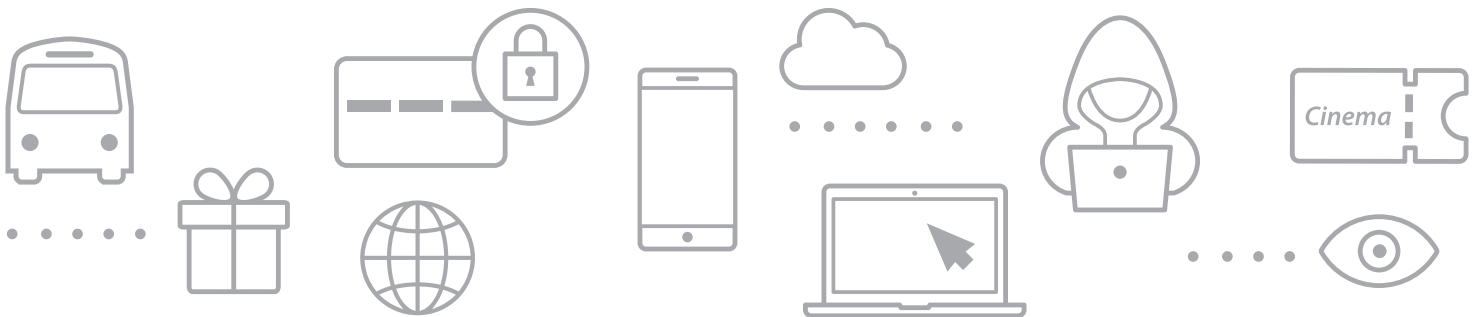




Reporte de fraude *online* América Latina 2017

Índice de contenidos

- 3 Introducción
- 4 El *eCommerce* en América Latina
- 5 Metodología de la encuesta
- 6 Resumen ejecutivo
- 7 La estructura del proceso *Risk Management Pipeline*™
- 8 Evaluación automatizada
- 9 El costo de las operaciones contra el fraude: La revisión manual
- 9 Mejorar los índices de aceptación de órdenes
- 10 Contracargos (administración de reclamos por fraude)
- 11 Comercio móvil y prevención de fraude en América Latina
- 12 Conclusión
- 13 Indicadores globales de fraude *online* 2017
- 14 Cómo Visa puede ayudarlo



Introducción

Los comercios continúan avanzando hacia nuevos canales y mercados para satisfacer la demanda de sus clientes en el entorno del *eCommerce*, mientras crece el fraude. Visa encargó un reporte anual sobre los comercios de América Latina y el Caribe para promover la administración del fraude *online* y las operaciones comerciales en la industria, y analizar en detalle el panorama de fraude *online* y móvil.

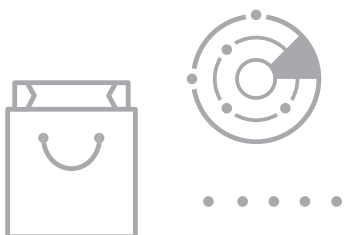
Los clientes siguen comprando bienes y servicios *online* utilizando, cada vez más, sus dispositivos móviles. Sin embargo, para mantener la competitividad y la lealtad de sus clientes, los comercios deben ofrecer experiencias de compra sin contratiempos en sus canales *eCommerce* y *mCommerce* y también apoyar la llegada de nuevos canales de venta.

Al mismo tiempo, los comercios deben proteger a sus clientes y a sí mismos de la creciente amenaza del fraude *online*. Hoy, la mayoría cuenta con recursos y presupuestos muy limitados para afrontar el fraude.

Sin embargo, los comercios no pueden abandonar sus esfuerzos. Conforme avanzan en mejorar los procesos para la detección de fraude y minimizar las pérdidas por fraude, deben enfocarse en aceptar más órdenes válidas y, al mismo tiempo, lograr un equilibrio entre mejorar la experiencia del cliente, maximizar los ingresos, alcanzar la mayor eficiencia posible en sus operaciones de fraude y trabajar en la reducción de sus costos operativos.

Este reporte resalta las tendencias claves y los desafíos a los que se enfrentan los comercios de América Latina y el Caribe, y ofrece algunas perspectivas en materia de la lucha contra el fraude. También presenta una variedad de herramientas y enfoques que pueden ayudar a su negocio a acelerar sus esfuerzos en administración de fraude mientras aumenta sus ingresos y controla los costos.

