

Inteligência Artificial e Machine Learning no combate às fraudes bancárias

Fausto Novaes (*)

Com técnicas avançadas de Machine Learning/ AI, bancos começam a evitar fraudes em tempo real e evitar prejuízos financeiros

A luta contra os crimes bancários é um desafio diário para instituições financeiras ao redor do mundo, e no Brasil não é diferente. Ano após ano, o crescimento das tentativas de fraudes, leva bancos a investir em tecnologias mais sofisticadas e assertivas para minimizar crimes financeiros que impactam o balanço dos bancos. Embora os criminosos pareçam estar à frente das medidas de segurança, por usarem métodos sofisticados para driblar o sistema, há uma boa notícia para o setor: o uso efetivo do Machine Learning/ AI para apoiar as equipes de investigação em casos mais complexos.

E, graças à tecnologia já é possível melhorar a gestão da fraude em tempo real, com resultados mais efetivos para o negócio, do ponto de vista da satisfação dos clientes (redução do percentual dos falsos positivos) e de acurácia dos modelos para mitigação dos riscos (verdadeiros positivos).

Para a maioria das instituições financeiras, a sofisticação desse tipo de ataque é um problema que precisa ser solucionado com muita inteligência, pois no Brasil, o número de tentativas de fraudes cresce anualmente. Embora os bancos brasileiros invistam, anualmente, em média R\$ 2 bilhões – ou 10% do orçamento de tecnologia – para minimizar esses ataques, segundo dados da Febraban (Federação Brasileira de Bancos), parece não ser suficiente.

De acordo com dados do Serasa Experian, o número de fraudes no Brasil cresceu 9,5%, em 2017, somando 1,8 milhão entre janeiro e novembro. E, como o setor de telefonia foi a 'porta de entrada' para esse tipo de crime (37,2%), os criminosos compraram celulares, conseguiram comprovantes de endereço e abriram contas em bancos. Assim, tiveram acesso a talões de cheque, cartões de créditos e até empréstimos bancários em nome de terceiros. O resultado? Os bancos e financeiras sofreram mais de 428 mil tentativas de fraudes contabilizadas pela entidade em 2017.

À frente do crime

Vencer a guerra contra fraudes exige que as companhias ultrapassem os criminosos em inteligência e criatividade. A boa notícia é que hoje a tecnologia é uma aliada das instituições financeiras. Com ela, é possível aprender com os dados, de forma rápida, sobre novos padrões de ataques, graças ao Machine Learning / Inteligência Artificial.

De forma prática, a IA ajuda a descobrir as 'anomalias' dos dados por meio das análises das transações e identificar, a partir dos dados e do seu comportamento, se uma operação é fraudulenta. O ML/AI surge com toda sua capacidade preditiva graças às atuais capacidades tecnológicas, em que o rápido aprendizado da máquina permite 'desarmar' um criminoso, evitando o roubo financeiro em tempo real. Importante ressaltar que todo este processo se dá em questão de minutos e segundos e,

logo após isto, novos padrões de fraude são desenvolvidos. Ou seja, são janelas curtas de ação e aprendizado a serem resolvidas pelo ML/AI.

Esse tipo de tecnologia pode evitar uma série de problemas, como a detecção errada de falhas, multas pesadas ou perdas financeiras, porque é possível diferenciar as fraudes das transações verdadeiras em segundos ou milissegundos, sem a necessidade de bloquear o cartão ou interromper a compra do usuário final, reduzindo significativamente a quantidade de falsos positivos.

Embora pareça futurista, há casos reais de adoção do Machine Learning/AI, em que a detecção de fraudes aumentou 50%, como é o caso do Danske Bank, dos países Nórdicos. Após a adoção da tecnologia, o Danske Bank conseguiu identificar os falsos positivos dos modelos, e reduzir esse índice em 60%. Outros benefícios foram mais estratégicos: parte da equipe de detecção de crimes foi alocada para atividades de mais valor, e os custos e tempo gastos com investigações também foram reduzidos. E não para por aí: além de capturarem mais fraudes que o normal com o Machine Learning, o banco também tem testado novos modelos de aprendizagem mais profundos, como o Deep Learning, para testar essas técnicas.

