



Contraineligência: como usá-la na prevenção de fraudes no e-commerce

Os ataques cibernéticos e fraudes aos e-commerce são uma batalha constante para as empresas que mantêm seus negócios online. Apesar de um ambiente com zero fraudes ser impossível de alcançar, é possível analisar, prevenir e utilizar de inteligência cibernética para diminuir os riscos, impedir fraudes e proteger o patrimônio e a marca das empresas no mercado.

A contrainteligência entra como estratégia específica de investigação para a tecnologia. Comparada à investigação, a contrainteligência pode ser usada no processo de entender onde e como ocorrem as falhas, além de traçar um perfil e um comportamentos dos fraudadores, desde métodos mais utilizados, períodos de atuação, alvos preferidos etc. A contrainteligência pode ser definida, então, como “a tomada de decisões especializadas em obtenção de dados para análise com intuito de produzir conhecimento e tornar mais ágil as ações de contra-ataque no ramo dos negócios”, de acordo com Relatório de Fraude e Risco produzido pela NS Prevention, setor de inteligência cibernética do Grupo New Space.

Em um recente procedimento de investigação realizado pela New Space, ficou constatado que as fraudes perpetradas eram descobertas após cerca de 60 a 90 dias do ocorrido. Com um processo de contrainteligência, a detecção de erros e riscos caiu para 10 minutos após a inserção dos dados para a operação em questão.

O grande diferencial da contrainteligência é a combinação de entre análises de dados, análises dos negócios dos clientes e de monitoramento direto de ambientes onde ocorrem troca de informações, venda de dados e outras ações ilegais na internet. Dessa forma, cruza-se tecnologia com especificidades do mercado específico do cliente e com as ações de fraudes – que estão cada vez mais refinadas e requerem olhar apurado para entender seus processos de atuação.

A contrainteligência é um investimento que vai além do bloqueio de perda financeira direta por meio da fraude. Ela é um investimento também nas brechas de sistemas e de dados, sendo grande aliada do TI na hora de ir modelando os ambientes de forma cada vez mais segura. Aliado a isso está a preservação da marca e de seus clientes, não sendo expostos a uma imagem negativa no mercado que com certeza irá impactar em suas vendas futuras.

No último ano, a New Space preveniu a perda de cerca de 100 milhões de reais de seus clientes através do uso de contrainteligência na prevenção de fraudes a e-commerces.

Conheça o trabalho de Inteligência Cibernética com o uso de contrainteligência da New Space [clcando aqui](#). Quer falar com um especialista? Entre em contato: contato@newspace.com.br