



Evaluación Del Riesgo De Fraude En Los Pagos

Revisa tu exposición al fraude de pagos y desarrolla estrategias para mantener tu negocio seguro.



Contenido

| | |
|--|----|
| ¿Por qué analizar tu riesgo de fraude en los pagos? | 3 |
| El marco de evaluación del riesgo de fraude en los pagos | 4 |
| Paso 1: Identifica los riesgos | 5 |
| Paso 2: Cuantifica los riesgos | 7 |
| Paso 3: Responde a los riesgos | 25 |
| Paso 4: Supervisa, revisa e informa | 29 |
| Enfoque de PayPal para administrar los riesgos y fraudes | 31 |

¿Por qué analizar tu riesgo de fraude en los pagos?

El fraude en los pagos y el ciberdelito es una preocupación real a nivel mundial en la que los estafadores utilizan funciones de "crimen como servicio" de la web oscura para atacar negocios de todos los tamaños, en todo el mundo.

Conforme los delincuentes se vuelven más sofisticados, las empresas deben mantenerse a la vanguardia o arriesgarse a estar cada vez más expuestas y sufrir mayores pérdidas.

No es solo la pérdida de ingresos lo que le cuesta a los negocios. También hay que considerar el tiempo y el costo de lidiar con los incidentes. Eso sin contar el costo intangible de la pérdida de confianza de los consumidores y el posible daño a la reputación de tu negocio.

Desafortunadamente, el fraude en línea es inevitable, pero puedes minimizar su impacto adoptando un enfoque estructurado para identificar cada área de riesgo, evaluar su probabilidad e impacto potencial, y definir una respuesta adecuada. Esos son los principales elementos de una evaluación del riesgo de fraude en los pagos, y esta guía te ayudará a comenzar.

**US\$1
billón**

es el costo anual del ciberdelito mundial.¹

4 de cada 10

negocios perdieron al menos el 6% de sus ingresos por fraude en los pagos en 2020.²

3.3 veces

Cada dólar perdido por fraude cuesta alrededor de 3.3 veces más en tiempo y otros gastos.³

1. Center for Strategic & International Studies (2020), [The Hidden Costs of Cybercrime](#).

2. FIS Worldpay (2021), [Global Payment Risk Mitigation](#).

3. LexisNexis (2020), [2020 True Cost of Fraud Study – E-Commerce/Retail Report](#).

El marco de evaluación del riesgo de fraude en los pagos

El fraude en los pagos se presenta de muchas formas. Algunos tipos de fraude son más comunes en diferentes industrias o en diferentes países. Seguir este marco te ayudará a analizar con solidez los riesgos que enfrenta tu negocio.

En el Paso 1, identificarás todas las diferentes áreas de riesgo de fraude de pagos que enfrenta tu negocio. En el paso 2, se analiza cada riesgo para evaluar su impacto potencial en tu negocio. En el Paso 3, veremos el desarrollo de estrategias para mitigar esos riesgos y, finalmente, en el Paso 4 crearemos una estructura para supervisar e informar continuamente sobre cada área.



01 Identifica los riesgos



02 Cuantifica los riesgos



03 Responde a los riesgos



04 Supervisa, revisa e informa

Paso 1

Identifica Los Riesgos



Paso 1

Identifica los Riesgos

Comienza pensando en los siguientes tipos comunes de riesgo de fraude. Considera si tu negocio se expone de forma potencial a cada uno de estos.

| Fraude | Nivel de exposición del negocio | | |
|---|---------------------------------|---------------------|-----------------|
| | Exposición nula | Exposición moderada | Exposición alta |
| Fraude de tarjeta de crédito | | | |
| Fraude de contracargos | | | |
| Suplantación de identidad/ Apropiación de cuenta | | | |
| Fraude amigable | | | |
| Prueba de tarjeta | | | |
| Fraude de afiliados | | | |
| Riesgos derivados de violaciones de datos | | | |
| Pérdida de ingresos debido a una mala experiencia del cliente | | | |
| Pérdida de ingresos debido a rechazos falsos | | | |
| Otros riesgos de fraude en los pagos | | | |
| Otros riesgos identificados | | | |
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| 4. | | | |

