



## XXVIII Congreso Latinoamericano de Seguridad Bancaria - CELAES

Lima, 25 - 26 de Noviembre, 2013

# Prevención de Fraude en Crédito de Consumo y Pyme

Organizado por



**Jose Luis Vargas**  
Partner, Director – FICO LAC  
+786 942-5888  
[JoseVargas@fico.com](mailto:JoseVargas@fico.com)

# Los retos de los bancos relativos a fraudes en la actualidad



Ataques de fraude desde **distintos ángulos**

Cambios en la **regulación**

Más servicios **bancarios remotos**

Fraudes no detectados **en distintos canales**

Cómo combatir el fraude **holísticamente**

Más **canales**

Más **riesgos**

**Infraestructura** preexistente

# ¿Cómo se pueden clasificar los fraudes?



## Tipo de Fraude

- El tipo general de fraude que está siendo perpetrado
- Ejemplos (terceros, primeras partes, partes internas, vendedores etc..)



## Técnica de Fraude

- Las formas en que el fraude está siendo perpetrado
- Fraude de Solicitud, Falsificación, Skimming, Ingeniería Social, Phishing etc..)



## Motivación del Fraude

- ¿Por qué el fraude está siendo perpetrado?
- Ej. para Ganancia Financiera, Venganza, Robin Hood, Kudos etc..



## Canal de Fraude

- ¿A través de qué canal el fraude está siendo perpetrado?
- Ej. Sucursal, POS, Internet/En línea etc..



## Objetivo del Fraude

- ¿Qué productos / servicios son objeto del fraude?
- Tarjetas de Crédito, Cuentas minoristas, Prestamos, Datos del Cliente etc..

# Retos del Fraude de Solicitudes



19 de cada 10.000 solicitudes resultaron ser fraudulentas  
+ de 475.000 nuevas aperturas de cuenta en línea al mes sólo en los EE.UU.

Los fraudes reportados de solicitudes exceden \$ 67B por año

***“La reciente crisis económica, junto con la aparición de nuevos tipos de pago y tecnologías ha permitido la aparición de estafadores de todo tipo, desde los novatos desesperados por dinero en efectivo a los manipuladores tecnológicos más sofisticados de la industria”***

» *Guía de Ovum para Soluciones contra el Crimen financiero en Banca Minorista , Octubre de 2011*

- » **FICO® Infoglide™ Identity Resolution Engine** realiza el análisis de enlaces que resulta en el descubrimiento de relaciones ocultas entre entidades diferentes
  - » Utilizado por las entidades gubernamentales para verificar la identidad de los viajeros
- » **FICO® Application Fraud Manager** basa el aprendizaje en ejemplos de fraudes existentes, incluidos los casos de Fraude de Primera Persona, para desarrollar modelos capaces de identificar a las personas con características similares para la investigación de aprobación previa y evitar el fraude

# Infoglide – Identity Resolution Engine (IRE)

1

## Search

### Federated Similarity Search



IRE glides across disparate data sources without the need for a data warehouse or data cleansing

2

## Match – Resolve

### Matching & Relationship Intelligence



IRE automates matching and relationship process to extremely high degree of precision and throughput with 50+ algorithms

3

## Link

### Uncover links



IRE uncovers links between disparate entities and find hidden relationships that are not obvious

4

## Present

### Present results in various ways



Social Risk Scoring and Triage



Alert Processing



Social Link Visualization

IRE presents relationship results as well as red flag alerts and visualization



## Módulos

### Adquisición de Datos

- » Interfaz de datos estándar y modelo de datos
- » Importación / validación / mejora

### Análisis

- » Soporta modelos construidos de FICO
- » Soporte de modelos de tercero a través de API estándar

### Toma de Decisiones

- » Basada en Motor Decisional

### Gestión de Casos

- » Flujo de trabajo de investigador
- » Gestión de colas
- » Informes / Auditoría / Dashboard

