



Olhar Digital > Pro > Mercado de e-commerce mostra solidez, mas risco de fraudes aumenta

PRO

Mercado de e-commerce mostra solidez, mas risco de fraudes aumenta

Por Gabrielly Bento, editado por Adriano Camargo | 11/10/2022 16h30

As receitas do e-commerce no Brasil indicam que é um mercado estabelecido. Segundo a Neotrust, companhia que monitora o comércio digital do país, o setor faturou R\$ 161 bilhões em 2021. Esse número foi 26,9% maior que em 2020, a quantidade de entregas chegou a 353 milhões de peças.

O que poderia ser razão de comemoração também levantou algumas questões. Com a ascensão do comércio digital, os casos de fraude também se intensificaram exponencialmente. Em toda a América Latina, as transações fraudulentas foram 97% maiores do que as registradas na América do Norte.

Quando comparado ao e-commerce da Ásia – o maior do planeta em número de consumidores – e com os países do Pacífico, os índices foram 222% mais altos. Os dados são da Stripe, no recorte 2019-2022.

“O mercado de e-commerce envolve o cadastramento e o armazenamento de informações pessoais em bancos de dados digitais”, afirma Maria Cristina Diez, diretora comercial da Most Specialist Technologies, empresa que atua em sistemas de segurança digital há 30 anos.

“À medida em que vemos as movimentações financeiras aquecerem o setor, naturalmente perceberemos uma atenção maior de fraudadores que vão tentar realizar operações ilegais, seja na tentativa de ter acesso a esses dados para adquirir produtos usando informações falsas ou passando-se por comerciante para aplicar golpes em usuários”, explica Maria Cristina.

Mas, segundo ela, já existem métodos para combater tentativas de fraude nesses sistemas. “Antes de tudo é necessário criar um protocolo de segurança bastante amplo, que resguarde de todas as formas possíveis os riscos de ataque”, relata.



Imagem: Sasun Bughdaryan/Shutterstock



VEÍCULO: OLHAR DIGITAL
CADERNO: PRO
ACESSADO EM: 17-10-2022
PUBLICADO EM: 11-10-2022
LINK: <https://cutt.ly/uBJBJYO>

“O sistema de proteção mais usado na etapa de onboarding de sites de compras tem sido a autenticação em mais de uma ou até de duas etapas”, informa a executiva.

Outros métodos, de acordo com Diez, também são de condicionar a efetivação da compra a confirmação de códigos mandados para outras plataformas, fora do site, como SMS e e-mail. Além disso, o uso da biometria facial também se mostrou uma ferramenta antifraude eficaz.

“Há tecnologias de ponta que auxiliam na identificação do usuário em poucos segundos, como é o caso da biometria facial. Isso permite confirmar se o indivíduo que está realizando o acesso de fato é o proprietário do cadastro”, diz a diretora da Most.

“A vantagem da biometria facial é que dispensa a adoção de outras muitas etapas de segurança até finalizar a compra, além de preservar a qualidade da navegabilidade do site, sem levar o usuário à desistência antes de finalizá-la. São cuidados que a tecnologia permite, mas que já alcançou um nível de precisão muito grande”, sustenta. “O e-commerce já está consolidado, e a tendência é que ofereça mais garantias de segurança ao consumidor. Esse percurso pode ampliar ainda mais a atuação do setor”.