

6 preguntas para...

Juan Luis Bordes, Director General de PayPal México, habla sobre las iniciativas del programa para enfrentar al Covid-19

¿Cómo garantiza PayPal que sus servicios y atención al cliente se mantengan?

Lo más importante es colocar a nuestros empleados primero; esa fue, por supuesto, nuestra primera preocupación cuando el brote se inició y extendió. Nuestro enfoque es la salud y la seguridad de todos; cuidar que nuestros empleados estuvieran protegidos y en una posición para atender a nuestros clientes desde casa. PayPal ha permitido que el 99% de nuestra fuerza laboral global pueda trabajar de manera remota, asegurando que únicamente los colegas en funciones que deban realizarse en la oficina estén ahí.

En cuanto al negocio, siempre hemos tenido planes de continuidad comercial vigentes para garantizar que, si algo sucediese en algún lugar, el negocio no se vea afectado. Una vez que esta pandemia golpeó a China, creamos rápidamente una nueva iniciativa técnica compuesta por líderes de Recursos Humanos, TI e InfoSec para asegurar que los empleados de nuestro centro de operaciones puedan continuar trabajando mientras se encuentren en casa.

Con un claro aumento en el volumen de compras en línea ¿Cómo ha percibido PayPal estos cambios en su plataforma?

Hoy, nuestros productos y servicios son quizá más necesarios que nunca. La gente necesita que estemos ahí para ellos y nos sentimos afortunados de poder brindar ayuda en este momento difícil. Para ello, PayPal ha creado una plataforma confiable y escalable que nos permite manejar volúmenes globales dentro del comercio y la demanda de nuestros clientes.

En PayPal, estamos siendo testigos de un aumento en sectores clave que se prestan para que uno se quede en casa, incluyendo actividades de casa y jardín, juegos, productos electrónicos, comestibles/alimentos, suministros para mascotas, entrega a domicilio y servicios de suscripción. Los comercios que ofrecen una amplia variedad de productos como suministros de oficina, casa y jardín, así como equipos de ejercicio para el hogar entre otros, están teniendo buenos resultados.

Al sector de moda le está yendo bien, ya que los consumidores visten de manera más informal y compran atuendos para hacer ejercicio en casa. También estamos notando una mayor actividad los fines de semana cuando los consumidores se enfocan en abastecerse y se toman un descanso de equilibrar trabajo y cuidado de los niños durante la semana.

PayPal tiene una de las plataformas para donaciones más grandes del mundo ¿Cómo apoya PayPal a la comunidad en México?

En México, a través de nuestra plataforma, los clientes de PayPal pueden donar como apoyo a las ONGs Cruza Roja Mexicana, Fundación Teletón y ACNUR. Para donar puedes dar clic [aquí](#). En este caso, PayPal cubre todos los costos de procesamiento, asegurando que el 100% de la donación se transfiera a las instituciones seleccionadas. Esta es una iniciativa que se ha implementado en todo el mundo, poniendo la plataforma de PayPal a disposición de sus clientes en los más de 200 mercados en los que opera, con el objetivo de movilizar esfuerzos de manera conjunta con la comunidad, para prevenir nuevos casos de contagio y ayudar a que nuestra sociedad se recupere.

Por otro lado, a nivel interno, en PayPal estamos viendo el fenómeno de "PayPal it Forward" con una increíble cantidad de dinero que fluye a través de nuestra plataforma desde personas que desean ayudar a aquellos que están luchando para llegar a fin de mes. Proporcionamos fondos a los empleados para enviarlos por medio de PayPal a los héroes no reconocidos que están a su alrededor, y reconocerlos porque están haciendo grandes esfuerzos durante la pandemia.

Nuestro CEO Dan Schulman lo ha dicho en varias ocasiones, pero es un sentimiento que permea en todo el equipo de PayPal: este es el momento, el momento de dar un paso adelante y ayudar.