### Análisis de enlaces

## Características/Beneficios

### Enfoque de estructura modular

- » Integración con otras aplicaciones de FICO y software de terceros

### Procesamiento de datos en tiempo real y batch

### Opciones flexibles de implementación según el país / región

### Entrega de la solución empaquetada

- » Menor costo de propiedad para agregar múltiples productos y soporte

### Amplía la capacidad de FICO Enterprise Fraud a todo el ciclo de vida del cliente

- » (origen + monitoreo permanente con Falcon + Adeptra)

**Cliente:** Emisor de Tarjetas Private Label & Al Minorista

## **Reto:**

- Procesamiento de aproximadamente 5M de solicitudes (la mayoría de las cuales son solicitudes instantáneas) por año, mientras absorbe una tasa de fraude de solicitudes de 17bps.
- El objetivo es detectar 55% de las solicitudes fraudulentas a una tasa de falsos positivos de 60:1

## **Solución:**

FICO® Application Fraud

## **Resultados:**

- Tasa de detección del fraude de 61% a una tasa de falsos positivos de 60:1, y reducción de la tasa de fraude a menos de 10 puntos básicos
- Pérdida de fraude y eficiencia de ahorros anuales de \$ 4 millones



# Ejemplo de Cliente — Éxito de Primera Parte



## Reto:

- Pérdidas con deudas incobrables de más de £ 300 millones al año con tarjetas
- El análisis del Banco indicó un problema de Abuso de Primera Parte de hasta £ 30 millones por año
- Objetivo de reducir provisiones de deudas incobrables en hasta £ 10 millones en el primer año de funcionamiento

## Solución:

- Modelo de fraude de solicitud para proporcionar listas de sospechosos habituales
- Puntuación retrospectivo de cuentas para proporcionar listas de cuentas sospechosas
- Consultores de fraude para orientación in situ

## Resultados:

- Ahorro estimado de £ 2,9 M en el primer año completo de funcionamiento
- Las tasas de falsos positivos de 18:01 para los casos FPA a una tasa de revisión de 3%
- AFPR reduce a 3:01 si se toman en cuenta todos los casos de deudas incobrables
- Ahorro de aprovisionamiento de £ 17 millones en total, debido al modelo y otras acciones