Paso 2

Cuantifica Los Riesgos



Paso 2

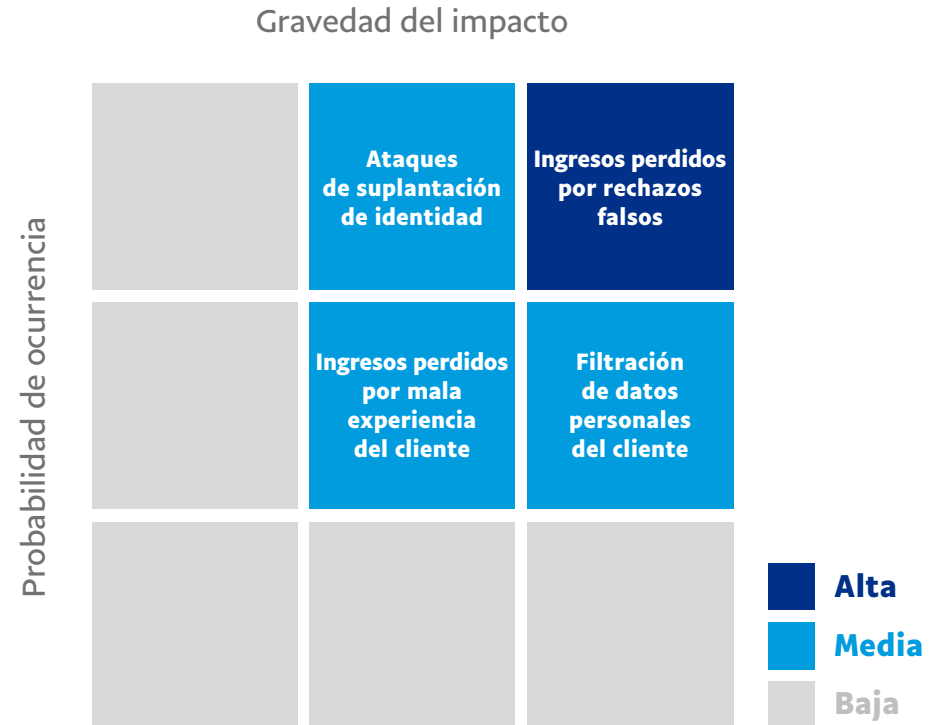
Cuantifica los Riesgos

Ahora que ya identificaste los riesgos potenciales a los que se enfrenta tu negocio, calculemos cuánto podrían afectarte.

Necesitamos considerar dos aspectos:

- Qué tan probable es que el evento ocurra, y
- Qué tan grave sería el impacto que sufriría tu negocio si ocurriera el evento

Analizaremos cada uno por separado antes de reunirlos todos en una matriz de evaluación de riesgos, como en este ejemplo.



(Considera que los riesgos enumerados aquí son solo ilustrativos y pueden ser diferentes, o estar en otras posiciones, para tu negocio).

Las siguientes preguntas te podrán ayudar a considerar cada riesgo en turno para decidir dónde se ubica dentro de la matriz de evaluación de riesgos.

Las siguientes fuentes de información te pueden ser útiles conforme revisas y evalúas cada uno.

Datos de la industria

¿Qué tan frecuente es cada tipo de riesgo dentro de tu sector empresarial?

Características de tu negocio

Considera si la forma en que opera tu negocio lo hace más o menos susceptible al fraude:

- ¿Manejas transacciones masivas de bajo valor o pocas de alto valor? Los bienes de mayor valor pueden ser más atractivos para los estafadores.
- ¿Tu base de clientes es nacional o internacional? A veces puede ser más difícil detectar el fraude de clientes ubicados en el extranjero.
- ¿Cuáles son los datos demográficos y comportamientos de tu cartera de clientes? Es importante equilibrar el riesgo con la experiencia del cliente. Por ejemplo, los clientes más jóvenes de la moda rápida tendrán menos paciencia con un proceso de pago que sea seguro pero lento y engorroso.

Historial de transacciones

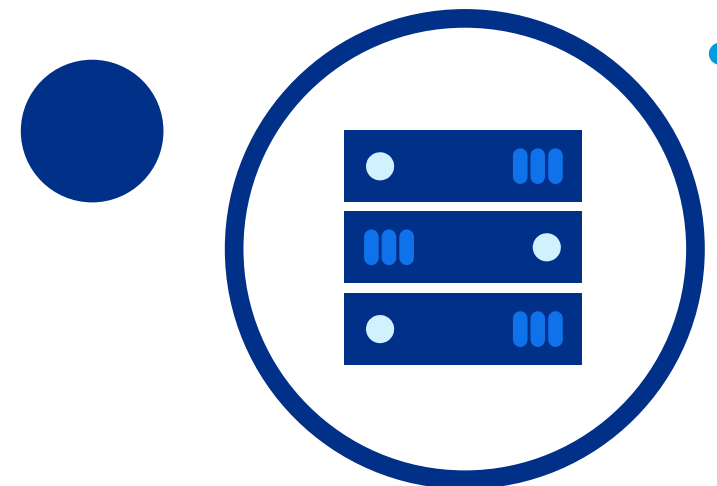
El historial puede ser un buen indicador de tu exposición al riesgo. Por ejemplo, ¿tu negocio ha tenido una alta proporción de contracargos en el pasado? ¿La tendencia es creciente o decreciente?

Información de tu plataforma de pagos

Tu procesador de pagos debe poder ayudarte con la información de rendimiento de tu negocio y tu sector.

Información de la industria de pagos

Los informes y análisis de especialistas en pagos como [PayPal](#) también pueden proporcionar información útil. A medida que evalúes el impacto del riesgo, asegúrate de incluir cualquier responsabilidad penal o reglamentaria y los antecedentes, tales como la situación financiera de tu negocio. Para cualquier posible riesgo, puede resultarte útil consultar con tus equipos de finanzas y TI.



Fraude de tarjeta de crédito

01

¿Qué porcentaje de tus transacciones en línea resultan ser fraudulentas? (Ten en cuenta que el promedio mundial de fraude con tarjeta no presente es del 10 al 13%⁴).

