

¿Cómo reducir tu tasa de contracargos a menos del 1%? Así lo consiguió esta empresa

- *Innovasport, líder en la industria del retail deportivo, consiguió elevar su porcentaje de aprobación en un 12% gracias a una alianza estratégica con Adyen.*

CIUDAD DE MÉXICO. 25 de enero de 2021.- El comercio electrónico en México fue el protagonista del año 2020 en cuanto a retail. Con un crecimiento de hasta 300% en el volumen de ventas durante el año pasado, por la pandemia, los distintos comercios apuntaron hacia sus tiendas en línea para ganar la preferencia de los clientes.

Pero hacerlo también conlleva retos importantes, uno de los principales que las empresas enfrentan actualmente en México son los **contracargos**, aquellos pagos con tarjeta en los que el banco emisor inicia un proceso de aclaración que resulta en un fallo en contra del comercio, es decir, el monto de venta debe ser devuelto al tarjetahabiente luego de que el producto o servicio ya fue entregado.

Esto tiene un efecto de doble pérdida para el comercio: no solo se deben devolver los fondos al tarjetahabiente, sino que también se pierde el producto o el servicio entregado en muchas ocasiones en manos de los defraudadores o de compradores abusivos que toman ventaja del proceso de aclaración.

En México todas las transacciones de comercio electrónico (también conocidas como *de tarjeta no presente*) en las que el comprador no es autenticado son responsabilidad del vendedor. Es decir, si el comercio no solicita al banco emisor autenticar a su tarjetahabiente al momento de la compra (a través de herramientas como 3DSecure), y posteriormente la transacción resulta en un proceso de aclaración, el comercio deberá asumir la pérdida. En México más del 99% de las solicitudes de aclaración se atribuyen al fraude, es decir, que la información de la tarjeta **fue comprometida por un defraudador**.

Este tipo de aclaraciones son recurrentes en México, donde en el tercer trimestre de 2020 representaron un total de \$319,818,390 en compras con tarjetas de débito, según [la Condusef](#).

Es en este contexto, **Innovasport**, tienda de productos deportivos con sucursales en todo el país, inició una alianza estratégica con **Adyen** para hacer uso de la tecnología de pagos más avanzada en el mercado, para autenticar y reconocer a los compradores legítimos, haciendo más preciso el criterio de rechazo por sospecha de fraude y disminuir los contracargos.



La empresa implementó la solución [RevenueProtect](#), de Adyen que combina inteligencia artificial, con relacionamiento de eventos, autenticación dinámica y revisiones manuales, para automatizar el proceso de reconocimiento de clientes legítimos y operaciones fraudulentas con el fin de **incrementar la tasa de autorización bancaria de sus transacciones**.

Lo anterior incrementa la precisión de la estrategia anti-fraude y logra que el comercio envíe a la red de pagos un volumen cada vez más alto de transacciones legítimas, lo que aumenta la confiabilidad y, en consecuencia, la tasa de aprobación

Los resultados para Innovasport fueron notables: lograron reducir en un año el porcentaje de contracargos a menos del 0.50%. Con la tecnología de Adyen, el grupo obtuvo un mejor análisis de datos de sus transacciones y una comprensión más profunda del comportamiento de los defraudadores al acecho de su canal de ventas en línea.

Pudieron identificar, por ejemplo, que más del 30% de sus transacciones fraudulentas se realizaban con tarjetas emitidas en más de 50 países en los que figuran Zimbabwe, Grecia, Nepal y Omán, entre otros. También detectaron que las direcciones IP de dichos defraudadores tenían origen en más de 20 países en los que no comercializan sus productos, tales como Singapur, Venezuela, Jordania y Belice, lo que hizo evidente que el comercio se enfrentaba a una operación sistemática de fraude de escala global.

Bloqueando estas transacciones, Innovasport logró incrementar su aprobación más del 12% y reducir el contracargo de 17% a 1.5% en los primeros 3 meses (agosto - noviembre 2019).

“La plataforma de Adyen nos ayudó a tener una perspectiva cada vez más asertiva sobre los riesgos y las necesidades que teníamos para combatir el fraude y reducir los contracargos registrados. Nuestra visión comercial evolucionó gracias a la posibilidad de generar una estrategia correcta para deshacernos de este tipo de problemas y, a su vez, mejorar la experiencia de compra para nuestros clientes en las distintas ciudades en las que tenemos presencia”, indicó **Sergio Borrego Director de Suministro e Innovación de Innovasport**.

Por su parte, **Erick McKinney, Country Manager de Adyen México**, comentó que *“la ventaja de tener a la mano soluciones como **RevenueProtect**, de Adyen, radica en que el comercio puede detectar el fraude online mediante el análisis de datos de los compradores y las transacciones en una sola plataforma, además de que, conforme un comercio procesa más transacciones, se identifican patrones y comportamientos más rápido, lo que lo vuelve cada vez más preciso diferenciar el fraude de una venta legítima”*.

Durante periodos de ofertas y temporadas de alta demanda, los compradores suelen aumentar la frecuencia con la que compran tanto online como en establecimientos físicos, así como los montos de sus transacciones. Es por eso que los negocios necesitan tener a la mano herramientas que les ayuden a protegerse y cuidar a sus clientes, ya que en ocasiones este



tipo de barreras pueden generar pérdida de *engagement* y lealtad del consumidor hacia el comercio.

####

Acerca de Adyen

Adyen (AMS: ADYEN) es la plataforma de pagos preferida por las compañías de mayor crecimiento alrededor del mundo, ofrece una moderna infraestructura de punta a punta que elimina fronteras y entrega la mejor experiencia de compra para los consumidores, sin importar el lugar o momento. Adyen integra los servicios de entrada , software anti fraude y adquirente, abriendo así la “caja negra” con los insights que las empresas necesitan para alcanzar una mayor tasa de conversión.

Con oficinas alrededor del mundo Adyen cuenta con clientes como Uber, eBay, Spotify y Cabify, entre otras, impactando a millones de consumidores a lo largo del mundo.

Síguenos:

Facebook: <https://www.facebook.com/AdyenPayments/>

Twitter: <https://twitter.com/Adyen>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/adyen/>

Contacto para prensa:

Another Company

Salvador Sánchez/ Ejecutivo de cuenta

Cel: (+52 1) 55 4582 7151

salvador.sanchez@another.co