# El Auge de los Dispositivos Móviles



**1 billón**

Smartphones en todo el mundo para el año 2013



**216 m**

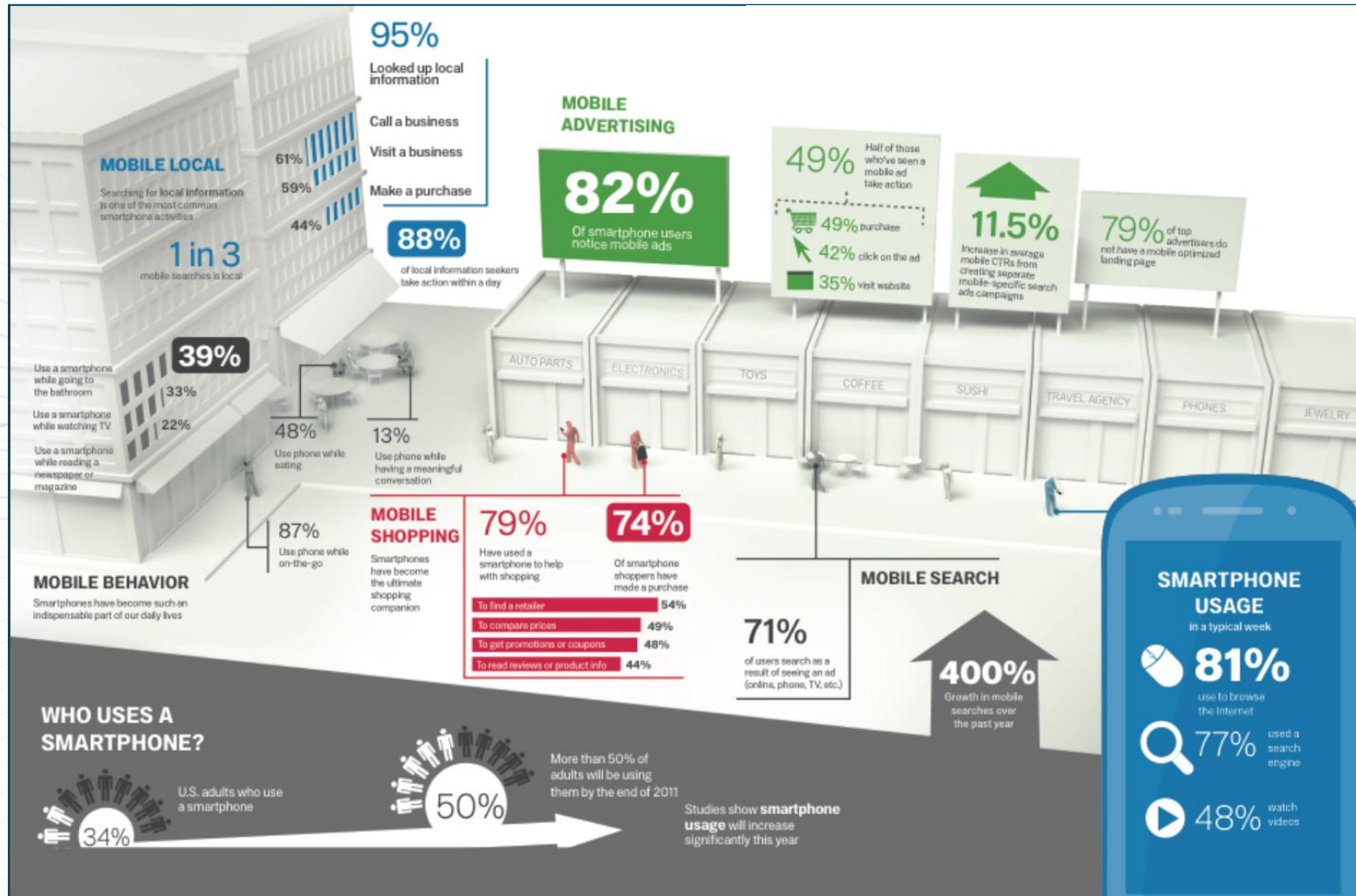
Tablets en todo el mundo para el año 2013



**244.6 m**

Los empleados serán clasificados como trabajadores móviles en 2015

# El Consumidor Constantemente Conectado



The Constantly Connected Consumer Mobile InfoGraphic, Google, U.S. Jun 2011.

Para el 2016, los mensajes aplicación-a-persona (A2P) superará los mensajes (de texto) de persona a persona...

Mensajes A2P incluye mensajes hacia o desde una aplicación o hacia un gran número de clientes de servicios financieros, publicidad, marketing, administración de empresas, venta de entradas, votación de tv, etc.

Juniper Research (May 2011)

Según Juniper Research, el número de usuarios de banca móvil en todo el mundo alcanzará los **530 millones en 2013**, frente a los cerca de 300 millones en 2011. Esto crea nuevas opciones para la comunicación móvil y la interacción con los clientes, al tiempo que reduce la carga de sus centros de llamadas.