Las pequeñas empresas se han visto especialmente impactados por la pandemia ¿Qué otros programas impulsan PayPal para apoyar a estos comercios?

En México, los esfuerzos que estamos implementando para apoyar a los comercios afectados por el coronavirus incluyen: 1) Eliminar comisiones en contracargos: Se eliminan las comisiones por contracargos en las transacciones de cuentas que reúnan los requisitos si el cliente presenta una controversia con el emisor de su tarjeta entre el 26 de marzo y el 30 de abril de 2020. 2) Ampliación del período de resolución de controversias de clientes: Se extiende el tiempo que los comercios tienen para responder a la mayoría de los tipos de controversias de los clientes, ampliándolo de 10 a 20 días, hasta el 30 de abril de 2020. 3) Ampliación de Protección al Vendedor para cubrir artículos intangibles: A partir del 13 de abril de 2020 sin fecha de vencimiento. Ciertas condiciones de elegibilidad serán aplicadas.

Estamos evaluando formas adicionales de ayudar a los clientes impactados y continuamos enfocándonos en proporcionar acceso a las herramientas, productos y financiamiento en los que confían nuestros clientes de pequeñas empresas.

Como líder de PayPal en México, ¿has enfrentado algún escenario complicado?

Sin duda en estos momentos estamos ante una situación sin precedentes para todos nosotros. La pandemia del coronavirus no tiene fronteras ni líneas geográficas. En PayPal, todos somos responsables de la salud financiera de nuestra empresa a largo plazo y, haremos lo que sea correcto para PayPal, nuestros empleados y clientes; eso es lo que todos nuestros colaboradores y partes interesadas esperan de nosotros.

Hemos tomado acciones inmediatas para ayudar a nuestros más de 24 millones de comercios, la gran mayoría siendo pequeñas y microempresas, asegurando que puedan acceder a sus fondos para cumplir con sus nóminas, renunciando a ciertas comisiones para aumentar el flujo de efectivo e incrementando las protecciones contra reembolsos y contracargos.

Respecto a nuestros empleados, a nivel global y en México, todos saben que tienen el apoyo de PayPal durante esta época problemática y no tenemos la intención de tener despidos como resultado del COVID-19. Eso es lo correcto, asegurarnos de que los empleados sepan que los respaldamos.

En el contexto actual ¿Cuáles con los principales retos a los que PayPal se enfrenta?

Como cualquier otra compañía, hemos tenido impacto en el negocio, porque nuestros clientes también se han visto afectados, sin embargo, PayPal se encuentra en una posición afortunada por tener un balance general y un modelo de negocio para superar este momento desafiante desde una posición de relativa fortaleza. Con el aumento de transacciones digitales se observan malos actores que están tratando de aprovechar las vulnerabilidades durante esta época, la prevención del fraude es un área en la que PayPal está innovando permanentemente y nuestras inversiones de 20 años en tecnología sofisticada de detección de fraude nos han permitido mantenernos a la vanguardia mientras que muchas otras compañías no pueden hacerlo.

Uno de los grandes beneficios de PayPal es nuestro compromiso por asegurarnos que todas y cada una de las transacciones sean seguras. En tiempos inciertos, los consumidores y comerciantes se sienten atraídos por instituciones financieras bien establecidas y confiables como PayPal. Debido a la escala de nuestra plataforma, hemos adquirido experiencia para diferenciar entre patrones normales de comportamiento del cliente y patrones potencialmente fraudulentos. Estos son patrones que no serían visibles a simple vista, pero estamos utilizando inteligencia en tiempo real y el aprendizaje automático adaptativo que contribuyen a una experiencia de compra sin fricciones.

La situación que ahora vivimos puede convertirse en el punto de inflexión en la manera en que las personas administran y mueven su dinero, yendo de lo físico a lo digital, y esto a su vez, traer diversos beneficios para nuestra economía y para nuestra sociedad.

<https://newsroom.latam.paypal-corp.com/ultimas-noticias?item=122606>