- < 10% 10 – 15% > 15%

02

¿Cuál es el costo histórico por administrar el fraude con tarjetas de crédito dentro de tu negocio? (Considera que, en promedio, las empresas gastan el 10% de sus ingresos de eCommerce en la administración del fraude en los pagos⁵)

- Bajo Medio Alto

03

¿Cuál es la tendencia histórica del fraude con tarjetas de crédito en tu negocio?

- Decreciente Estable Creciente

04

¿Cuál es la tendencia del fraude con tarjetas de crédito en tu industria?

- Decreciente Estable Creciente

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

4. Vesta (2021).

5. Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).



Fraude de contracargos

01

¿Qué porcentaje de tus transacciones en línea generan un contracargo? (Ten en cuenta que los promedios regionales de contracargos son: 3.8% en Latinoamérica, 3.6% en Asia-Pacífico, 2.6% en Europa y 2.2% en Norteamérica⁶).

- Menos del 3.5%
- 3.5% – 4.0%
- Más del 4.0%

02

El nivel de contracargos es una de las medidas utilizadas por las empresas de procesamiento de pagos para evaluar el riesgo comercial. ¿Tu plataforma de pagos ha expresado alguna preocupación sobre los niveles de contracargos dentro de tu empresa?

- No
- Sí

03

¿Cuál es el costo histórico de los contracargos en tu negocio?

- Bajo
- Medio
- Alto

04

¿Cuál es la tendencia histórica de los contracargos en tu negocio?

- Decreciente
- Estable
- Creciente

05

¿Cómo se compara esto con la tendencia de tu industria?

- Es mejor
- Casi igual
- Es peor

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja**
- Media**
- Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja**
- Media**
- Alta**

⁶ Cybersource (2021), 2021 Global Fraud Report.

Fraude por suplantación de identidad/apropiación de cuenta

01

¿Cómo clasificarías la ocurrencia de fraude por suplantación de identidad dentro de tu negocio?

- No es uno de nuestros cinco ataques de fraude más frecuentes.
- Es uno de nuestros cinco ataques de fraude más frecuentes.
- Este es nuestro tipo de ataque de fraude más común.

02

¿Cuál es el costo histórico de este riesgo para tu negocio?

- Bajo
- Medio
- Alto

03

¿Cuál es la tendencia histórica de los ataques de suplantación de identidad en tu negocio?

- Decreciente
- Estable
- Creciente

04

¿Cuál es la tendencia histórica de los ataques de suplantación de identidad en tu industria?

- Decreciente
- Estable
- Creciente

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja**
- Media**
- Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja**
- Media**
- Alta**

Fraude amigable

01

¿Qué porcentaje de pedidos resultan ser fraudes amigables dentro de tu negocio? (Ten en cuenta que los promedios regionales de fraude amigable son: 1.6% en Latinoamérica, 1.5% en Asia-Pacífico, 1.3% en Europa y 1.0% en Norteamérica⁷).

< 1.3% 1.3% - 1.8% > 1.8%

02

¿Cuál es el costo histórico del fraude amigable en tu negocio?

Bajo Medio Alto

03

¿Cuál es la tendencia histórica del fraude amigable en tu negocio?

Decreciente Estable Creciente

04

¿Cómo se compara esto con la tendencia de tu industria?

Es mejor Casi igual Es peor

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

Baja Media Alta

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

Baja Media Alta

⁷ Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).



Fraude por prueba de tarjeta

01

¿Cómo clasificarías la ocurrencia de fraude por prueba de tarjeta dentro de tu negocio?

- No es uno de nuestros cinco ataques de fraude más frecuentes.
- Es uno de nuestros cinco ataques de fraude más frecuentes.
- Este es nuestro tipo de ataque de fraude más común.

02

¿Cuál es el costo histórico del fraude por prueba de tarjeta para tu negocio?

- Bajo
- Medio
- Alto

03

¿Cuál es la tendencia histórica del fraude por prueba de tarjeta en tu negocio?

- Decreciente
- Estable
- Creciente

04

¿Cuál es la tendencia histórica del fraude por prueba de tarjeta en tu industria?

- Decreciente
- Estable
- Creciente

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja
- Media
- Alta

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja
- Media
- Alta



Fraude de afiliados

01

¿Qué porcentaje de tu presupuesto de publicidad se pierde debido al fraude de afiliados? (Ten en cuenta que, según Forrester, el 69% de las marcas que gastan \$1 millón por mes informó que al menos el 20% de su presupuesto se perdía a causa del fraude publicitario digital⁸).

- < 15% 15 – 25% > 25%

02

¿Cuál es el costo histórico del fraude de afiliados para tu negocio?

- Más bajo que el actual
- Casi el mismo que el actual
- Más alto que el actual

03

¿Cuál es la tendencia de la industria para el fraude de afiliados?

- Decreciente Estable Creciente



Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

⁸. Business of Apps (2021), [Ad Fraud Statistics \(2021\)](#).

Riesgos derivados de violaciones de datos

Para esta pregunta, quizá debas consultar con el encargado de sistemas o el controlador de datos de tu empresa.

01

¿Tu negocio cumple con la legislación de privacidad y protección de datos en tus mercados objetivo (como el RGPD de la Unión Europea, la PDPA de Singapur y la LGPD de Brasil)?