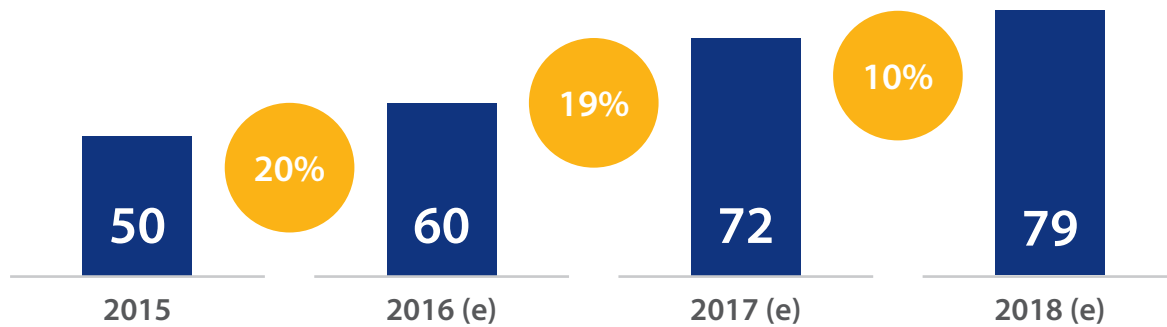
Visa Merchant Sales & Solutions



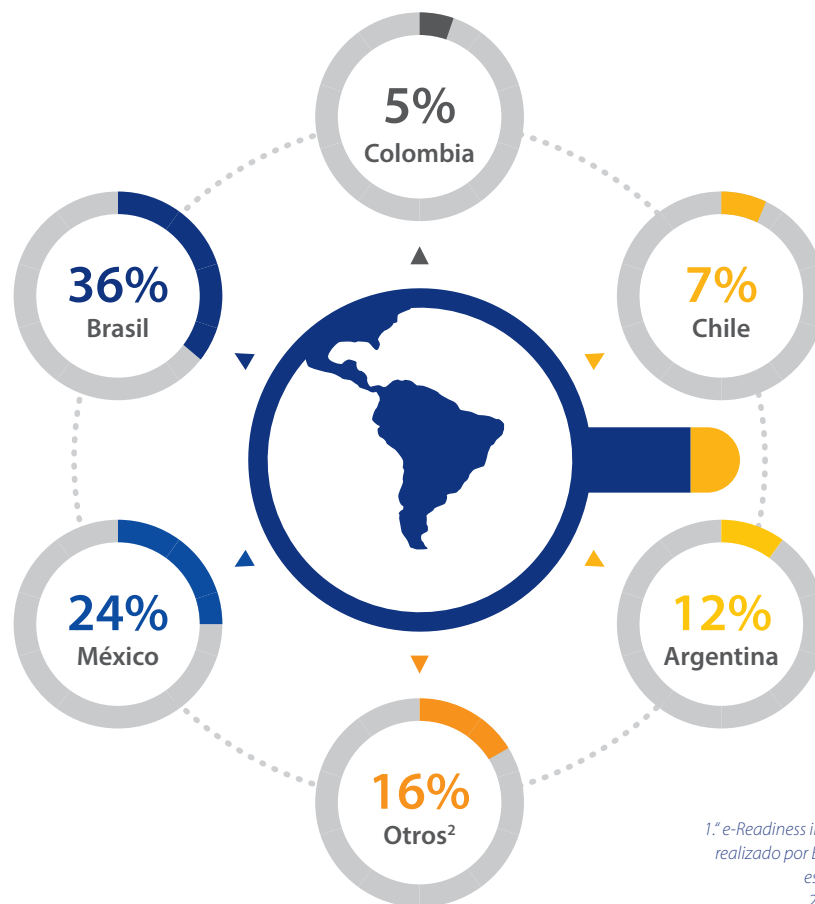
El *eCommerce* en América Latina

Se espera que las ventas *online* en América Latina alcancen los **US\$72 mil millones** en 2017 (e)¹