2012 FICO Insights White Paper  
*How Mobile Communications Can Improve Collections*

# El Rostro Cambiante de las Interacciones con el Cliente ¿Cómo pueden hacer frente las organizaciones?



## Oportunidades

La Preferencia  
de Contacto  
del Cliente

Notificaciones  
e Interacciones  
Puntuales

Optimizar  
la Calidad/ Cantidad  
de Puntos  
de Contacto

Intensificación  
de las  
Expectativas  
de los Clientes

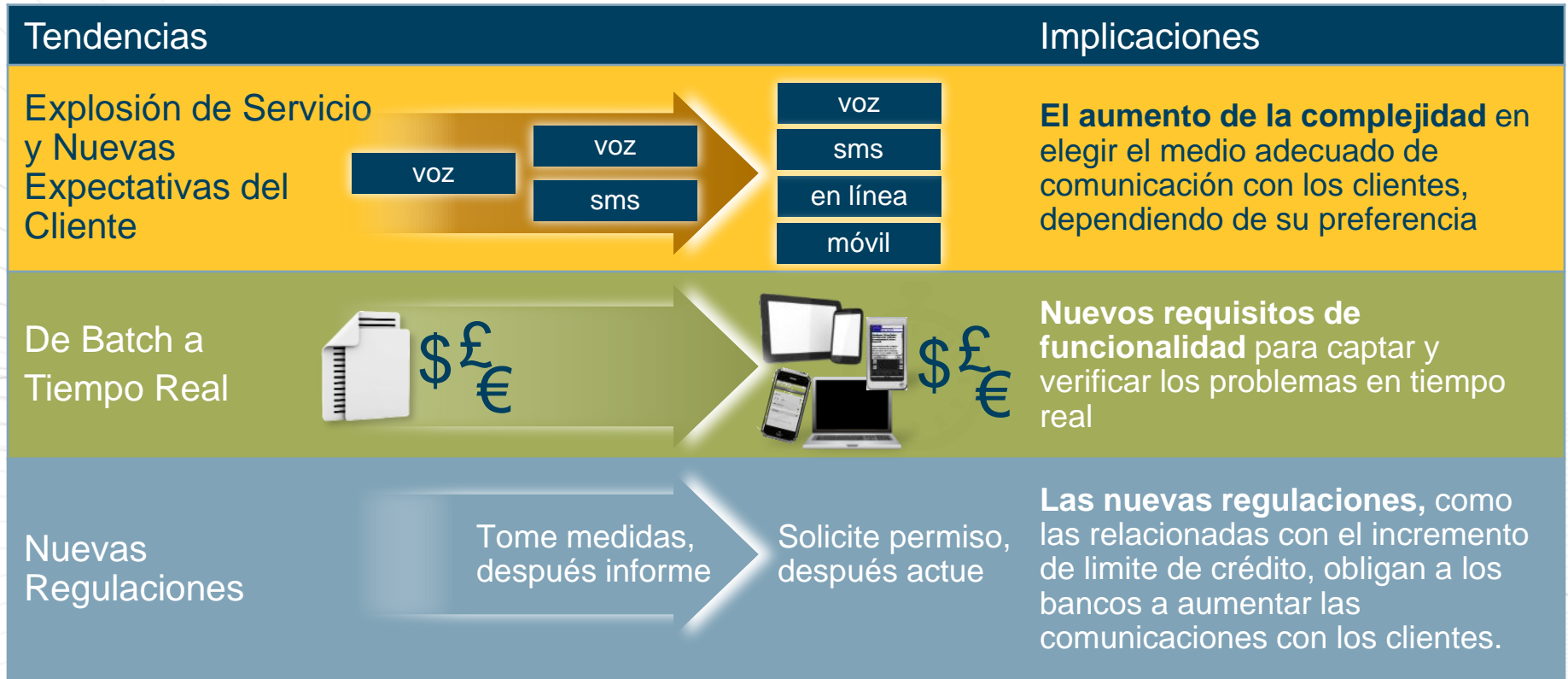
Incapacidad  
para Manejar  
Problemas  
en Tiempo Real

