


## MAIS DO QUE NUNCA, CONHECER O CLIENTE É ESSENCIAL (E SEGURO!)

| MARIA CRISTINA DIEZ\*

A transparência é um ativo fundamental para todas as empresas que querem sobreviver ao mercado competitivo. Mas não é pecado exigir o mesmo dos seus clientes e usuários. Pelo contrário. Essa preocupação, que atinge novos níveis de segurança e de quebra melhora a prestação dos serviços, é uma tendência que vem crescendo em todo o mundo.

Ter acesso a informações precisas de cada cliente – como nome, endereço, telefone, dados pessoais, documentos, etc – é uma prática que vem se consolidando como um procedimento que atende pelo nome de Know Your Client (KYC), ou, simplesmente, “Conheça seu Cliente”. O principal combustível dos investimentos em KYC é o combate às fraudes e à lavagem de dinheiro, sobretudo no sistema bancário.

E há fortes razões para realizar investimentos que cubram essa preocupação. Um relatório da Federação Nacional dos Bancos (Febraban), divulgado no fim de outubro, aponta que os golpes contra clientes de bancos cresceram 165% no primeiro semestre deste ano em comparação com o mesmo período de 2020. Em regra, as vítimas são pessoas pouco familiarizadas com segurança digital.

As medidas de fortalecimento do KYC podem contribuir para identificar e proteger vítimas com perfis mais vulneráveis e, sobretudo, alimentar um banco de dados crescente, com informações minuciosas de criminosos e potenciais golpistas, que atuam não apenas contra as instituições financeiras, mas também contra empresas dos mais diversos portes.

A Inteligência Artificial (AI) tem servido de suporte para a construção de sistemas de alta tecnologia, capazes de conferir a autenticidade de documentos oficiais de milhões de usuários, observando em instantes se há irregularidade na identificação. O Face Match, por exemplo, tecnologia que compara o rosto do usuário com a imagem do documento, é uma barreira e tanto contra pessoas que utilizam dados de terceiros de forma perniciosa.



Essas conferências vão abastecendo os bancos de dados de apoio às políticas de KYC, de modo que uma advertência do sistema contra um possível fraudador dá o aviso a outras fontes integradas, fazendo cruzamentos de informações, inclusive com setores de segurança pública. O alerta, então, acaba alcançando muito mais do que a instituição a quem o suposto cliente se apresenta.

Para isso acontecer, o KYC passa necessariamente por estratégias de checagem de dados dos usuários em diferentes bases públicas já no início do relacionamento

com o cliente, além de suporte para envio de informações e de adoção de um sistema de análise de ponta, que permita validar com o máximo de precisão as informações fornecidas. É com vistas à certificação de idoneidade do cliente, que promove proteção aos demais e ao próprio patrimônio, que as empresas vêm investindo pesadamente em segurança automatizada, trocando o atendimento humano, bastante falho no quesito segurança, por tecnologias de informação que investigam detalhadamente cada usuário do sistema.

Diante da criatividade assustadora dos autores de crimes cibernéticos e de acesso e uso indevido aos dados, o melhor caminho ainda é a união. É a isso que o Know Your Client se propõe, razão que nos faz apostar que as armas de defesa vão gradativamente se tornando mais eficazes contra o arsenal de ataque usado pelos bandidos contra os sistemas digitais.

\* Diretora comercial e de marketing da Most Specialist Technologies