Crecimiento *eCommerce* en América Latina (US\$ MM) (e)¹



Ventas *eCommerce* por mercado (e)¹



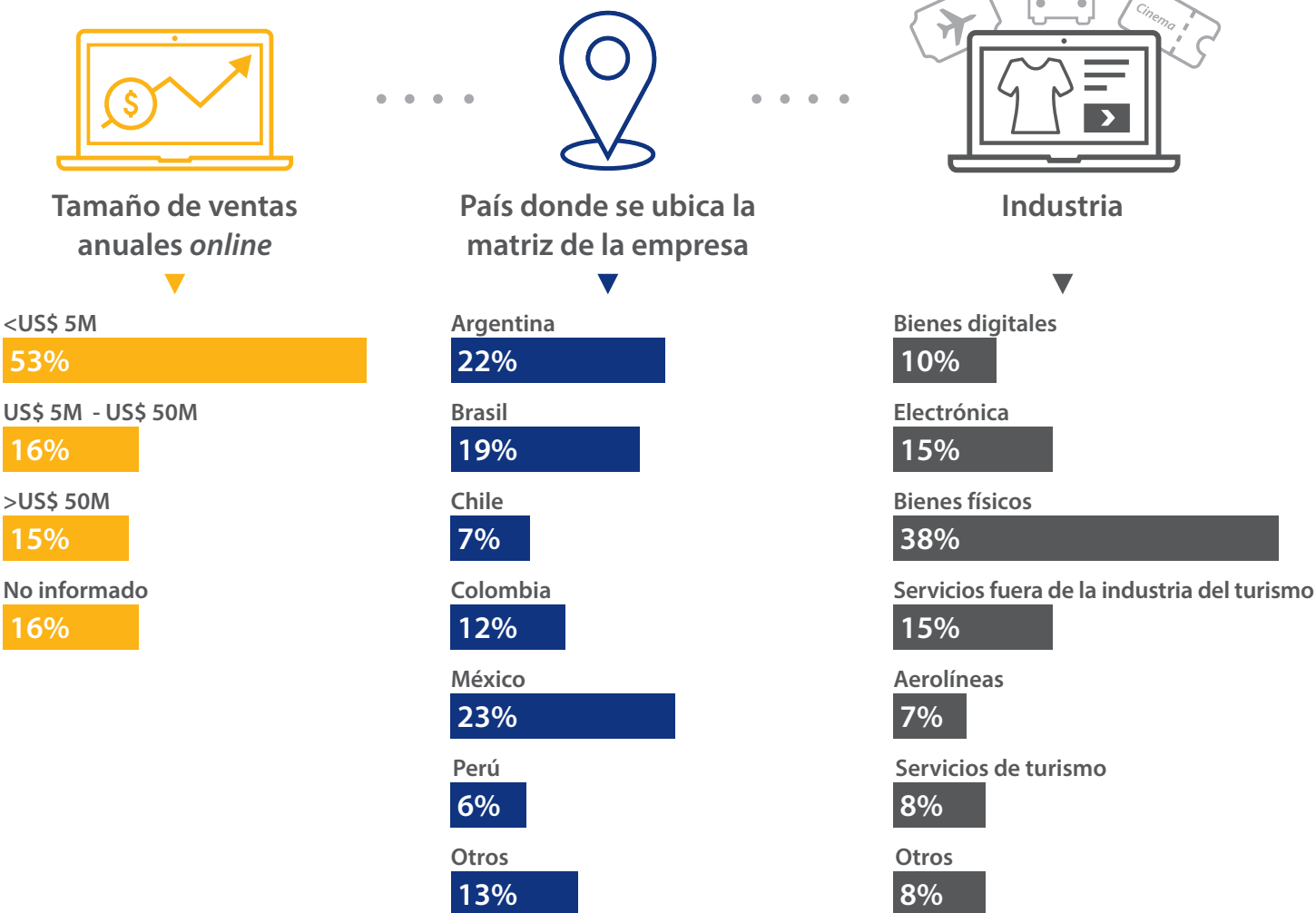
1. "e-Readiness in Latin America", 2016 – Reporte personalizado realizado por Euromonitor International para Visa, Inc. Datos estimados para el volumen de ventas para 2017.
2. Países restantes de América Latina y el Caribe.

Metodología de la encuesta

Para el presente estudio se tomaron las tendencias claves en la administración de fraude, y las mejores prácticas entre pequeñas, medianas y grandes empresas de América Latina.

Quienes respondieron a esta encuesta brindaron información correspondiente al año 2016. Los participantes estaban involucrados activamente en operaciones de *eCommerce* y en políticas de prevención de fraude de su empresa. **266** encuestados, entre clientes y no clientes de CyberSource, completaron el cuestionario *online* entre los meses de marzo y junio del 2017. La encuesta fue realizada por *Confirm-it*, firma independiente de investigación de mercado.

Encuestados por



Resumen ejecutivo

La región de América Latina y el Caribe tiene uno de los mercados de *eCommerce* de mayor crecimiento en el mundo, con un volumen proyectado de ventas para 2017 de **US\$ 72 mil millones**¹. Este rápido crecimiento del *eCommerce* en los diferentes canales va de la mano de índices de fraude más elevados, por lo que resulta esencial para los comercios implementar estrategias de administración de fraude eficientes y efectivas.

Desarrollar un plan de administración de fraude es un acto de equilibrio único para cada negocio. Es necesario medir el impacto total y real del fraude junto con reducir las pérdidas por fraude, maximizar los ingresos y minimizar los costos operativos. Este **reporte de fraude *online* para América Latina 2017** nos muestra cómo los comercios administran el fraude en la actualidad desde el análisis de métricas claves, incluidos los índices de contracargos, el rechazo de órdenes y la revisión manual.

No cabe duda de que, si bien muchos comercios cuentan con herramientas para la prevención de fraude, aún queda mucho por mejorar. Los comercios de América Latina y el Caribe reportaron un índice de contracargos de **1.7%**², un índice de revisión manual de **28%**², y un índice de rechazo de órdenes de **9.2%**². Esto significa que posiblemente los comercios estén sacrificando una parte importante de órdenes válidas, alejando así a los clientes genuinos y reduciendo potenciales ingresos.

Se suma un nuevo factor a la complejidad en la detección de fraude en el canal *mCommerce*, canal que avanza continuamente y para el que se estima un crecimiento de más del triple que alcanzaría los **US\$ 16.600 millones**³ entre 2015 y 2020. Mientras que el **67%**² de los comercios de América Latina y el Caribe informan que evalúan las órdenes en busca de fraude en el canal móvil, los métodos utilizados son generalmente los mismos que utilizan para *eCommerce* y cuyo diseño no ha sido adecuado para la detección precisa del fraude móvil. Lograr distinguir ambos canales *eCommerce* y *mCommerce* por separado durante la fase de búsqueda de fraude es un punto crítico a la hora de reducir el fraude en el canal móvil. De este modo, los comercios de América Latina y el Caribe pueden implementar herramientas de detección de fraude móvil efectivas para incorporar a sus estrategias integrales de administración de fraude.

