Proteja su sitio web y dé un impulso a su negocio

Guía práctica para proteger mejor su sitio web y fomentar la confianza entre sus clientes.

VeriSign Trusted

www.verisign.es

Una empresa Symantec

En mayo de 2009, la empresa de investigación independiente Synovate/GMI realizó un estudio en el que se analizaba hasta qué punto conocían los consumidores los principales mecanismos de seguridad que se utilizan en los sitios web y las marcas que ofrecen este tipo de servicios. Durante la investigación, patrocinada por VeriSign, se encuestó a 2763 usuarios habituales de Internet de los siguientes países: Reino Unido, Alemania, Austria, Suiza, Francia, España, Dinamarca, Suecia, Australia y Nueva Zelanda. Los participantes se clasificaron por edades en tres franjas demográficas: de 18 a 34 años, de 35 a 54 y mayores de 55. Todos los entrevistados dedicaban tres horas semanales como mínimo a navegar por Internet en casa y realizaban a menudo transacciones electrónicas (por ejemplo, pagar facturas o realizar otras operaciones bancarias, participar en subastas, reservar viajes, consultar o actualizar información médica o pólizas de seguros, descargar música, ver vídeos, utilizar redes sociales, escribir en blogs o hacer compras.

Índice

En Internet, la confianza lo es todo

El aumento de los riesgos en Internet es imparable

Proteja su sitio web

Proteja a sus clientes

Proteja su empresa

En Internet, la confianza lo es todo

Hay muchos factores que influyen en la imagen que ofrece un sitio web, pero la confianza y la seguridad son siempre decisivas. El sello de VeriSign, una de las marcas más conocidas y que más confianza inspira en Internet, dará a sus clientes la tranquilidad que necesitan. Por algo aparece en más de 100 000 sitios web, una cifra casi seis veces mayor que la de nuestro mayor competidor.[1]

N.º 1

100 000 sitios web + 500 000 000 de páginas vistas al día = la marca de confianza número uno en Internet.[1]

1. Fuente: Market Watch, “El sello de VeriSign bate un sensacional nuevo récord: más de 500 millones de vistas en un solo día” (18 de noviembre de 2010, en inglés)

Vea y compare

Como verá a continuación, le ofrecemos mucho más que otras autoridades de certificados. Con nosotros, tendrá la tranquilidad de estar en buenas manos.

Esto es lo que ofrecen otros proveedores de certificados SSL:	Ventajas:
Cifrado eficaz	El mayor nivel de cifrado SSL que existe
Autenticación completa de la organización	Un estricto proceso de autenticación de uso estándar en el sector
Garantía	Garantía de hasta 250 000 USD[2]
Barra de direcciones verde	Un indicador visual que muestra claramente a los clientes que cuenta con el mayor nivel de protección SSL
Símbolo del candado	El indicador universal de protección SSL

Los certificados SSL de VeriSign le ofrecen también:	Ventajas:
El sello de VeriSign, la marca de confianza más conocida en Internet[3]	Transmite confianza a sus clientes y los anima a realizar más transacciones por Internet[4]
Posibilidad de mostrar el sello en los resultados de las búsquedas[5]	Evita que su sitio web acabe en la lista negra de Google y ofrece a sus clientes la tranquilidad que buscan
Asistencia técnica multilingüe y gratuita 24 horas[6]	Podrá contar con nuestra ayuda siempre que la necesite
Certificados con Extended Validation para empresas de toda Europa	La expansión de su empresa a otros mercados ya no supondrá un problema
Una autoridad de certificación (CA) con sus propias raíces (es decir, sin licencias de terceros)	La autoridad de certificación dispone de un mayor control (por ejemplo, para actualizar la jerarquía de raíces)
Certificados SSL compatibles con los nombres de dominio internacionalizados (IDN)	Se admiten nombres de dominio en distintos idiomas (por ejemplo, con acentos españoles o franceses)
Colaboración con los fabricantes de navegadores	Las raíces más actualizadas se integran en los navegadores cada vez que sale una nueva versión, por lo que gozan de una excelente distribución