Cambios  
en el Entorno  
Regulatorio

Presión para  
Reducir Costos  
y Mejorar  
el ROI

## Retos

# Necesidad Creciente de Interacción Integrada con el Cliente en Tiempo Real



## Necesidad de

Diálogo con el  
Cliente en  
Tiempo Real

Resolución  
Inmediata

Circuito de  
Aprendizaje  
Cerrado

## Puntualidad en

Resolución  
de Fraude

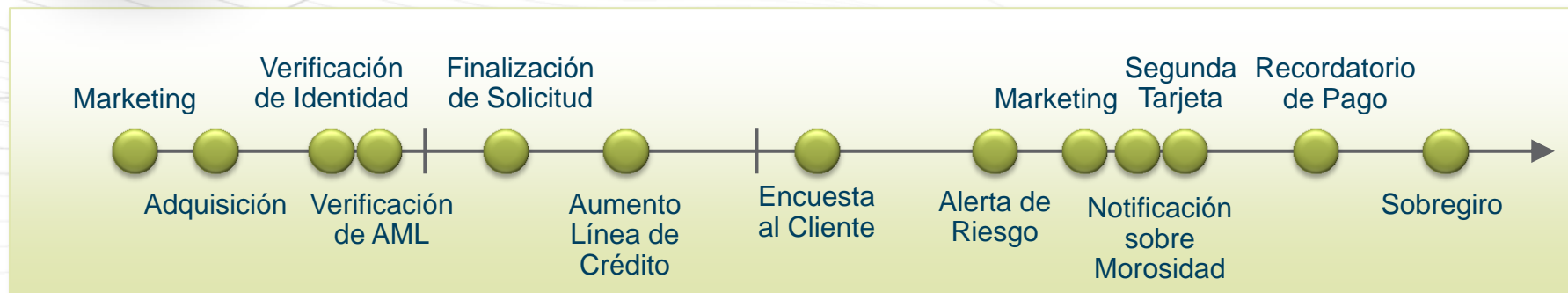
Transacciones  
de Cobranza

Contacto  
con el Cliente

Alex



Múltiples eventos del ciclo de vida requieren una acción ...y se benefician de la interacción