Entender sus propias métricas de fraude y los diferentes *tradeoffs* de su negocio, le permitirá tomar los resultados de este reporte para descubrir áreas en las cuales puede mejorar sus estrategias de prevención de fraude. El *eCommerce* en América Latina sigue avanzando en los distintos canales, y aquellos comercios con estrategias optimizadas contra el fraude podrán aprovechar esas oportunidades de crecimiento, a la vez que minimizan los riesgos.

1. "e-Readiness in Latin America", 2016 – Reporte personalizado realizado por Euromonitor International para Visa, Inc. Datos estimados para el volumen de ventas para 2017.

2. Reporte de fraude *online* para América Latina 2017.

3. Euromonitor International 2015

La estructura del proceso Risk Management Pipeline™

Órdenes

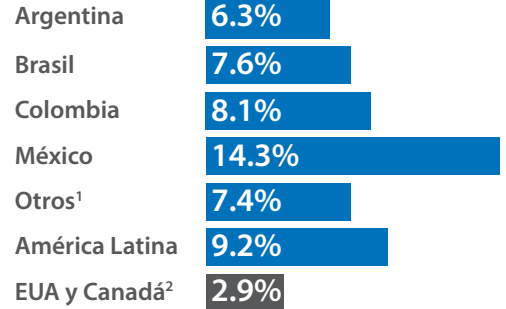


Evaluación automatizada



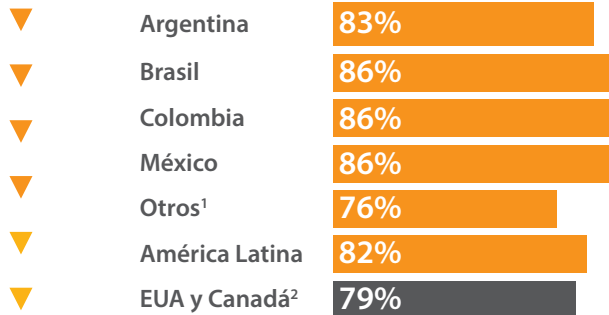
9.2%

de las órdenes de América Latina son rechazadas por sospecha de fraude



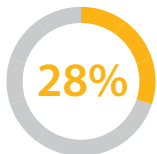
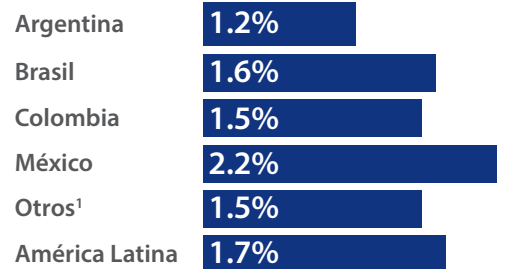
82%

de los comercios de América Latina realizan revisión manual

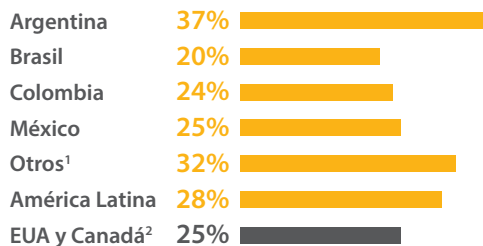


1.7%

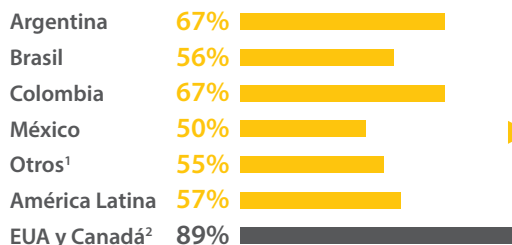
de las ventas se convierten en contracargos



de las órdenes son revisadas manualmente



de las órdenes revisadas manualmente son finalmente aceptadas



1. Países restantes de América Latina y el Caribe.

2. Reporte de fraude online 2017 para EUA y Canadá, de CyberSource.

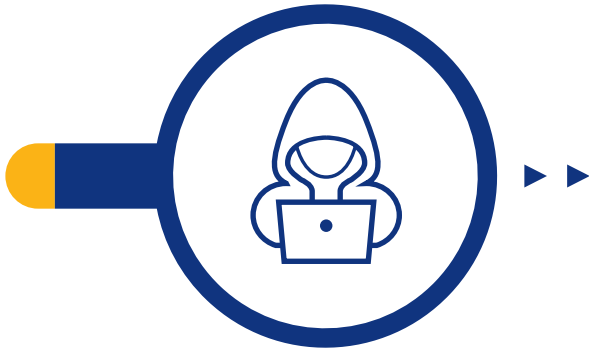
Evaluación automatizada

Encontrar las herramientas adecuadas para evaluar las órdenes de forma automática es parte central para lograr un equilibrio.

Una empresa puede mantener su índice de fraude bajo si pone en marcha un sistema preciso de detección automatizada, y puede evitar gastos innecesarios si se ahorra la revisión manual de las órdenes más ambiguas.

Durante el proceso de evaluación automatizada, se utiliza una combinación de herramientas—incluidos los servicios de validación, datos protegidos, información de diferentes comercios, y rastreo de dispositivos—para determinar el nivel de riesgo de fraude.

