

Tarjetas de crédito e Internet: verdad y amarillismo

Según todos los informes y encuestas, el miedo a facilitar la información de la tarjeta de crédito a través de Internet es el principal obstáculo al desarrollo del comercio electrónico en mercados como el español. Resulta un ejercicio de autocrítica interesante plantearse si esta obsesión tiene o no razones fundadas, y los posibles motivos de la misma.

Una serie de factores, no enumerados en orden de importancia, aparecen como potenciales responsables. Empecemos por lo más obvio: el factor cultural, o la escasa implantación del uso de la tarjeta como instrumento crediticio en nuestro país. A juzgar por la disparidad de las cifras, España aparece claramente como un país de débito, no de crédito. La cantidad pagada mediante plástico es, en una sustancial mayoría de los casos, detraída de manera inmediata de la cuenta del usuario, en lugar de acumulada en un balance que se presenta al cierre del mes. Esta “falta de costumbre” en el uso de un instrumento financiero provoca una clara desconfianza y nerviosismo a la hora de utilizarlo. Si se usa poco en la vida ordinaria, no hay razón para pensar que se convierta en popular en la Red.

Otro elemento interesante: la propia naturaleza de la tarjeta de crédito. ¿Tratan las compañías emisoras de tarjetas igual a un consumidor español frente a uno, por ejemplo, americano? La respuesta es clara para cualquiera que haya pasado un cierto tiempo en aquellas latitudes: no. Un consumidor americano recibe un extracto de sus transacciones antes de que éstas sean detraídas de su cuenta bancaria. De hecho, nada es detraído de su cuenta bancaria, sino que es responsabilidad del usuario dar el paso de pagar esa factura. En el momento de pagarla, el usuario decide si paga la totalidad de la factura, el mínimo, o si pide explicaciones sobre determinados cargos. Es el momento de hacer memoria y cuadrar cuentas. En caso de cargo dudoso, el usuario emite una solicitud de investigación del mismo, y ese importe es compensado en su balance mientras dure el proceso. Finalmente, el resultado de la investigación es comunicado y se dilucida si fue un error, un cargo indebido o fraudulento, etc. Es ese grado de control adicional sobre la factura lo que falta en España y muchos otros países. Aquí, la entidad emisora de la tarjeta simplemente detrae el importe de la factura total (o el porcentaje acordado de la misma) de la cuenta del usuario, y envía el extracto a título informativo. Los cargos sobre los que el usuario pueda tener dudas son cargados en la cuenta antes de que éste pueda reaccionar, y el proceso de “protestar” un cargo (derecho de anulación del mismo) es contracultural, poco ágil y molesto. El asunto se agrava cuando se trata de una transacción sin presencia física de banda (electrónica o telefónica), merced a una legislación anticuada e inadecuada que desprotege notablemente al usuario y cuya reforma es una de las obvias asignaturas pendientes del Ministerio de Ciencia y Tecnología. Mientras el consumidor americano siente, por así decirlo, un nivel de protección adicional por el hecho de pagar con su tarjeta de crédito, el español tiende a no verlo así.

Por último, el “agente amarillo”. Desde que empezó a hablarse del tema Internet con profusión en todo tipo de foros, muchos medios se dieron cuenta del filón informativo que representaban las noticias en las que se mencionaba la palabra Internet,

particularmente si se hacía ligada a escándalos de cualquier tipo, fueran sexo, drogas o rock'n roll. El llamado "periodismo amarillo" se convirtió, salvo honrosas excepciones, en la forma habitual de tratar este tipo de noticias, de manera que el usuario se vio invadido por una oleada de noticias en las que lo mismo se hablaba del agujero de seguridad en Terra que del robo de las tarjetas de Bill Gates. Lo que nadie mencionaba es que ni en un caso ni en otro había desaparecido ni un duro de la cuenta de nadie, porque eso era decididamente menos interesante. Pero eso es lo que es, periodismo sensacionalista, y como tal debemos interpretarlo.

Entonces, y como conclusión: ¿es seguro utilizar la tarjeta de crédito en Internet? Según la principal entidad emisora, el fraude alcanza a un escaso 0.1% del total de transacciones. Lo suficiente como para que no sea esa su razón para no usar la tarjeta. La vieja comparación del restaurante en un país remoto y el camarero llevándose su tarjeta lejos de su vista es perfectamente gráfica. Existe, por tanto, fraude, pero éste se da en porcentajes bajos. Suele ser más sofisticado que su equivalente offline, pero el último responsable del daño no suele ser prácticamente nunca el usuario, sino la tienda online en la que tuvo lugar la transacción. Obviamente no se puede decir que el fraude no exista: los esfuerzos de las entidades emisoras por conseguir una tecnología más segura (niveles adicionales de encriptación, sistemas de coordenadas, tarjetas que deben ser insertadas en periféricos especiales, números de un solo uso, etc.) demuestran que el problema está ahí. La cuestión no es que haya seguridad total o no, sino más bien el que ese tema no debe ser problema del usuario.

La tarjeta de crédito está destinada a protegerle, y eso es lo que el usuario debe exigir. No es la entidad emisora quien "hace el favor" al usuario de permitirle usar su tarjeta, sino lo contrario. Tanto la cuota anual como las comisiones que pagan los comerciantes están destinadas, además de a generar cuantiosos beneficios, a pagar seguros contra cargos indebidos y fraudulentos. Compare entre sus tarjetas cual es la que le ofrece mayor protección en caso de uso fraudulento, y utilice esa para todo. Solicite esas incipientes ofertas de tarjetas con responsabilidad cero, porque eso es lo que marca el signo de los tiempos. Es la forma de presionar a las otras a que ofrezcan lo mismo. Y en caso de cargo indebido, proteste ruidosamente. Ninguna entidad emisora tiene interés en perderse un trozo del pastel que suponen las ventas online, de manera que su reclamación será atendida con casi total seguridad antes de que pueda hacer mucho ruido. En la Nueva Economía, los negocios se empiezan a diseñar partiendo de las necesidades del usuario, y la seguridad es claramente una de esas necesidades. Si la ley no le asiste, el sentido común lo hará.

Enrique Dans es Profesor del Instituto de Empresa