2. La cobertura depende del tipo de certificado

3. Synovate/GMI, mayo de 2009: El 68% de los europeos que hacen compras por Internet reconoce el sello VeriSign Secured, lo que significa un nivel de reconocimiento muy superior al de cualquier otra marca de confianza

4. Synovate/GMI, mayo de 2009: El 91% de las personas que compran en línea en Europa afirma que la presencia de indicadores de seguridad como el sello VeriSign Secured les aporta la tranquilidad necesaria para realizar operaciones electrónicas. Varios estudios revelan que las ventas y transacciones electrónicas aumentan entre un 10 y un 34% cuando en el sitio web aparece un sello de VeriSign

5. VeriSign se ha asociado con diversos proveedores de tecnología y propietarios de sitios web para ofrecer la función Seal-in-Search y está haciendo lo posible por extender su uso, pero en este momento su disponibilidad no está garantizada

6. Siempre que sea posible, buscaremos agentes que puedan atenderle en su propio idioma, aunque es posible que en ciertos casos le atendamos en inglés para ofrecerle un servicio más rápido y agilizar la resolución del problema

El aumento de los riesgos en Internet es imparable

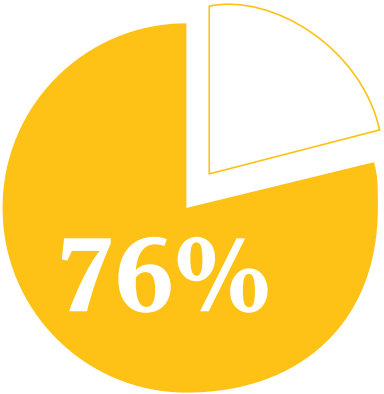
Como ya sabrá, los peligros de Internet son cada vez más complejos. Muchos clientes son víctimas de fraudes o robos de identidad, mientras que las empresas sufren los efectos del spoofing, las intrusiones, los ataques de denegación de servicio, los programas espía (*spyware*) y el robo de datos. La lista de riesgos es, en suma, tan larga como abrumadora.

En 2009, el 75% de las grandes empresas fue víctima de ataques cibernéticos.[7]

7. Fuente: Informe de Symantec sobre seguridad en las grandes empresas (State of Enterprise Security 2010, en inglés): http://www.symantec.com/content/en/us/about/presskits/SES_report_Feb2010.pdf

Las estadísticas que le presentamos a continuación no dejan lugar a dudas: el fraude en Internet afecta cada vez a más gente. Ante esta realidad, es fundamental tomar medidas para proteger a sus clientes.

9% de los internautas europeos ha sido víctima del cibercrimen en los últimos doce meses.[8]



El 76% de los europeos afectados por el robo de identidad en Internet sufrió pérdidas económicas, con una media de 552 € por víctima.[8]

Estadísticas como éstas ponen de manifiesto lo importante que es infundir tranquilidad a sus clientes con las medidas de seguridad adecuadas.

8. Fuente: Informe sobre el fraude en Internet de YouGov (Online Fraud Barometer Report 2010, en inglés)

Para sus clientes, la repercusión puede ser enorme. Pero ¿y para su empresa?

La mera sospecha de que la seguridad de su sitio web no está a la altura puede afectar a su actividad y sus ingresos, pero eso no es todo. En caso de producirse un fallo de seguridad, su reputación quedará maltrecha y, además, tendrá que dedicar un tiempo considerable a averiguar quién le atacó y cómo solucionar el problema.

El 57% de las grandes empresas notó un rápido crecimiento de los ataques externos en 2009.[7]

El coste de hacer frente a un ataque también es mayor: en la actualidad, ya supone un gasto medio anual de dos millones de dólares estadounidenses (2,8 millones en el caso de las empresas de mayor tamaño). El director informático de una empresa de fabricación con 35 000 empleados nos contó que, por término medio, sufren ocho o nueve ataques por semana, lo cual indica que estas incidencias no sólo son cada vez más graves, sino también más frecuentes.

Todas las empresas que participaron en la encuesta sufrieron algún tipo de pérdida a consecuencia de ataques realizados a través de Internet en 2009. Los problemas más frecuentes fueron los siguientes.[7]

En los siguientes apartados se indican algunas de las medidas que puede tomar su empresa para garantizar la seguridad de su sitio web.