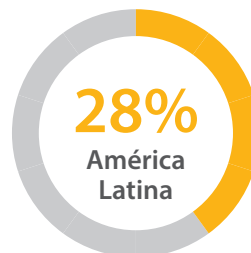
Las herramientas de detección de fraude más utilizadas en América Latina



- Número de verificación de tarjeta (CVN)
- Historial crediticio
- Historial de órdenes del cliente
- *Device fingerprinting* (huellas del dispositivo)
- Verificación de *e-mail*
- Modelo de puntuación de fraude específico de la compañía
- Mapas/indicadores geográficos
- Información de geolocalización (país, ciudad, etc.)
- Listas negativas/listas negras (listas internas)
- Servicios pagos de registros públicos
- Autenticación del pagador (*3-D Secure*)
- Listas de positivos/listas blancas
- Detección de *proxy*
- Resultados de motor de búsqueda
- Listas de negativos/*hotlists* compartidas
- Sitios de redes sociales
- Test de velocidad
- Autenticación de dos factores (en la aplicación, SMS, correo electrónico)

El costo de las operaciones contra el fraude: Revisión manual

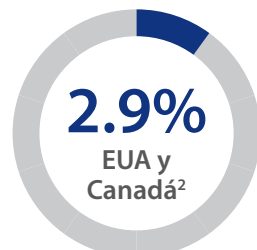
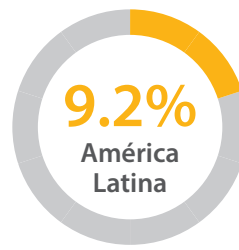
Índice de revisión manual



...

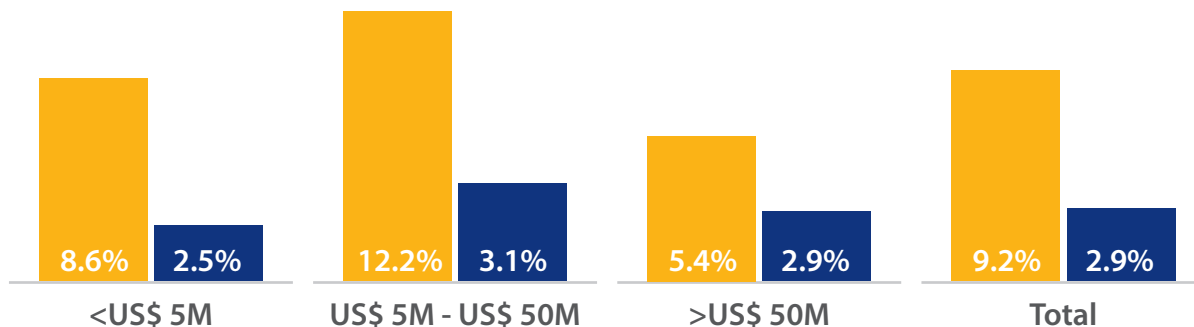
Mejorar los índices de aceptación de órdenes

Órdenes rechazadas por sospecha de fraude



...

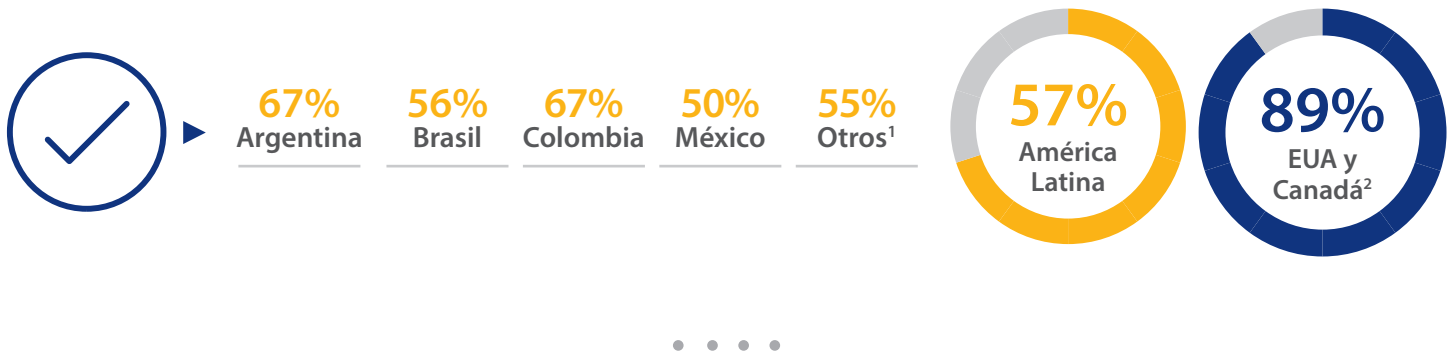
Órdenes rechazadas por tamaño de comercio