Mesmo em constante crescimento, os casos de fraudes ainda são raros, com cerca de um caso a cada 100 mil transações. A consequência de não ter um método de detecção de fraudes sofisticado o bastante para acompanhar e conhecer a jornada do cliente e dos seus dados, é que os bancos podem alertar que 99% de todas as transações são potencialmente fraudulentas, bloquear erroneamente as contas e cartões dos clientes.

Um outro aspecto atribuído ao sucesso do uso de ML/AI é a possibilidade das instituições financeiras colocarem em produção todo este arsenal tecnológico. Para isto, muitas já trabalham com o conceito de Analytics Ops, que é a capacidade de colocar em produção toda a inteligência analítica (modelos) nos sistemas (produto ou aplicações do banco). Usando uma metodologia robusta, integrada e governada de CI (Continuous Integration) é possível o desenvolvimento e execução de modelos em tempo real, utilizando técnicas modernas e capacidades para calibrar os modelos dentro do conceito 'Champion/Challenger'.

Contudo, a mensagem para os bancos é: invistam em tecnologias analíticas e de dados. Mesmo que a instituição esteja continuamente desenvolvendo soluções consideradas 'o Estado da Arte' em crimes financeiros, é preciso um olhar mais direcionado para o que a Inteligência Artificial e o Machine Learning são capazes de entregar, por meio da compreensão de modelos avançados de analytics, que têm como base as informações verdadeiras recebidas dos clientes. Por isso, é seguro afirmar que o uso tático dessas tecnologias estará para o combate às fraudes, como as portas automáticas estão para minimizar a entrada de armas de fogo nos bancos brasileiros.

(*) É Head of Financial Services Practice CLA, da Teradata.

O que o e-commerce pode esperar do Dia do Consumidor amanhã

A data vem ganhando força no varejo e pode se tornar a Black Friday do primeiro semestre

Cesar Zuntini (*)

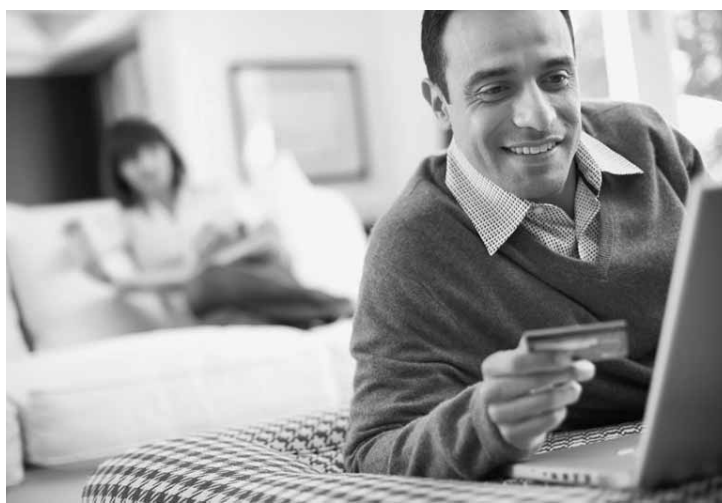
Se me lembro bem, o Dia do Consumidor, 15 de Março, era uma data que há três anos passava praticamente despercebida pelo calendário do varejo. Mas para a surpresa do mercado, o evento tem crescido e gerado resultados de vendas animadores para o primeiro semestre. Mesmo com a crise econômica do país, em suas últimas edições, a ocasião alcançou um crescimento anual de 15% a 18%, com um faturamento de, aproximadamente, R\$ 265 milhões, segundo a estimativa do e-bit. A boa notícia é que, se mantivermos o mesmo ritmo, este ano essas proporções podem ser ainda maiores no comércio eletrônico.

Com a evolução do evento e toda a expectativa do e-commerce em torno da data, é possível considerar que o Dia do Consumidor, a longo prazo, tem potencial para se tornar sim, a "Black Friday" do primeiro semestre. Há uma mobilização mais intensa, tanto da parte dos usuários, que estão pesquisando mais e buscando por ofertas mais atrativas, quanto nos preparativos das lojas online e redes de afiliados.

