al interior de la empresa y para ello tiene que realizar una revisión de “punta a punta” de todos sus procesos.