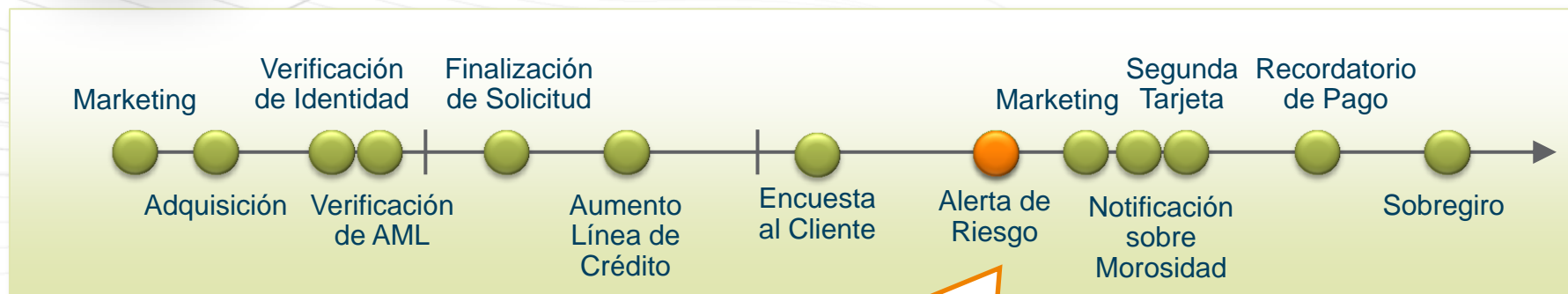




Alex



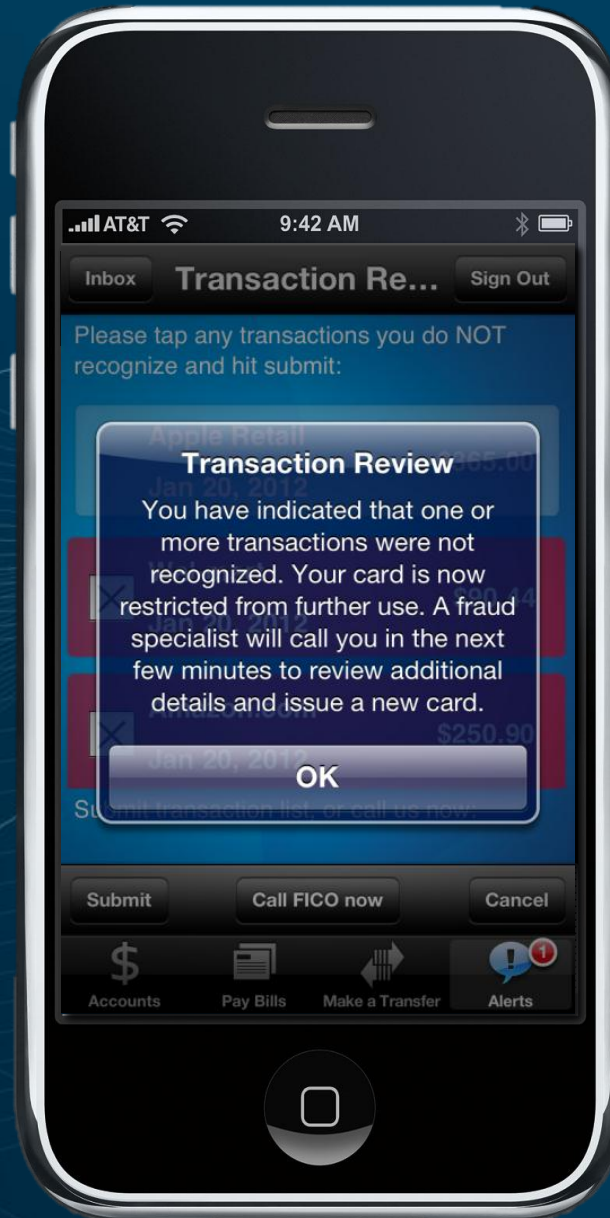
Múltiples eventos del ciclo de vida requieren una acción  
...y se benefician de la interacción



## Verificación de Transacción

- » **Evento:** Sospecha de fraude con tarjeta de débito / crédito
- » **Acción:** Contactar al cliente para eliminar los falsos positivos y confirmar el fraude real

**Evento:** Sospecha de fraude con tarjeta de débito / crédito



**Acción:** Contacte rápidamente al cliente para eliminar los falsos positivos y confirmar el fraude real



Chase quería transformar su estrategia de canal único de “talla única” por un enfoque multicanal totalmente integrado para impulsar el contacto

### Enfoque

- » Pasar de una estrategia única de voz al uso de e-mail, SMS y voz
- » Revisaron y mejoraron todos los contenidos para asegurar que la interacción es clara y que el consumidor confía en que el contacto fue realmente hecho por Chase.
- » Aumentaron la penetración de la cola para reducir la necesidad de intervención negativa.
- » Aumentar las ventanas de contacto a 24x7

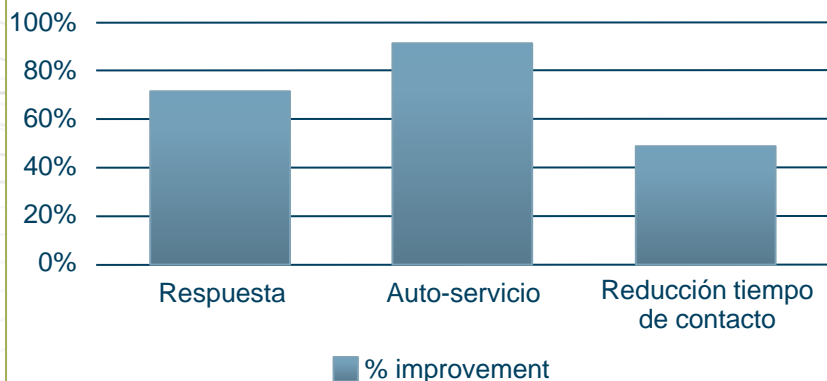
### Resultados/Beneficios

- » Aumento de los casos trabajados en +300% sin la necesidad de aumentar la plantilla
- » Reducción de las pérdidas operativas netas en 10%
- » Reducción del tiempo de ponerse en contacto con los clientes que viajan al extranjero en un promedio de 8 horas
- » Reducción de la dependencia de la interacción de la voz en 30%, lo que demuestra la innovación de Chase y la coherencia con la galardonada marca móvil



