

El desafío de la ciberseguridad en América Latina y el Caribe



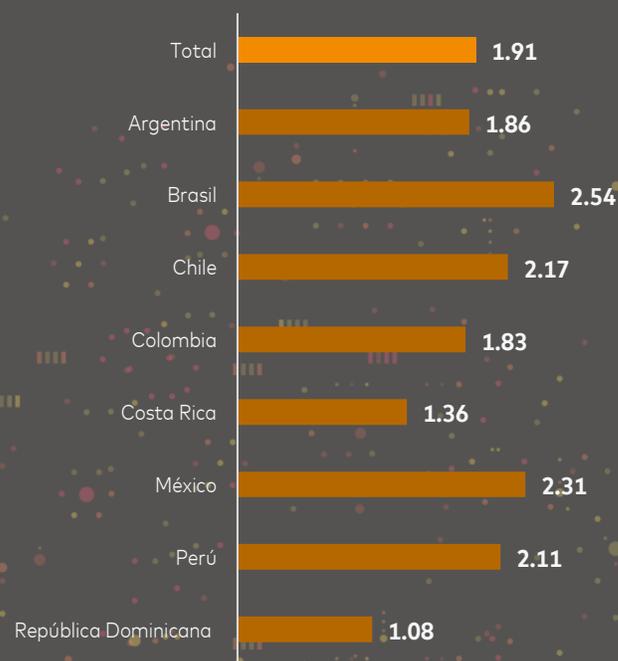
Cuidar el ecosistema digital es una prioridad del presente para asegurar el futuro. En la actualidad, la red global de confianza creada por Mastercard protege a 3 mil millones de titulares de tarjetas que realizan casi 90 mil millones de transacciones. Asimismo, día a día, procesa mil millones de interacciones y se responsabiliza de proteger más de 18 petabytes de datos sensibles.

América Latina y el Caribe se encuentran en un punto de inflexión en materia de ciberseguridad. La pandemia aceleró la adopción del comercio electrónico en la región lo cual ha traído tanto oportunidades como desafíos. A la par que crecieron los pagos digitales, se han incrementado los ataques cibernéticos. Por esta razón los consumidores de la región han implementado medidas de seguridad digital.

De acuerdo con un estudio reciente comisionado por Mastercard, el crecimiento del e-commerce en la región sigue al alza.

México y Brasil son los mercados con mayor frecuencia de compra en línea con una media de más de dos transacciones al mes. En tanto, Costa Rica y República Dominicana están muy por debajo del promedio regional, con apenas una compra digital. En Chile y Colombia las compras online ocupan el tercer lugar entre las actividades que más se realizan por internet. En el caso de Colombia, los jóvenes son quienes realizan más transacciones, ya sea a través de aplicaciones o en línea.

Promedio mensual de compras online en LAC



La reciente investigación de Mastercard detectó que los consumidores en América Latina y el Caribe se sienten vulnerables ante un ciberataque o robo de información. Siete de cada 10 ya han sido víctimas de la ciberdelincuencia. La empresa de pagos entiende la preocupación de los consumidores sobre su seguridad digital y, para acompañarlos en este viaje online, pone a su alcance todo el talento, la tecnología y las soluciones con las que cuenta.

"Inspirar confianza en cada transacción e interacción es más importante que nunca. Ya no basta con que los actores individuales inviertan en sistemas de ciberseguridad que ofrezcan protección solo para ellos. Todos los actores del ecosistema de pagos deben invertir en las bases y barreras adecuadas que creen un escudo alrededor de toda la cadena de suministro".

Jorge Arbesú, vicepresidente senior de Ciberseguridad e Inteligencia de Mastercard

Ciberseguridad, preocupación latente en latinoamericanos

1 Siete de cada diez consumidores en LAC han sufrido algún tipo de ciberataque



2 Acciones de los consumidores en LAC ante la falta de seguridad en internet



La encuesta realizada por Kantar TNS a petición de Mastercard en la que participaron consumidores de ocho países de América Latina y el Caribe (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, México, República Dominicana y Costa Rica) revela que los latinoamericanos buscan más protección a la hora de realizar transacciones bancarias, o al hacer pedidos o compras por internet:

Un 90% de los consumidores de la región, ha creado contraseñas más seguras, un 83% instaló software antivirus –tanto en sus ordenadores, como en sus móviles— y un 80% evita hacer clic en enlaces desconocidos que reciben por mensajes o correos electrónicos.

Asimismo, el 76% de los consumidores está dispuesto a pagar una cantidad extra para garantizar la privacidad y la seguridad de sus datos al comprar en línea.

“Ya sea que los consumidores compran en una tienda física, en su computadora o en su teléfono móvil, Mastercard está utilizando las herramientas más avanzadas para crear una experiencia de consumo sencilla, segura e intuitiva. Estamos ofreciendo a los consumidores tranquilidad para que puedan interactuar digitalmente con confianza, sin tener que elegir entre comodidad o seguridad.”

