

Visa ofrece a usuarios de banco brasileño autenticación por selfie

La compañía de **tecnologías de pago, Visa** anunció su implementación junto con el **primer banco totalmente digital de Brasil** de la **autenticación de compras OnLine** por medio de una **selfie** tomada desde la propia **aplicación bancaria**.

“La sofisticación y la excelencia se alinean con la simplicidad. A través de la **tecnología**, buscamos siempre entregar soluciones eficientes que no por eso dejen de ser simples para el cliente. Basándonos en ese principio, en asociación con Visa, ayudamos a crear una forma de generar aún **más seguridad para las compras online** de forma intuitiva y práctica para quien se encuentra en el otro extremo”, comenta Pedro Conrade, Director General de de **Banco Neon**, que se conformó como la evolución de la **startup financiera Contro.ly**, que manejaba **tarjetas prepagadas** válidas de manera internacional.

Esta nueva forma de autenticar que **el usuario es quien está realizando el pago** está impulsada por **tecnología de reconocimiento facial** que compara la **fotografía** tomada al momento del pago con el registro que el banco posee en la **documentación de apertura de la cuenta**, posteriormente se pide al usuario pestañee para **confirmar el uso de la fotografía** brindando **seguridad adicional** al confirmar que la persona está presente en el momento, y viene a sumarse a otras vías que el banco utiliza para el mismo fin como la **huella dactilar** o la confirmación del **PIN**.

“En Visa adoptamos la metodología de **diseño centrado en las personas** para desarrollar tecnologías que atiendan las necesidades y resuelvan los problemas reales del consumidor final, quien cada vez tiene más poder. La solución de **autenticación por selfie** fue desarrollada en asociación con Banco Neon para proporcionar una experiencia ágil y segura que permita al consumidor realizar sus compras online con tranquilidad. Unimos la seguridad de la red de Visa con un comportamiento popular, cotidiano y divertido, que es tomarse una selfie. Con este enfoque ayudamos a los establecimientos comerciales a **completar más ventas**, y ofrecemos una forma de confirmar **quién realmente está haciendo compras online**”, explica Percival Jatobá, Vicepresidente de Productos de Visa en Brasil.