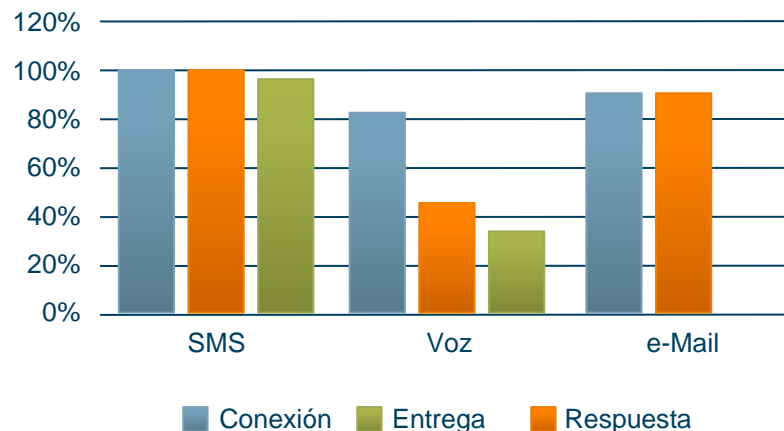
Aumento de actividad sin aumentar plantilla,  
 Aumento de niveles de contacto con el cliente,  
 Aumento de niveles de auto-servicio y  
 Reducción de pérdidas operativas netas de fraude

### Mejoras de Desempeño Claves de un Solo Canal para Multicanal



Chase aumentó su volumen de casos trabajados sin aumentar plantilla, también aumentaron las respuestas, sus tasas de auto-servicio y redujeron el tiempo de contacto para mejorar las pérdidas operativas netas en un 10%.

### Efectividad de Canal



La Efectividad se muestra como % de los mejores resultados (finales) asociados con un caso. El uso de los canales se dividió de manera relativamente uniforme.