1. Países restantes de América Latina y el Caribe.

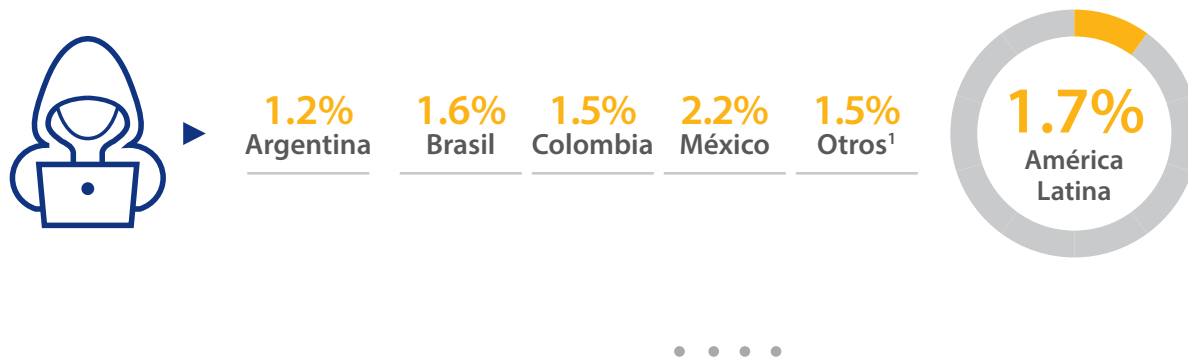
2. Reporte de fraude online 2017 para EUA y Canadá, de CyberSource.

Órdenes aceptadas post revisión manual

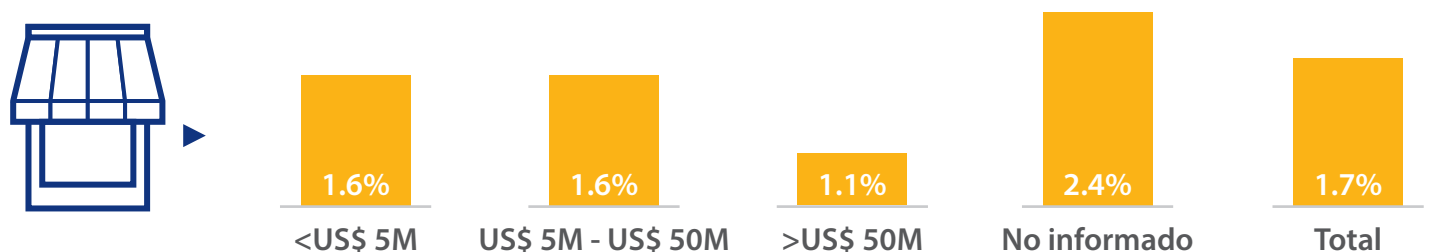


Contracargos (administración de reclamos por fraude)

Índice de contracargos por volumen de facturación



Índice de contracargos por ingreso y tamaño de comercio (anual)



1. Países restantes de América Latina y el Caribe.

2. Reporte de fraude *online* 2017 para EUA y Canadá, de CyberSource.

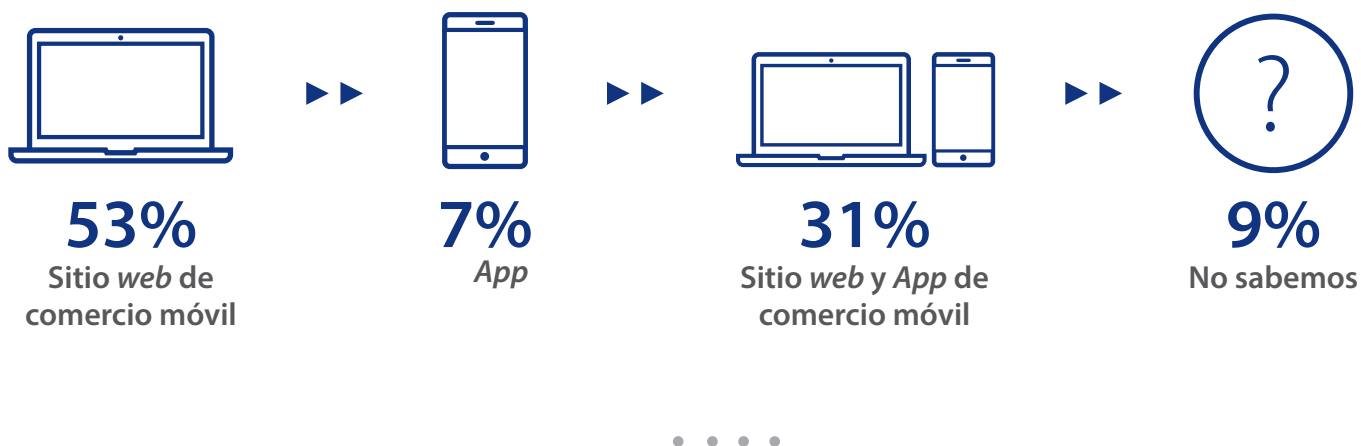
El comercio móvil y la prevención de fraude en América Latina

Con el crecimiento de la tecnología móvil, más precisamente de los *smartphones*, la experiencia del comercio *online* ha pasado de ser una experiencia de compra «a cualquier hora» a ser una experiencia «a cualquier hora y en cualquier lugar».

El canal móvil es hoy el puente entre el mundo *online* y el mundo físico, que le ofrece a los consumidores el acceso a los servicios *online* en el entorno *Face-To-Face (F2F)* y a experiencias de compra sin contratiempos. El canal móvil empodera al consumidor, quien espera una experiencia personalizada y resultados eficientes.

A continuación, algunas estadísticas tomadas de nuestra encuesta de administración de fraude *online* para América Latina 2017.