- Sí, estamos seguros de que cumplimos con la legislación pertinente en nuestros mercados objetivo.
- Cumplimos con la legislación local y la de nuestros principales mercados, pero no estamos seguros acerca de otros mercados.
- Necesitamos hacer más trabajo para garantizar nuestro cumplimiento normativo.

02

¿Con qué frecuencia ha sufrido tu negocio violaciones de datos o legislativas en el pasado?

- Nunca
- Casi nunca
- Frecuentemente

03

¿Cuál es el daño potencial a la reputación que podría sufrir tu negocio por una violación de datos o legislativa?

- Bajo
- Medio
- Alto

04

¿Cuáles son las posibles multas o medidas reglamentarias a las que se enfrenta tu negocio en caso de incumplimiento de la legislación sobre datos o privacidad?

- Mínimas
- Moderadas
- Graves

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja
- Media
- Alta

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja
- Media
- Alta



Pérdida de ingresos debido a una mala experiencia del cliente

01

¿Tu negocio ha calculado la pérdida de ingresos debido a una mala experiencia del cliente (CX) causada por medidas de prevención del fraude?

- Sí No

02

¿Hasta qué punto puedes atribuir el abandono del carrito al pagar a la fricción y una CX deficiente?

- No vemos ninguna correlación entre el abandono del carrito al pagar y la experiencia del cliente.
- Hay un efecto moderado de la fricción y una CX deficiente que provoca el abandono del carrito al pagar.
- Una CX deficiente al momento de pagar es una causa grave de pérdida de ingresos para el negocio.

03

¿En qué medida la fricción al pagar da como resultado que los clientes no regresen, lo que reduce el valor de vida del cliente (CLV)?

- No vemos ningún efecto en la retención de clientes o CLV que surja de la fricción al momento de pagar.
- Hay una reducción moderada en el CLV que surge de la fricción al momento de pagar.
- La fricción al momento de pagar es una causa grave de pérdida de clientes y un CLV más bajo.

Pérdida de ingresos debido a una mala experiencia del cliente

04

¿La solución actual de administración de fraudes de tu negocio te brinda la información y el control para equilibrar el riesgo con la experiencia del cliente?

- Sí No

05

En tu mercado, ¿crees que la experiencia del cliente se está volviendo más o menos importante?

- Menos importante. Los clientes están más preocupados por otros factores como el precio.
- Casi igual que antes.
- Más importante. Con más opciones, los clientes exigen una mejor experiencia con menos fricciones.

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

Pérdida de ingresos debido a rechazos falsos

01

¿Cuál es la tasa general de pago o rechazo de pedidos de tu negocio? (Ten en cuenta que la tasa de rechazo promedio mundial es del 3.0% para pedidos nacionales y del 5.6 % para los internacionales⁹).

- < 3.0% de los pedidos son rechazados
- 3.0% – 7.0% de los pedidos son rechazados
- > 7.0% de los pedidos son rechazados

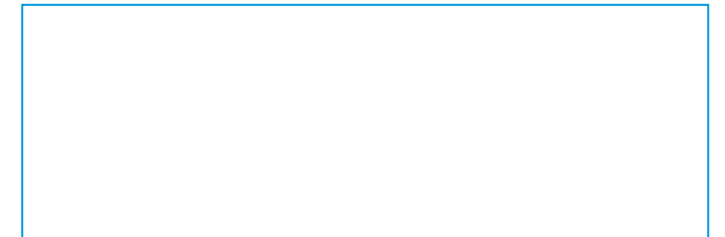
02

Si mides tu tasa de rechazos falsos/falsos positivos (es decir, pagos rechazados automáticamente que en realidad son legítimos), ¿cuál es tu tasa promedio? (Ten en cuenta que el 60% de los negocios estiman que su tasa de rechazos falsos está entre el 1.1 y el 5%¹⁰).

- Nuestro negocio no mide la tasa de rechazos falsos.
- < 2% de nuestras transacciones rechazadas son rechazos falsos
- 2% – 5% de nuestras transacciones rechazadas son rechazos falsos
- > 5% de nuestras transacciones rechazadas son rechazos falsos

03

Según tu tasa de rechazo de pedidos/pagos y el porcentaje de esos rechazos que en realidad eran legítimos, ¿cuál sería el valor de mejorar las tasas de aprobación de pagos en solo un 1%?



⁹. Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).

¹⁰. Aite Group, cited by Kount (2021), [What you need to know about false positives...](#)

Pérdida de ingresos debido a rechazos falsos

04

¿La solución actual de administración de fraudes de tu negocio te permite ajustar la sensibilidad al riesgo para equilibrar el apetito al riesgo de tu compañía y las necesidades de experiencia del cliente?

- Sí No

05

¿Tu solución actual para la prevención del fraude se adapta y ajusta activamente en función de las tendencias de los datos (es decir, utiliza inteligencia artificial y Machine Learning)?

- Sí No

06

¿Tu solución actual de prevención del fraude aprende y se adapta activamente a las tendencias de fraude en función de un conjunto de datos de toda la industria (en lugar de limitarse a datos internos)?

- Sí No

07

¿Cuál es la tendencia histórica de tus tasas de rechazo de pagos/pedidos?

- Decreciente Estable Creciente

08

¿Cuál es la tendencia histórica de tus tasas de rechazos falsos?

- Decreciente Estable Creciente

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

- Baja** **Media** **Alta**



Otros riesgos de fraude en los pagos a considerar

El panorama de los pagos está cambiando rápidamente, pero los delincuentes siempre están buscando nuevas oportunidades para robar dinero. Al considerar las formas en que tu negocio está expuesto al riesgo de fraude en los pagos, asegúrate de considerar las nuevas opciones de pago que tus clientes pueden estar adoptando, como Comprar ahora y pagar después (BNPL) y las criptomonedas.

También es útil pensar de manera más amplia sobre cómo los ataques de fraude podrían afectar otras relaciones comerciales, como la que tienes con tu plataforma de pagos.

Las siguientes preguntas te ayudarán a considerar estos riesgos emergentes.

01

Enumera las opciones de pago nuevas o adicionales que tu negocio ha comenzado a ofrecer en los últimos 12 meses (como BNPL, criptomonedas, etc.).

1

2

3

02

Para cada una de estas, ¿qué responsabilidades adicionales absorbe tu negocio (por ejemplo, incumplimiento de pago de crédito, exposición a las leyes contra el lavado de dinero, tasas de conversión de divisas, etc.)?

1

2

3

03

¿Cuál es la tendencia de la industria para el fraude relacionado con estas opciones de pago?

1 Decreciente Estable Creciente

2 Decreciente Estable Creciente

3 Decreciente Estable Creciente



Otros riesgos de fraude en los pagos a considerar

04

Enumera otras relaciones comerciales que pueden verse afectadas por tu exposición al fraude en los pagos (como tu plataforma de pago, bancos, proveedores, etc.).

1

2

3

05

Para cada una, considera cómo tu relación comercial podría verse afectada por la experiencia de fraude en los pagos de tu empresa (como precios más altos, términos y condiciones más costosos, etc.).

1

2

3

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podrían afectar estos riesgos a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que estos riesgos afecten a tu negocio?

Baja **Media** **Alta**

¿Cómo clasificarías la gravedad de estos riesgos para tu negocio?

Baja **Media** **Alta**



Otros riesgos

Copia esta hoja genérica y utilízala para otros riesgos que hayas identificado.

01

¿Cuál es la ocurrencia histórica de este riesgo en tu negocio?

Baja Media Alta

02

¿Cuál es el costo histórico de este riesgo para tu negocio?

Bajo Medio Alto

03

¿Cuál es la tendencia histórica para tu negocio?

Decreciente Estable Creciente

04

¿Cuál es la tendencia de la industria?

Decreciente Estable Creciente

Habiendo considerado tus respuestas a las preguntas anteriores, calcula cuánto podría afectar este riesgo a tu negocio en las siguientes preguntas de evaluación de riesgos.

¿Cómo clasificarías la probabilidad de que este riesgo afecte a tu negocio?

Baja Media Alta

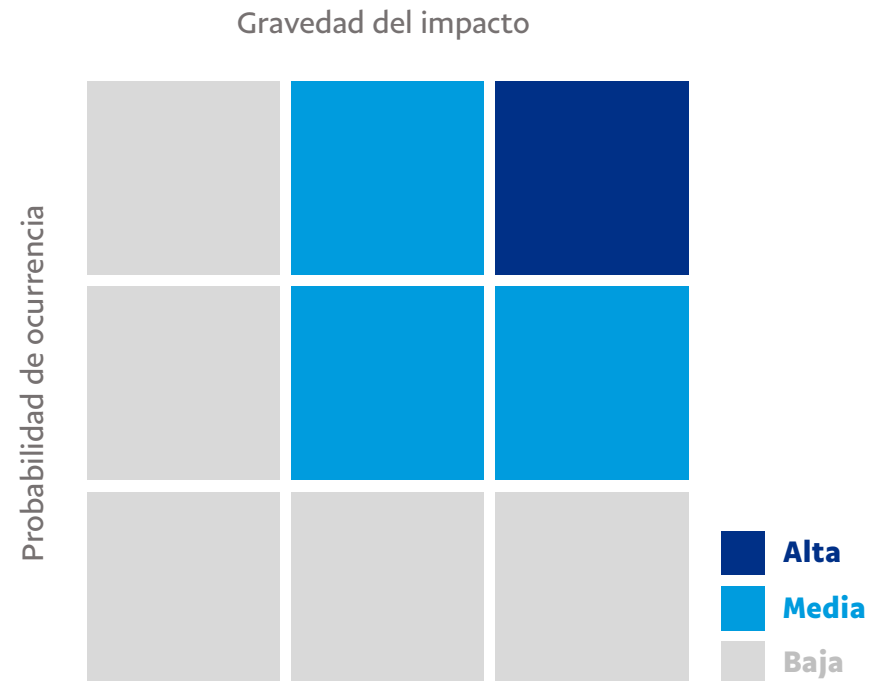
¿Cómo clasificarías la gravedad de este riesgo para tu negocio?