A partir desta perspectiva, conseguimos destacar aqui algumas das principais tendências que podem se consolidar no Dia do Consumidor deste ano:

Maior oferta de cupons de desconto

No último ano, o número de códigos promocionais oferecidos pelas lojas online, especificamente para o Dia do Consumidor, cresceu 50% em relação a 2016. A estratégia de disponibilizar os códigos promocionais na ocasião já faz parte das ações de



marketing de pequenos e grandes varejistas com o objetivo de atrair novos clientes e aumentar a taxa de conversão na loja. No Dia do Consumidor, os cupons costumam gerar até 40% de desconto nos produtos, dependendo da categoria.

Crescimento do Marketplace

Grandes e-commerces como Walmart, Submarino e Casas Bahia têm aberto cada vez mais espaço para as vendas via marketplace, e, há uma grande possibilidade que este impacto seja percebido pelo mercado nas ações deste primeiro semestre. A vantagem para os usuários é poder contar com um amplo sortimento de produtos oferecidos por diversas lojas dentro dessas plataformas. No entanto, a compra de produtos via marketplace requer um pouco mais de pesquisa pois, mesmo que o item esteja "mais barato" em determinada loja, o valor do frete varia de acordo com a localização de cada fornecedor. Por isso, é importante que o consumidor compare o preço final da compra, para se certificar que está fazendo a melhor escolha.

Preços mais competitivos

Com o aumento de participação de pequenos lojistas via marketplace e uma maior atenção do mercado para o Dia do Consumidor, a tendência é que a disputa pelo menor preço no e-commerce fique ainda mais acirrada, a exemplo do que acontece na Black Friday, em novembro. Mas, para que isso aconteça de maneira sustentável para as lojas online é importante que haja um planejamento eficiente para as vendas, incluindo negociação com fornecedores e empresas de logística.

(*) Head de Conteúdo e Partnership do Cuponomia, plataforma que reúne cupons de desconto dos principais players de comércio eletrônico do país, e que recentemente iniciou operações no México, Chile e Colômbia.

Transformação digital do país conta com expertise internacional

A Indra, uma das principais empresas globais de tecnologia e consultoria, anuncia a chegada ao Brasil de sua unidade de negócio voltada para responder aos desafios que a transformação digital representa para empresas e instituições – a Minsait. O Brasil é o segundo país da América Latina, e o quarto do mundo onde a Indra lança a unidade de negócio, em uma aposta no crescimento do mercado brasileiro. A Minsait combina o conhecimento de consultoria de negócios com as tecnologias mais avançadas, com um amplo catálogo de soluções digitais que permitem enfrentar de forma integrada - desde a estratégia até a execução - os desafios da transformação digital.

A chegada da Minsait no Brasil converge com a curva crescente da transformação digital no país. O cenário econômico dos últimos anos exigiu que as empresas repensassem suas operações e se reinventassem a fim de buscar melhores níveis de rentabilidade e competitividade. Neste sentido, muitas companhias estão dando o primeiro passo na jornada da transformação digital e buscam parceiros tecnológicos que as guiem neste processo, de modo a obterem impactos reais no curto e médio prazo.

Neste contexto, a Indra lança a Minsait no Brasil, unidade que já inicia suas operações com mais de 300 especialistas dedicados, entre novas contratações e mão de obra interna, agrupados em equipes multidisciplinares voltadas para soluções em serviços digitais. Estes profissionais com diferentes perfis de especialização irão apoiar os clientes para responder aos desafios da digitalização em seus negócios. Nos próximos anos a companhia prevê o fortalecimento de suas capacidades no Brasil, que resultará na ampliação de novas tecnologias emergentes bem como a inclusão de novos perfis, como novos consultores de negócios e de tecnologia, cientistas de dados, especialistas em experiência de usuários e especialistas digitais.