Comercios que operan a través de canales móviles



Estrategia de prevención de fraude en canales móviles



Indicadores globales de fraude *online* 2017

Promedios lineales



	Índice de contracargos por volumen de facturación	Órdenes rechazadas	Índice de revisión manual	Órdenes revisadas	Órdenes aceptadas post-revisión
Argentina	1.2%	6.3%	83%	37%	67%
Brasil	1.6%	7.6%	86%	20%	56%
Colombia	1.5%	8.1%	86%	24%	67%
México	2.2%	14.3%	86%	25%	50%
Otros ¹	1.5%	7.4%	76%	32%	55%
América Latina	1.7%	9.2%	82%	28%	57%
EUA y Canadá ²	-	2.9%	79%	25%	89%

1. Países restantes de América Latina y el Caribe.

2. Reporte de fraude *online* 2017 para EUA y Canadá, de CyberSource.

Conclusión

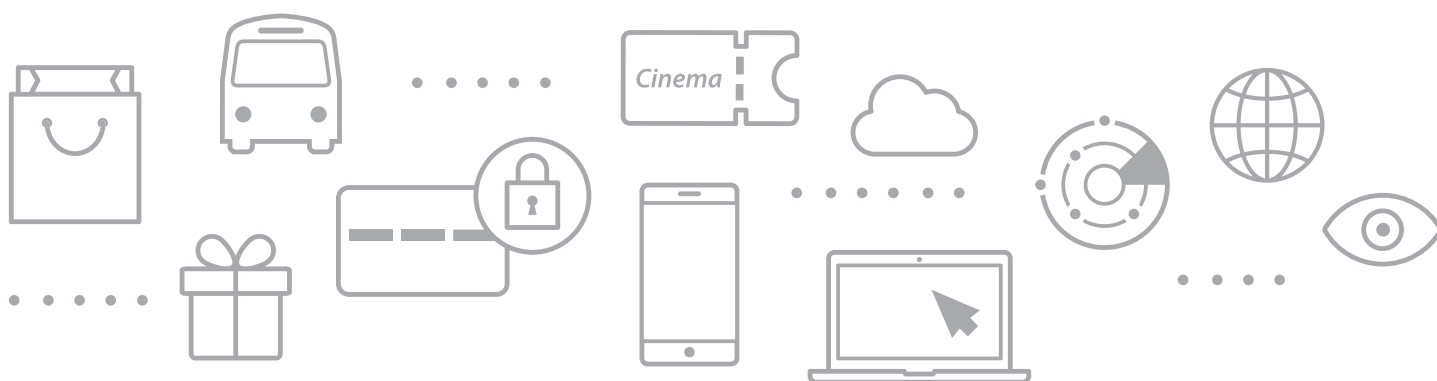
Los comercios de América Latina y el Caribe tienen una enorme oportunidad de crecimiento en sus ingresos gracias al crecimiento exponencial del *eCommerce* – una oportunidad que también va acompañada de mayores riesgos y costos asociados al fraude digital.

La propagación de técnicas sofisticadas utilizadas por los defraudadores les exige a los comercios equiparse con herramientas para la administración de fraude mucho más poderosas.

Hoy en día los comercios se apoyan mucho en la revisión manual, proceso que involucra mucho trabajo, tiempo y es vulnerable al error humano. Las herramientas de detección automatizada que evalúan las órdenes en tiempo real para distinguir correctamente las compras genuinas de las fraudulentas pueden ayudar a aumentar los ingresos, mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos por fraude – con el beneficio agregado de optimizar el proceso de aceptación de órdenes y mejorar la experiencia de compra del cliente.

Esto resulta muy importante especialmente para aquellas medianas empresas que posiblemente han invertido menos en herramientas contra el fraude que otras empresas más grandes. Los defraudadores tienden a migrar hacia comercios con programas para la detección de fraude menos precisos. Las empresas medianas enfrentan aún mayores riesgos de tener más costos por fraude ya que los defraudadores apuntan a aquellas en las que queden menos expuestos.

Esperamos que con este reporte haya podido comparar y analizar las prácticas de administración de fraude en su comercio, hacer un seguimiento de sus métricas indicadoras de fraude –incluidos los índices de fraude, contracargos, e índice de revisión manual– para implementar nuevas formas de mejorar sus estrategias integrales de administración de fraude. El comercio digital en América Latina sigue avanzando en los diferentes canales, y aquellos comercios que puedan reducir el riesgo de manera exitosa podrán aprovechar todas las oportunidades que trae el *eCommerce*.



Cómo Visa puede ayudarlo

La economía digital sigue avanzando y muchos comercios se ven obligados a revisar sus procesos de administración de fraude. Conforme los clientes interactúan con su negocio en los diferentes canales, y desde diversos dispositivos, necesitará adoptar un enfoque holístico hacia la administración de fraude. CyberSource puede ayudarlo desde la oferta de una amplia gama de soluciones para la prevención de fraude con las que podrá identificar el fraude de una manera más rápida, más precisa, y con menos necesidad de intervención manual. A continuación, algunas de estas soluciones.