# Conecte Decisiones Más Inteligentes con Acciones Más Inteligentes



## Necesidad de

Diálogo con el Cliente en Tiempo Real

Resolución Inmediata

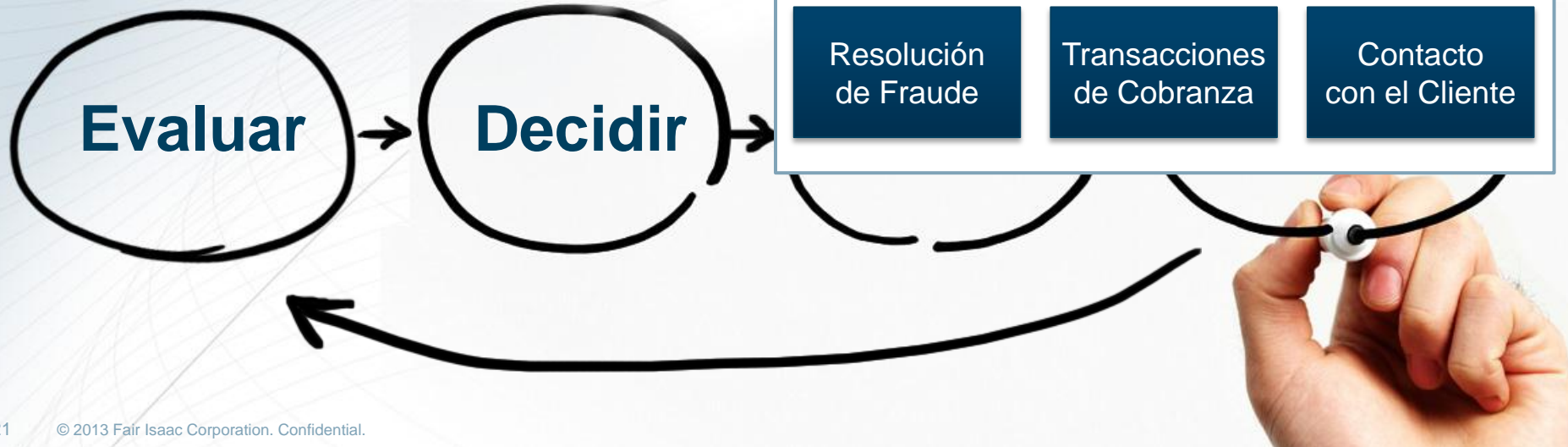
Circuito de Aprendizaje Cerrada

## Puntualidad en

Resolución de Fraude

Transacciones de Cobranza

Contacto con el Cliente



# Fraude y Cobranzas

## El "Circuito Cerrado" Incrementa las Tasas de Respuesta

FICO™



**Reducción del 35%**  
en las pérdidas totales

Aumento del **300%** en el  
volumen procesado **sin**  
aumento del ETC

**Reducción del 50 %** en  
tiempo promedio de contacto  
con el cliente

**415% del objetivo** de  
desempeño de pérdida de  
fraude dentro de los 8 meses de  
ejecución

# Vinculación con el Cliente en Todo el Ciclo de Vida



Hay una necesidad frecuente para que las decisiones de FICO se conviertan en acciones

## Marketing



- » **Entregar recomendaciones de productos y manejar las inscripciones & comentarios**
- » **Gestionar comunicaciones de fidelización y promociones y captación**
- » **Conecte clientes con el servicio al cliente**
- » **Enrutamiento de llamadas entrantes**

## Originaciones



- » **Solicitar más información o verificación**
- » **Notificar a agentes de nuevas acciones**
- » **Verificar los clientes para combatir el fraude de originación**
- » **Obtener referencias**
- » **Adherirse a la regulación al obtener la validación de edad e identidad**

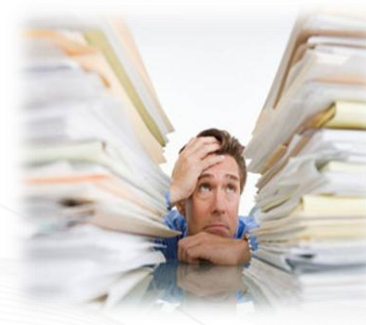
## Gestión de Clientes



### Maximizar el contacto con el cliente y la comunicación:

- » **Emisión de la autorización**
- » **Aumento/ Diminución de la Línea de Crédito**
- » **Reemisión de Tarjeta**
- » **Confirmación de orden y Llamadas de Recordatorio**
- » **Frente de llamadas para manejar quejas de manera eficiente**

## Cobranza y Recuperación



- » **Vincularse con los clientes pre y pos-morosidad para mejorar el pago y la experiencia del cliente**

## Fraude



- » **Investigar actividad sospechosa con el cliente**
- » **Tomar el papel de la dirección del reclame, dependiendo de la acción dirigida por el sistema de FICO**
- » **Solicitar más información del solicitante**
- » **Notificar tercera parte de un fraude confirmado**

- » **Cree** una relación positiva y directa entre los analíticos predictivos, acción y reacción – cerrando el circuito de aprendizaje
- » **Muévase** con facilidad de la definición, el cambio y la prueba de las decisiones a la ejecución y resolución de interacciones con los clientes
- » **Energice** cada experiencia del cliente, adaptada a la comunicación y las preferencias de canales de cada individuo
- » **Acelere** la capacidad de participar en la economía móvil en rápida evolución
- » Con el apoyo de una organización global de clase mundial en servicios y soporte







## XXVIII Congreso Latinoamericano de Seguridad Bancaria - CELAES

Lima, 25 - 26 de Noviembre, 2013

# GRACIAS

Organizado por



**Jose Luis Vargas**  
Partner, Director – FICO LAC  
+786 942-5888  
[JoseVargas@fico.com](mailto:JoseVargas@fico.com)