7. Fuente: Informe de Symantec sobre seguridad en las grandes empresas (State of Enterprise Security 2010, en inglés): http://www.symantec.com/content/en/us/about/presskits/SES_report_Feb2010.pdf

Proteja su sitio web

Cuanto más seguro sea su sitio web y más confianza inspire, más interactuarán con él sus clientes. De este modo, pasarán más tiempo en sus páginas y será más probable que compren.

Si no fuera por el miedo al robo de identidad, los establecimientos estadounidenses de venta minorista por Internet habrían mejorado sus ventas en todo el mundo e ingresado 21 000 millones de dólares más en 2008.[9]

9. Fuente: Investigación de Synovate/GMI (septiembre de 2008) y Javelin Strategy & Research (marzo de 2009). Se analizó un grupo de internautas estadounidenses de un panel seleccionado por Synovate/GMI

Su sitio web será más accesible cuanto más protegido esté de posibles ataques. Si implanta el mayor número posible de medidas de seguridad, mejorará su visibilidad en Internet, lo cual puede redundar en un aumento de las ventas.

1. Pásese a los certificados SSL con Extended Validation (EV) de VeriSign hoy mismo. Las ventajas saltan a la vista: al ver la barra de direcciones verde, sus clientes perderán el miedo a comprar por Internet.

2. Proteja su sitio web con el escaneado diario de *malware* que ofrece VeriSign para evitar que los motores de búsqueda lo incluyan en una lista negra.

3. La función Seal-in-Search de VeriSign® mejora la visibilidad de sus enlaces y le ayuda a distinguirse de la competencia en los resultados de los motores de búsqueda. Al ver el sello, los clientes sabrán que en su sitio web no hay instalado software dañino.

4. Utilice una marca de confianza. Si certifica su sitio web con VeriSign y muestra el sello VeriSign® Trust, se asegurará de inspirar plena confianza a los consumidores.

de los consumidores que compran por Internet se siente más cómodo a la hora de facilitar información personal si el sitio web en el que se encuentra muestra indicadores de seguridad.[9]

Proteja a sus clientes

A veces, las ventas por Internet disminuyen simplemente porque los clientes se sienten desprotegidos. Por eso es tan importante dejar claro a quienes visiten su sitio web que su empresa se toma la seguridad muy en serio.

Al 65 por ciento de los ciudadanos europeos le preocupa que su información privada pueda distribuirse sin control por Internet. [10]

10. Fuente: Informe comparativo The Business Value of Trust (El valor comercial de la confianza) http://www.verisign.es/valor-comercial-de-la-confianza

Los clientes sólo harán clic donde usted desee si tienen la certeza de que su sitio web es seguro, de que las transacciones no suponen peligro alguno y de que nadie está suplantando a su empresa. Invertir en los certificados SSL de VeriSign es el primer paso, pero también es necesario demostrar a sus clientes cuánto valora su seguridad.

1. Si resalta los enlaces de sus políticas de confidencialidad y seguridad en el sitio web, conseguirá que quienes lo visiten se sientan tranquilos a la hora de facilitar sus datos personales o mientras navegan por sus páginas.

2. Explique a sus clientes que la barra de direcciones verde sirve para distinguir los sitios web legítimos de los impostores. De este modo, sabrán que este simple indicador visual demuestra que el propietario del certificado ha adoptado el estándar de autenticación más alto.

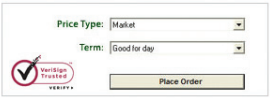
El 78% de los compradores europeos considera que VeriSign es la empresa que transmite más confianza.[11]

11. Fuente: Investigación de la marca VeriSign en 2009, Synovate/GMI, mayo de 2009

3. Haga hincapié en la protección que ofrece el escaneado diario de *malware*, que permite detectar la presencia de código dañino en el sitio web y avisar inmediatamente a quien corresponda.