3 Ciberataques más conocidos en LAC



4 Porcentaje de consumidores que han sufrido al menos un fraude cibernético en LAC



Uso de biometría al alza

La identificación biométrica es una de las herramientas más utilizadas por los latinos en aras de garantizar su seguridad digital. La investigación revela que siete de cada 10 consumidores en la región la utilizan. México es el país que más recurre a esta solución (77%). Le siguen Colombia (73%), Chile y Costa Rica (72%). Argentina es la nación donde la biometría es menos popular (66%).

"El ID es parte fundamental del enfoque de protección multicapa que ofrece Mastercard para la seguridad de sus consumidores."



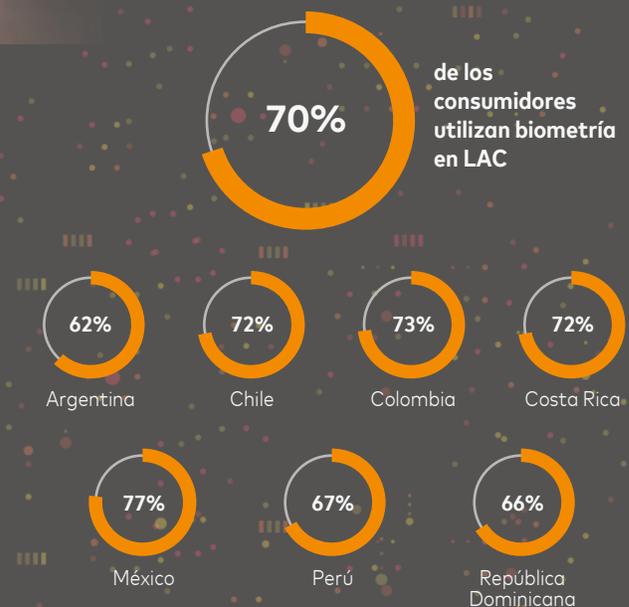
Mastercard busca crear confianza en cada punto de interacción. Y, para ello, se ha aliado con el talento de empresas como [NuData Security](#), compañía de tecnología global que ayuda a negocios a prevenir el fraude en línea y por móvil utilizando indicadores biométricos físicos y de comportamiento; [Ekata](#) con quien avanza en el desarrollo de sistemas de verificación de identidad digital con un enfoque multicapa y [Ethoca](#), proveedor global de soluciones tecnológicas que ayudan a los comerciantes y a los emisores de tarjetas a colaborar en tiempo real para identificar y resolver rápidamente el fraude en el comercio virtual.

"La clave para generar confianza en el mundo digital es la capacidad de acreditar tu identidad digital: demostrar quién eres, ya sea que estés interactuando en persona, en línea o en una aplicación."

1 Importancia de la seguridad digital en la vida de los consumidores en LAC:



2 Uso de datos biométricos en la región



Privacidad de datos personales, una prioridad

Otro tema sensible para los usuarios latinoamericanos es la privacidad de sus datos personales. Los consumidores de la región refirieron sentirse incómodos con el hecho de que las empresas e instituciones manejen su información personal.

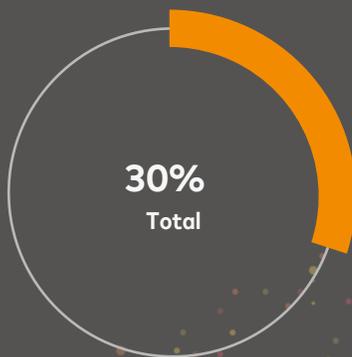
Siete de cada 10 consideran que éstas no lo hacen de forma segura. Las tiendas, supermercados y las instituciones gubernamentales son las entidades que generan más desconfianza.

De hecho, el 20% de los consumidores de la región ha visto filtrada su información personal por una empresa. Las fugas de números de seguridad social, números de teléfono y resultados de exámenes médicos son las más perjudiciales.

"La creciente complejidad de las interacciones digitales exige extremar el enfoque de ciberseguridad. En la región nos centramos tanto en la protección de los datos personales como en la creación de un ecosistema de identidad digital (ID) seguro y confiable que permita – tanto a instituciones como a individuos – realizar transacciones fáciles, rápidas y fiables."

Un 82% de los latinos están conscientes de que las empresas almacenan información de sus actividades en línea. Chile y Colombia son los países más activos, mientras que Costa Rica y República Dominicana muestran los niveles más bajos en varias actividades:

1 ¿Hasta qué punto confía en que los comerciantes en línea mantienen sus datos personales seguros en sus sistemas?



2 82% de consumidores en LAC está consciente de que, al realizar actividades en línea, las empresas almacenan su información

En su vida diaria los consumidores latinoamericanos usan internet para:

