



Claves para una lucha efectiva contra el fraude digital

Autora: **Rita Estévez Luaña**, CEO y Market President España y Portugal de Experian

La digitalización acelerada del último año ha sido uno de los factores clave para superar la pandemia tan terrible que hemos y estamos viviendo. **La incorporación de las tecnologías digitales a nuestro día a día ha permitido que pudiésemos seguir trabajando, comunicándonos e incluso ir al médico o comprar de una forma virtual.** En general, la digitalización ha supuesto nuevas oportunidades de negocio para las compañías y una fuente indudable de eficiencia y competitividad. Se ha puesto de relevancia la necesidad y virtud del Dato para conocer a un cliente no analógico. En todos los sectores y compañías de todos los tamaños. Pero la digitalización también ha puesto de manifiesto los riesgos tan relevantes y **carencias a las que se enfrentan nuestras empresas a la hora de actuar en un entorno digital.**

Este último año, uno de los desafíos más difíciles ha sido el de garantizar la seguridad ante al aumento de las vulnerabilidades informáticas que abren la puerta a los hackers. Temas como **la sofisticación de los ciberataques, fraudes online y suplantaciones de identidad que traen consigo, han sido de máxima actualidad.**

En uno de sus últimos informes, Experian, que acaba de ser nombrada por la reconocida consultora KuppingerCole, como compañía líder en prevención del fraude, realizó un estudio entrevistando a más de 150 responsables en materia de prevención del fraude de grandes compañías en Europa, Oriente Medio y África. Los resultados muestran que **más de la mitad (51%) admite no poder hacer frente a los nuevos tipos de fraude**, y alrededor de un tercio asegura que su volumen de fraude ha aumentado más rápidamente que la implicación de los equipos involucrados para hacerle frente.

Las empresas han sido conscientes de que la rapidez a la que avanza el mundo del ciberfraude supera lo que cada una de ellas puede combatir de forma individual. Por tanto y conforme al dicho la unión hace la fuerza, **compartir datos no competitivos ayuda a prevenir el fraude**, es rentable para las empresas y beneficioso para el usuario. Hoy ya son pocos los ejecutivos que cuestionan las ventajas de implementar iniciativas de intercambio de datos de fraude.

Así, de los responsables que participaron en la encuesta del informe y que dijeron que aún no formaban parte de una iniciativa de intercambio de datos, casi tres cuartas partes (73%) se mostraron a favor de formar parte de tal iniciativa y reconocieron sus beneficios. Y, de hecho, en los más de 15 años de experiencia de Experian en la gestión de sistemas de compartición de datos para prevenir el fraude en nuestro país, se observa una mejora del 45% en las métricas de gestión como resultado de la participación en un sistema de compartición de datos, en comparación con el análisis en exclusiva de los datos propios de la organización. Ya **son muchas las compañías que apuestan por compartir datos de fraude con otras organizaciones** del mismo sector y con diferentes sectores para conseguir una radiografía más general de los intentos de fraude con el fin de erradicarlo.

Esta es una práctica impulsada desde compañías referentes del sector y que promueve también la Asociación Española de Empresas Contra el Fraude (AEECF), una asociación sin ánimo de lucro que lidera iniciativas de intercambio de datos de fraude entre entidades con un objetivo común: la prevención y lucha contra el fraude, y de la cual soy presidenta.

Otro de los factores más valorados en la encuesta y que se convierte más que nunca en un elemento fundamental para combatir la sofisticación de los sistemas de ataque o la complejidad de los escenarios posibles, es la Analítica Avanzada o modelos predictivos basado en técnicas de Machine Learning. Para lo cual también será imprescindible que el tejido empresarial tenga acceso a cuanta información mercantil, de autónomos y de particulares se necesite, para poder prever y prevenir el fraude de forma óptima y asegurar con ello la protección de la identidad del usuario.

La tecnología que lo posibilita está ahí para todos. Empresas de todos los tamaños pueden beneficiarse del acceso a la información e innovación a través de soluciones digitales que mejoran la toma de decisiones, obteniendo una mayor predictibilidad ante la incertidumbre. En nuestra experiencia, el valor diferencial se encuentra en el acceso a una tecnología innovadora, ágil, pero de una forma rápida, simplificada y sin fricciones. Mejorando de hecho la ejecución de procesos online en tiempo real, con total transparencia para las partes participantes, mejorando la confianza de los clientes y usuarios del servicio.

Muchos de los retos a los que se enfrentan las empresas al operar y crecer en un contexto digital no desaparecerán en el corto plazo. No por ello se ha de prescindir de esta gran oportunidad de negocio y competitividad. Existen soluciones innovadoras para predecir y prevenir el fraude, que, combinando datos tradicionales y alternativos, compartidos y modelizados con técnicas avanzadas de análisis, ayudan a tomar las mejores decisiones de la forma más segura tanto para la compañía como para el consumidor.

Fuente: El Economista