"A Indra tornou-se um dos players mais dinâmicos do mercado brasileiro, onde atua há mais de duas décadas. Com o lançamento da Minsait no Brasil queremos impulsionar o sucesso de nossos clientes e fortalecer nosso posicionamento no mercado de transformação digital brasileiro, que representa um grande potencial para a companhia e no qual apostamos firmemente", afirmou Jorge Arduh, CEO da Indra no Brasil.

Wander Marques Cunha, Diretor da Minsait no Brasil acrescentou que "a Indra está promovendo a Minsait no país para conquistar o sucesso de outros mercados e consolidar a empresa como o parceiro ideal para empresas e instituições brasileiras



Wander Cunha, Diretor da Minsait no Brasil, Jorge Arduh, CEO da Indra no Brasil e Bio Silviano Andreu, Head Global da Minsait

para os desafios da transformação digital. Entre 2018 e 2020 os investimentos em transformação digital no mundo somarão US\$ 6,3 trilhões e acreditamos que o processo de digitalização que vive o Brasil está em consonância com a curva mundial, e vemos um momento oportuno para estabelecermos aqui nossa unidade de transformação digital".

A nova oferta conjunta abarca serviços de:

- Consultoria de negócio;
- Conceitualização e desenho de soluções de vanguarda nas quais a experiência digital do cliente, a automatização das operações, o big data, a inteligência artificial e a cibersegurança ostentam um papel central;
- Desenvolvimento, implantação e operação de tais soluções com uma base tecnológica de nova geração, coexistindo com os "legados" ou tecnologias herdadas.

O catálogo da Minsait complementa, além disso, a vertente de serviços com a de produtos digitais próprios para reduzir os prazos da transformação.

Esta nova oferta permitirá às empresas e instituições a migrar em tempo recorde seus sistemas de informação e tecnologias a "arquiteturas nativas", com o objetivo de competir em igualdade de condições com os gigantes digitais.

Quaddro promove palestra gratuita sobre desenvolvimento mobile

"A Santa Tríade Firebase para Android: Cloud Messaging, Realtime Database & AdMob" é o tema da próxima palestra gratuita promovida pela Quaddro Treinamentos - maior centro de desenvolvimento da carreira mobile no Brasil. O evento acontece no dia 14 de março, das 20h30 às 22h, na sede da Quaddro (Alameda Santos, 1.000 - 7º andar), em São Paulo. As vagas são limitadas. O palestrante Roberto Rodrigues Júnior, CEO da Quaddro, explica que além da programação convencional para desenvolvimento Android, existem centenas de serviços e frameworks que facilitam a ampliação e o gerenciamento de aplicativos. "O Firebase é uma fantástica plataforma e disponibiliza aos desenvolvedores mobile dezenas de serviços que facilitam o desenvolvimento, acompanhamento e ampliação de processamentos de dados para mobile", conta, e os interessados devem se inscrever através do Quaddro Club (www.quaddro.com.br).

eResult: novo player traz soluções em nuvem para conciliação contábil

eResult é o nome da nova empresa que chega ao mercado brasileiro para automatizar e apoiar todo o processo de fechamento financeiro contábil, além de auxiliar os processos de compra e venda em empresas de diferentes portes. A empresa, resultado de uma joint venture entre o grupo de investimentos TechTrends e a EFISC, passa a representar as marcas Blackline e Avalara no país e compõe um portfólio que promete reduzir o risco de perdas por falhas nos controles internos e proporcionar conformidade às regras de compliance. "Espelhar a realidade das contas contábeis e apurar corretamente os impostos são principais dificuldades das empresas ao redor do mundo. Não são raros os casos de empresas que pagam seus impostos com base em estimativas e preferem contribuir com o teto da alíquota, a ficar devendo para o fisco. Isso impacta diretamente nos resultados, na distribuição de lucros e dividendos para os acionistas, enfim, na saúde financeira (www.eresult.com.br).

News @TI

Locaweb Corp adquire Cluster2GO

A Locaweb Corp anuncia a aquisição total da Cluster2GO. Com a compra, a especialista em serviços para o público corporativo, passa a oferecer multcloud por meio de uma solução que permite aos ambientes públicos e privados funcionarem de maneira independente e se conectarem apenas quando necessário, além da gestão dos serviços (www.locawebcorp.com.br).