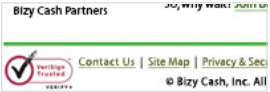
Esta marca de confianza debería aparecer en:

un lugar destacado de su página de inicio



junto a los botones de envío de datos (para que los visitantes se muestren menos reticentes a inscribirse, compartir datos o realizar compras);

en las páginas sobre productos y en todas las relacionadas con el pago;



en el pie de página del sitio web (de manera que la seguridad del sitio pueda constatarse desde cualquier página)

4. Haga nuestro test *¿Picar o no picar?* para ver lo difícil que puede resultar reconocer un sitio web falso y averiguar cómo ganarse la confianza de sus clientes.

https://www.phish-no-phish.com/es

Proteja su empresa

La seguridad de un sitio web también supone un beneficio para usted, ya que al proteger a sus clientes también estará protegiendo su empresa.

Si utiliza certificados SSL con Extended Validation, muestra marcas de confianza como el sello VeriSign® Trust y ofrece explicaciones e indicadores visuales sobre las medidas de seguridad presentes en el sitio web, sus clientes tendrán la certeza de que su visita transcurrirá sin incidencias.

El **70%**

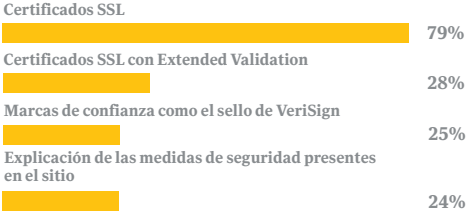
de los gerentes informáticos europeos teme que sus certificados SSL con EV caduquen de forma inesperada.[12]

12.Encuesta de VeriSign a gestores informáticos publicada en enero de 2010 (en inglés): http://www.verisign.es/itmanager-survey

Según una encuesta sobre riesgos en Internet realizada recientemente a un grupo de gerentes informáticos[12], la principal preocupación de éstos es conseguir que los clientes se sientan seguros. Sin embargo, tampoco dejan de lado los aspectos prácticos: por ejemplo, a muchos les preocupa que los certificados SSL caduquen de forma imprevista.

¿Qué preocupa a los gerentes informáticos?

¿Qué medios utilizan las empresas para protegerse y fomentar la confianza?



¿Qué soluciones existen para abordar estos problemas?

- La tecnología Public Key Infrastructure (PKI) permite gestionar fácilmente grandes cantidades de certificados SSL. Como la gestión se realiza de forma centralizada, resulta mucho más cómodo hacer un seguimiento de cada certificado.
- Para las empresas que se dedican a desarrollar o comercializar software, los certificados de firma de código emitidos por una autoridad de certificación de confianza son una forma eficaz de protegerse frente a amenazas como el robo de identidad. Este sistema muestra claramente quién es el autor del código y del contenido, y demuestra que este último no ha sufrido cambios desde que se firmó.
- Por último, cabe destacar la renovación automática de certificados SSL de VeriSign. Con esta función, ya no tendrá que renovar los certificados cada año de forma manual, sino que podrá automatizar el proceso durante un periodo de hasta seis años. De ese modo, ya no se arriesgará a que caduquen por descuido.

12. Encuesta de VeriSign a gestores informáticos publicada en enero de 2010 (en inglés): http://www.verisign.es/itmanager-survey

www.verisign.es

Los servicios de autenticación de VeriSign, ahora parte de Symantec

La unión de Symantec y VeriSign nos convierte en líderes mundiales en soluciones de gestión de sistemas, almacenamiento y seguridad. Nuestro objetivo es ayudar a empresas y particulares a gestionar y proteger sus datos en un mundo cada vez más dominado por la información, así como facilitar el acceso seguro a ésta desde cualquier lugar. Ahora que VeriSign ha unido fuerzas con Symantec, nos encontramos en una posición inmejorable para inspirar más confianza que nunca en Internet.

Visite www.verisign.es

© 2011 Symantec Corporation. Todos los derechos reservados. Symantec, el logotipo de Symantec y la uve sobre el círculo son marcas comerciales o marcas registradas de Symantec Corporation o sus filiales en los Estados Unidos y otros países. VeriSign, VeriSign Trust y otras marcas relacionadas son marcas comerciales o marcas registradas de VeriSign, Inc. o de sus filiales o subsidiarias en los Estados Unidos y otros países, otorgadas bajo licencia a Symantec Corporation. Los demás nombres pueden ser marcas comerciales de sus respectivos propietarios.

www.verisign.es