Baja Media Alta



Juntemos todos los datos

De las hojas de trabajo anteriores, reúne tus clasificaciones de Probabilidad y Gravedad en esta tabla.



| Riesgo | Probabilidad de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|--|----------------------------|----------------------|
| Fraude de tarjeta de crédito | | |
| Fraude de contracargos | | |
| Fraude por suplantación de identidad/ apropiación de cuenta | | |
| Fraude amigable | | |
| Fraude por prueba de tarjeta | | |
| Fraude de afiliados | | |
| Riesgos derivados de violaciones de datos | | |
| Pérdida de ingresos debido a una mala CX | | |
| Pérdida de ingresos debido a rechazos falsos | | |
| Otros riesgos de fraude en los pagos | | |
| Otros riesgos... | | |

Ahora, traza los riesgos en esta matriz de evaluación de riesgos.

Paso 3

Responde a Los Riesgos



Paso 3

Responde a los Riesgos

Antes de desarrollar estrategias para responder a los riesgos identificados en la sección anterior, es recomendable considerar las siguientes preguntas.

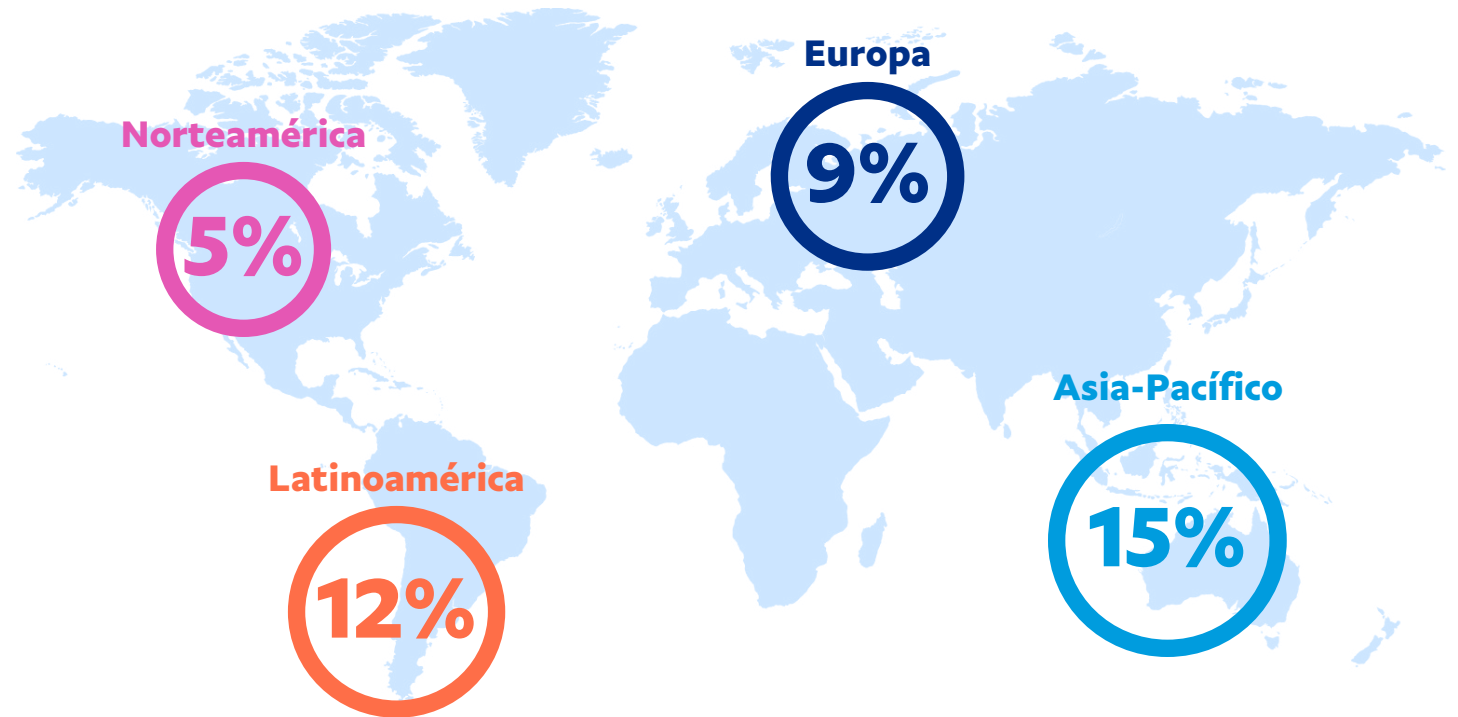
¿Qué importancia tiene la administración del fraude para tu estrategia comercial general?

- Extremadamente importante
- Algo importante

¿Qué porcentaje de tus ingresos anuales de eCommerce se gasta actualmente en la administración del fraude en los pagos? (Ten en cuenta que el promedio mundial es de alrededor del 10%¹¹).

- < 7%
- 7% - 13%
- > 13%

Según el informe Cybersource Global Fraud,¹² las grandes empresas gastan un promedio del 10%. Para todos los negocios, los promedios regionales son:



Desarrollo de estrategias de mitigación de riesgos

Con base en tu análisis, puede haber algunas actividades que decidas terminar porque el riesgo es demasiado grande. En otros casos, el riesgo puede ser tan pequeño que quizá decidas no hacer nada y simplemente asumir la pequeña pérdida si se presenta.

