

Chargeback: a garantia é boa ou não para o negócio?

80% de todas as compras que terminam em chargeback são decorrentes de fraude deliberada, ou seja, não são passíveis de reapresentação

23/08/2016 10:15:54

Em um cenário onde as fraudes ainda são a principal causa do fechamento de negócios online, é normal que o lojista se preocupe em proteger a saúde financeira de sua empresa, tentando evitar os prejuízos causados por chargeback: segundo dados da Clearsale, a cada R\$100 em transações, R\$3,98 correspondem a uma compra ilegal. No Pagar.me, 80% de todas as compras que terminam em chargeback são decorrentes de fraude deliberada, ou seja, não são passíveis de reapresentação (como seriam em casos de fraude amigável ou desacordo comercial).

Para fugir de perdas financeiras, muitos pequenos comerciantes acabam recorrendo à garantia de chargeback - serviço oferecido por alguns meios de pagamento e que, teoricamente, seria uma cobertura financeira contratada pelo lojista para resguardá-lo em situações de compras canceladas por fraude. Nesse caso, os pequenos lojistas seriam os primeiros a quebrar, já que possuem uma margem muito pequena (os custos acabam sendo maiores que os lucros nas transações comerciais).

O que muita gente não sabe é que essa garantia não é aplicável a todos os tipos de produtos e serviços vendidos online - crowdfunding, digital goods e serviços de importação geralmente ficam de fora, por exemplo. Além disso, apenas uma pequena parte do prejuízo é coberta pela prestadora, e são poucas as situações em que o comerciante realmente sai beneficiado.

Mas esses não são os únicos fatores que tornam a garantia de chargeback prejudicial a um negócio. Para que os meios de pagamento ofereçam essa opção ao lojista, eles acabam reduzindo drasticamente a taxa de conversão do estabelecimento comercial. Quanto menor o número de transações aprovadas pelo meio de pagamento, menores as chances de elas resultarem em chargeback e, conseqüentemente, não haverá a necessidade de utilização da garantia.

Assim, quem sai ganhando é o meio de pagamento que oferece o serviço, que não vai ter que arcar realmente com os custos de um chargeback.

Então, o que fazer?

- Analisar o contrato de garantia de chargeback firmado com seu meio de pagamento: nele, você encontrará informações como os tipos de serviço e o valor cobertos pelo plano contratado.

- Fazer os cálculos para verificar o índice de conversão de seu e-commerce: basta dividir o número de pedidos aprovados pelo total de clientes.

E como minimizar o índice de chargeback, sem afetar a taxa de conversão? C

- Contratação de um serviço antifraude eficiente: essa ação minimiza os riscos por meio do acesso a um amplo banco de dados - assim, o antifraude indica, com maior precisão, qual o score de risco de cada transação.

- Contratação de uma análise manual: aplique essa ação para casos de transações suspeitas e de valores mais altos. Por fim, recomendamos um serviço que seja capaz de identificar comportamentos de fraude específicos.

*Por Pagar.me, solução digital voltada aos empreendedores virtuais do país, atuando como infraestrutura de pagamentos