CyberSource Enterprise Fraud Management

Una solución para la prevención de fraude en capas —desde el monitoreo de cuenta hasta la detección de fraude en transacciones, y desde la optimización de reglas hasta la autenticación del pagador— que ayuda a los comercios a minimizar las pérdidas por fraude, aumentar sus ingresos, y minimizar sus costos operativos. Optimice sus estrategias y modelos de evaluación de fraude —estén basados en relaciones o no—, llegue a todos los canales, a todos los dispositivos, o a diferentes niveles de servicio.

Decision Manager

Automatice y optimice sus operaciones contra el fraude con *Decision Manager* de CyberSource —la única plataforma para la prevención de fraude que cuenta con el radar de detección de fraudes más grande del mundo que incluye una base de datos tomada de más de 68 mil millones de transacciones que Visa y CyberSource procesan cada año. Aproveche su motor de reglas flexibles para adaptar reglas y modelos a su comercio en todos los canales de venta, incluidos sitios web, móviles, *call centers* y kioscos. Optimice los procesos contra el fraude con la tecnología *Real-Time Fusion Modeling* que fusiona métodos de aprendizaje automático de avanzada para lograr una puntuación precisa.

Decision Manager Replay

Con *Decision Manager Replay* de CyberSource, puede medir el impacto que pudiera tener cualquier modificación de reglas antes de su activación. *Decision Manager Replay*, pionero en la industria, le permite comparar de manera inmediata diferentes perfiles de reglas «what-if» con su propio historial de datos en vez de esperar meses para medir el impacto de los cambios de estrategias. *Decision Manager Replay* produce información en tiempo real sobre cambios en la disposición de la transacción y en los índices de fraude antes de poner en marcha los cambios de reglas.

Rules-Based Payer Authentication

Junto a *CardinalCommerce*, *Rules-Based Payer Authentication* de CyberSource le permite tomar el control de la experiencia del usuario mientras goza de los beneficios de *3-D Secure* tradicional, incluido el cambio de responsabilidad y la reducción de costos de intercambio. Ahora puede decidir cuándo es necesario solicitar protección de autenticación del pagador para protegerse del fraude y ofrecerles a sus clientes experiencias de *checkout* sin contratiempos.

Account Takeover Protection

El fraude por robo de cuenta es un tipo de amenaza *online* que avanza constantemente. Sucede cuando un defraudador logra tener acceso a los datos personales de la víctima para tomar el control de una cuenta existente o crear una nueva. El defraudador utiliza esa cuenta para llevar a cabo transacciones no autorizadas. *Account Takeover Protection* de CyberSource protege a consumidores y comercios de los usos fraudulentos de cuentas *online*. Ayuda a identificar a usuarios de alto riesgo durante la creación de cuentas e inicios de sesión, y monitorea cambios sospechosos en las cuentas. Con *Account Takeover Protection*, puede mantener las cuentas de sus clientes seguras y protegerlas de pagos *card-on-file* fraudulentos mientras optimiza el acceso a sus clientes autenticados.

Administración de fraude en programas de fidelización

El fraude en programas de fidelización es un desafío creciente en la economía digital mientras los comercios buscan lograr más clientes recurrentes con sus programas de fidelización y de recompensas. La solución de CyberSource para la prevención de fraude en programas de fidelización puede ayudarlo a proteger su negocio y a sus clientes desde el diagnóstico preciso de comportamientos fraudulentos durante todo el ciclo de vida del programa de fidelización y desde un entorno *online* más seguro para sus clientes participantes de estos programas.

Protéjase del fraude durante todo el ciclo del programa de fidelización, incluidas las compras y el canje de puntos, así como también la creación y actualización de cuentas y los inicios de sesión. La solución de CyberSource para la prevención de fraude en programas de fidelización es una combinación de algoritmos analíticos de avanzada, reglas adaptables, información de aproximadamente 68 mil millones de transacciones, y experiencia y conocimientos globales para optimizar la precisión en la evaluación de fraude. Gracias a su experiencia en la protección de puntos y millas en forma de dinero, CyberSource puede ayudarlo a reducir riesgos en su programa de fidelización.

Managed Risk Services

Complemente sus habilidades y recursos internos con el equipo mundial de especialistas en administración de fraude de CyberSource. Los consultores de administración de riesgo en cinco continentes lo ayudarán a optimizar los resultados del *Decision Manager* de CyberSource y a escalar sus operaciones. Esta red global de conocimientos ayuda a identificar nuevas tendencias de fraude antes de que afecten su actividad. Cuente con CyberSource como su socio de confianza para acompañarlo en el crecimiento de su negocio.

Acerca de nosotros

CyberSource Corporation, subsidiaria propiedad de Visa Inc., es una plataforma de administración de pagos globales. Más de **465.000** empresas en todo el mundo utilizan las soluciones de CyberSource y Authorize.Net para procesar pagos *online*, optimizar la prevención de fraude y simplificar la seguridad de pagos. Para más información, visite www.cybersource.com

América Latina y el Caribe

lac@cybersource.com

mexico@cybersource.com

brasil@cybersource.com

EUA y Canadá

sales@cybersource.com

Europa

uk@cybersource.com

Japón

sales@cybersource.co.jp

Asia Pacífico

ap_enquiries@cybersource.com