Inclúyelas en estas tablas.

Actividades que se deben terminar porque representan un gran riesgo

| |
|--|
| |
|--|

Actividades de bajo riesgo que no requieren una estrategia de mitigación

| |
|--|
| |
|--|

Para las actividades restantes y los riesgos potenciales, desarrolla estrategias de mitigación de riesgos adecuadas. Quizá descubras que una sola estrategia abarca varias áreas de riesgo juntas, mientras que otras necesitan una estrategia específica.

Las estrategias que diseñes dependerán de la naturaleza de tu negocio, pero te pueden ser útiles las siguientes ideas.

Examina y revisa los datos requeridos del cliente

Es una buena práctica minimizar la información que necesite ingresar un cliente para configurar su cuenta. También debes aplicar una política de contraseña segura y utilizar la autenticación de múltiples factores como 3DSecure.

Para los pagos de los clientes, considera ofrecer una amplia gama de métodos de pago, incluyendo aquellos, como [PayPal](#), que no requieran que los clientes ingresen la información de su tarjeta y sus datos personales en tu sitio.

Revisa tu tecnología de pago

Muchas empresas grandes administran la tecnología de pago internamente, frecuentemente de varias plataformas de pago y que se ha ido construyendo con el tiempo. Esto puede generar riesgos y demoras en los procesos de pago, lo que resulta en una mala experiencia del cliente, tasas de fraude más altas y pérdida de ingresos.

Quizá sea el momento de considerar las ventajas de cambiar a un único proveedor de pago, como [PayPal](#), que puede proporcionar una amplia gama de opciones de pago desde una solución modular fácil de integrar.

Actualizar tu tecnología de pago y de prevención antifraude puede convertirse en una estrategia atractiva una vez que hayas calculado el riesgo característico de los sistemas más antiguos.

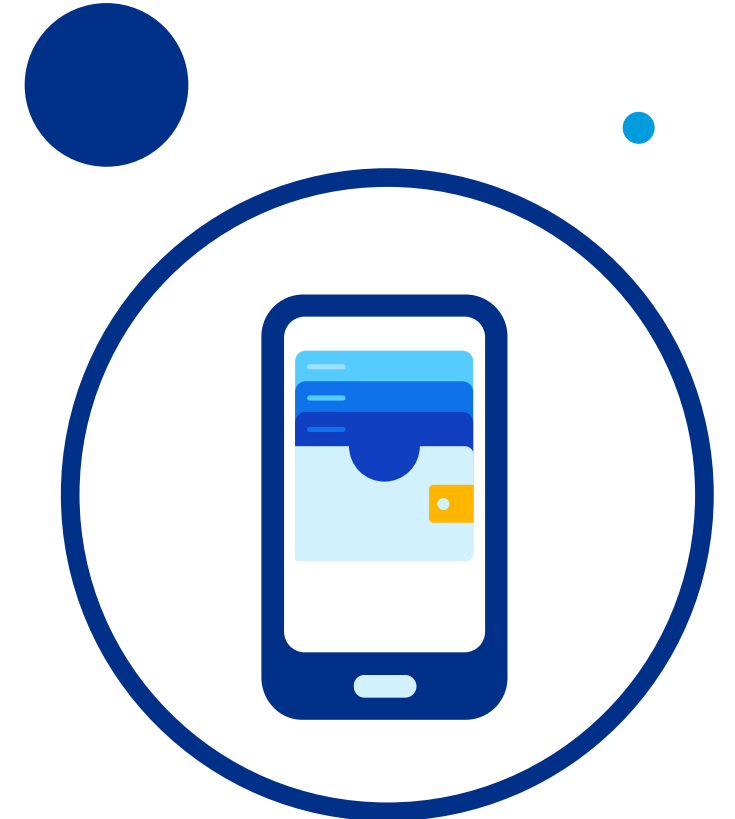
Revisa tu tecnología de prevención antifraude

Con frecuencia, las herramientas heredadas de prevención antifraude han tenido problemas para estar a la altura de la sofisticación de la industria del fraude internacional actual, y muchas empresas se están cambiando a soluciones de administración de riesgos adaptables.

Impulsadas por Machine Learning y, en el caso de PayPal, capacitadas en grandes volúmenes de datos en tiempo real, estas soluciones pueden ser formas rápidas, ágiles y efectivas de administrar el riesgo de fraude.

En los últimos tres años, utilizando su avanzada tecnología de prevención antifraude, PayPal ha podido mejorar su tasa de autorización global en más de 300 puntos básicos (bps) para su procesamiento de marca. Para los nuevos usuarios que se registran en PayPal, las tasas de autorización se han mejorado en un promedio de 600 (bps).¹³

Las tasas de aprobación de pago más altas significan más ingresos y clientes más satisfechos para tu negocio.



¹³ PayPal (2020), [How Data Science, Machine Learning and Artificial Intelligence Lead to Higher Authorization Rates](#).

