

La adopción de Inteligencia Artificial ha permitido a las empresas reducir hasta en 86% los intentos de fraude en transacciones electrónicas.

EL ECONOMISTA

MARTES
29 de abril
del 2025

10

Ayuda a reducir estafas

Avanza Inteligencia Artificial en detección de fraudes de pago

Sebastian Estrada
sebastian.estrada@eleconomista.mx

La **Inteligencia Artificial** (IA) sigue ganando terreno en la lucha contra el fraude en los pagos electrónicos. De acuerdo con Adyen, firma global especializada en pagos, la adopción de esta tecnología ha permitido a las empresas reducir hasta en 86% los intentos de fraude.

Además, la compañía reportó que 35% de sus clientes ha logrado eliminar completamente los casos de fraude debido a la capacidad de IA para identificar patrones de comportamiento sospechoso, a través de una herramienta denominada Adyen Uplift.

“Contamos con tal cantidad de datos que, en 90% de los casos, podemos

reconocer al comprador. Incluso si es la primera vez que realiza una compra en un comercio, nuestro sistema puede determinar, mediante el análisis de datos, si se trata de un cliente confiable y aprobar la transacción. Si detectamos comportamientos inusuales, bloqueamos la operación para proteger a nuestros clientes”, explicó Ana Aguilar, directora comercial de Adyen en México.

Destacó que el volumen de información que procesan les permite detectar actividades fraudulentas con alta precisión. Durante eventos de alta demanda, como el *Black Friday* o el Buen Fin en México, Adyen procesa hasta 25,000 transacciones por segundo.

Sobre las principales amenazas, Aguilar señaló que existen diversas

tácticas de fraude, como el *phishing*, el *camping* (suplantación de identidad para compras) o las solicitudes fraudulentas de reembolso. La mayoría de estas actividades ocurren antes de que el comprador llegue al *checkout*, es decir, la etapa final de la compra en línea, donde la plataforma de pagos revisa el pedido, ingresa sus datos bancarios y confirma el pago.

“En la firma realizamos una revisión justo en ese momento crítico. Con ello detectamos que un sistema de procesamiento masivo es clave para poder identificar comportamientos anómalos, detectar irregularidades y cruzar datos en tiempo real para proteger tanto al comprador como al comercio”, añadió.

El tamaño del fraude

Durante periodos con un gran volumen de transacciones como el Buen Fin, el aumento esperado en las ventas en línea viene acompañado de una creciente preocupación por el fraude. Según el *Digital Report 2024*, elaborado

por Adyen, se estima que 41% de las empresas digitales en México pierden entre 10 y 13 millones de pesos, al año debido a fraudes.

El mismo documento destaca que la preocupación por el fraude crece en los últimos meses del año, ya que durante las temporadas altas, como el Buen Fin, las empresas enfocan sus estrategias principalmente en incrementar las ventas. Sin embargo, este enfoque no siempre va acompañado de una adecuada gestión del riesgo de fraude, especialmente en lo que respecta a las transacciones electrónicas.

“Las empresas en México están cada vez más ávidas de adoptar nuevas tecnologías. Históricamente, en el mundo digital había menos competencia, lo que permitía seguir estrategias más enfocadas en costos, y los pagos solían considerarse simplemente un bien básico. Sin embargo, hoy vemos que los pagos se han convertido en un elemento central y estratégico dentro de la operación de nuestros clientes”.