Paso 4

Supervisa, Revisa e Informa



Paso 4

Supervisa, Revisa e Informa

Cuando hayas implementado tus estrategias de mitigación de riesgos y mejorado el perfil de riesgo general de tu empresa, es importante programar una revisión periódica.

El ciberdelito evoluciona rápidamente y constantemente desarrolla nuevas formas de estafar, por lo que cada negocio necesita mantener su perfil de riesgo bajo supervisión, ya sea mediante un programa continuo de monitoreo o una revisión regular (posiblemente trimestral) del ejercicio que acabas de realizar.

Cada revisión debe comenzar desde el principio para identificar amenazas emergentes. También debe incluir una verificación de las estrategias

que implementaste para garantizar que aún estén funcionando y sean adecuadas para enfrentar la amenaza en evolución.

También es recomendable incorporar esta revisión en las rutinas de informes de administración de la empresa. Esto garantiza que el riesgo de fraude y la prevención antifraude sean una prioridad para todos, desde tu equipo de liderazgo sénior hasta el personal que maneja transacciones y enfrenta amenazas de fraude día a día.

Tener en mente el fraude también ayuda a identificar nuevos riesgos conforme surgen, lo que te permite enfrentarlos rápidamente antes de que se conviertan en problemas mayores.



Enfoque de PayPal para administrar riesgos y fraudes



Enfoque de PayPal para administrar los riesgos y fraudes

Con más de 20 años de experiencia en pagos, la tecnología de PayPal está diseñada para reducir el riesgo de fraude y, al mismo tiempo, aumentar la confianza de los clientes para que compren.

Todo el mundo conoce y confía en la marca PayPal. Los clientes aprecian el hecho de que nunca se compartan sus datos personales. Pueden beneficiarse de la protección al Comprador de PayPal y de una experiencia de pago diseñada para brindar la sencillez y seguridad que esperan los compradores de hoy en día.

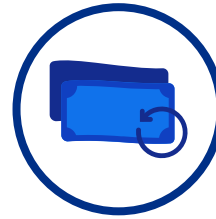
Los negocios pueden beneficiarse de la protección al Vendedor de PayPal y de los estándares de prevención antifraude como 3DSecure. Con PayPal, los vendedores pueden ofrecer una amplia gama de métodos de pago (incluyendo los alternativos) con una única integración. Se pueden activar métodos de pago adicionales cuando sea necesario, sin necesidad de remodelar o reintegrar su solución de pago. Eso hace que sea más fácil satisfacer, o anticiparse, a las expectativas cambiantes de los clientes sin comprometer la seguridad.



[PayPal](#) también ofrece funciones avanzadas de protección contra el fraude. Nuestra red de más de 400 millones de usuarios activos en todo el mundo proporciona una rica fuente de datos que alimenta a nuestros modelos de Machine Learning para una protección contra el fraude más precisa, adaptable y en tiempo real. Como resultado, hay menos rechazos de transacciones innecesarios y menos posibilidades de tratar inadvertidamente a tus clientes legítimos como estafadores.

El conjunto masivo de datos de comercios de [PayPal](#), las técnicas avanzadas de Machine Learning y los conocimientos en ciencia de datos también agilizan la identificación de actividades fraudulentas de tendencia reciente y actúan en consecuencia en todos los demás comercios de la red.

Los resultados de la administración de riesgos avanzada de PayPal pueden incluir:



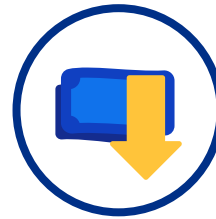
Menos contracargos



Menores tasas de falsos positivos



Menos fricción con el cliente



Menores pérdidas por fraude



Eficiencia operativa mejorada



Experiencias de cliente optimizadas

Nuestras relaciones globales con bancos, adquirentes y reguladores también nos colocan en una buena posición para detectar el fraude antes de que ocurra.

Para las empresas, PayPal tiene un conjunto de herramientas integrado en PayPal Commerce Platform, diseñado para proporcionar a los comercios más visibilidad y control sobre el proceso de decisión de las transacciones.

Obtén más información sobre cómo PayPal ayuda a las empresas a administrar el riesgo y mantener el cumplimiento normativo [aquí](#).

El contenido de este artículo se proporciona únicamente con fines informativos. Te recomendamos obtener asesoría comercial, fiscal, financiera y legal de forma independiente antes de tomar cualquier decisión de negocios.



Referencias

- ¹ Center for Strategic & International Studies (2020), [The Hidden Costs of Cybercrime](#).
- ² FIS Worldpay (2021), [Global Payment Risk Mitigation](#).
- ³ LexisNexis (2020), [2020 True Cost of Fraud Study – E-Commerce/Retail Report](#).
- ⁴ Vesta (2021).
- ⁵ Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).
- ⁶ Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).
- ⁷ Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).
- ⁸ Business of Apps (2021), [Ad Fraud Statistics \(2021\)](#).
- ⁹ Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).
- ¹⁰ Aite Group, cited by Kount (2021), [What you need to know about false positives...](#)
- ¹¹ Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).
- ¹² Cybersource (2021), [2021 Global Fraud Report](#).
- ¹³ PayPal (2020), [How Data Science, Machine Learning and Artificial Intelligence Lead to Higher Authorization Rates](#).

Gracias