



27% dos consumidores digitais já sofreram algum tipo de fraude ao comprar online, mas 87% sentem-se seguros ao fazer uma compra no e-Commerce brasileiro.

Estudo 2ª EDIÇÃO  
**SEGURANÇA DO  
CONSUMIDOR DIGITAL E  
AS FRAUDES NO VAREJO**

REALIZAÇÃO



PARCERIA



JULHO/2023

# SEGURANÇA DO CONSUMIDOR DIGITAL

**1. Introdução**

**2. Objetivo e Método**

**3. Destaques**

**4. Perfil de amostra**

**5. Resultados**



# 1. Introdução

“Segurança digital e proteção de dados vem se tornando um tema cada vez mais relevante. Garantir uma jornada de compra segura e dar um suporte para eventuais problemas que ocorram em uma compra digital é essencial para as empresas de varejo prosperarem no Brasil.”

**Eduardo Terra, Diretor-Presidente da SBVC:**



**Para contextualizar o Estudo, a seguir citamos duas pesquisas que mostram a importância deste tema para o varejo brasileiro:**

# 1. Introdução

Segundo o Indicador de Tentativas de Fraude da Serasa Experian, os brasileiros sofreram 284.198 mil tentativas de fraude de identidade em janeiro de 2023, o que significa que a cada 9 segundos um brasileiro é vítima dos fraudadores. Em comparação com o mesmo mês do ano passado, houve queda de 24,2%, quando foram registradas 375.064 tentativas.



# 1. Introdução

Segundo o Estudo Konduto Raio X da Fraude:

**Qual é o ticket médio das fraudes no e-commerce?**

O ticket médio dos golpes em 2021 chegou a R\$321,77 na média anual. Enquanto o ticket médio das compras legítimas ficaram na faixa de R\$112,66.

**Qual é o dispositivo mais usado nos ataques a lojas virtuais?**

O Raio-X da Fraude 2022 mostra que 70,61% dos ataques ao e-commerce foram feitos usando o celular.

HORÁRIO	TRANSAÇÕES	TENTATIVAS DE FRAUDE
0h a 5h59	8,24%	13,09%
6h a 11h59	21,15%	15,78%
12h a 17h59	34,96%	35,95%
18h a 23h59	35,65%	35,18%



# 1. Introdução

Como forma de enfatizar a proteção do consumidor foi criada a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (13.709/2018) que é a norma que visa garantir a segurança e privacidade no tratamento de dados pessoais. A lei, de 2018, tem como principal objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e promover a proteção aos dados pessoais de todo cidadão que esteja no Brasil. Ela traz algumas garantias ao cidadão, como: poder solicitar que os seus dados pessoais sejam excluídos e transferir dados para outro fornecedor de serviços, entre outras.

Qual a importância da LGPD no varejo:

- Garante a proteção dos dados do cliente;
- Garante a coleta de dados precisos;
- Impulsiona as vendas.



# SEGURANÇA DO CONSUMIDOR DIGITAL

**1. Introdução**

**2. Objetivo e Método**

**3. Destaques**

**4. Perfil de amostra**

**5. Resultados**



## 2. Objetivo e Método

A Pesquisa teve como objetivo quantificar aspectos relacionados à segurança do consumidor digital, através da perspectiva do próprio consumidor. Aprofundando:

01.

Confiabilidade do  
consumidor em relação  
ao varejo digital  
brasileiro;



02.

Utilização de  
ferramentas antifraude;



03.

Ocorrências  
fraudulentas no e-  
commerce brasileiro.

## 2. Objetivo e Método

- + **Tipo de Pesquisa:** pesquisa quantitativa de opinião, por meio de abordagem via painel online.
- + **Amostra:** 804 entrevistas com consumidores online. (Em 2019 foram 822 entrevistas)
- + **Questionário:** 30 perguntas fechadas e 1 aberta
- + **Data de coleta:** 01 a 02 de junho de 2023
- + **Abrangência:** Nacional
- + **Margem de Erro:** +/- 3 pontos percentuais, considerando nível de confiança de 95%

# SEGURANÇA DO CONSUMIDOR DIGITAL

**1. Introdução**

**2. Objetivo e Método**

**3. Destaques**

**4. Perfil de amostra**

**5. Resultados**



# 3. Destaques



87% dos consumidores digitais sentem-se seguros ao fazer uma compra no e-Commerce brasileiro. Em 2019 eram 92%.



38% dos consumidores sentem-se mais seguros ao fazer compras online em *Marketplaces*. AliExpress (25%), Magazine Luiza (21%) e Shopee (15%) são os sites que mais se destacam em segurança, na opinião dos consumidores.



27% dos entrevistados já sofreram algum tipo de fraude ao comprar online. Em 2019 eram 15%.



A principal ocorrência de fraude foi “Não recebimento do produto adquirido (57%), seguido por recebimento do produto errado ou com defeito (33%), fraudes no cartão de crédito (31%), vazamento dos dados pessoais (17%) e fraude na geração de boleto (12%).

# 3. Destaques



58% dos consumidores costumam denunciar, porém ainda 42% não denunciaram algum tipo de fraude. O principal canal de denúncia é “Reclame Aqui” (40%), seguido por Procon (22%).



O número de ocorrências não resolvidas subiu para 40%, em 2019 eram 25%. E principal forma de resolução foi a devolução do valor pela empresa para a conta do consumidor (25%).



Ainda assim, 46% dos consumidores sentem que a segurança ao comprar online está mais segura em relação aos último 12 meses.



93% dos consumidores consideram ser relevante comprar em loja/app que possui alguma ferramenta antifraude. Além disso para 56% dos consumidores, a segurança do site é item mais importante para a escolha de um site/ aplicativo.

# SEGURANÇA DO CONSUMIDOR DIGITAL

**1. Introdução**

**2. Objetivo e Método**

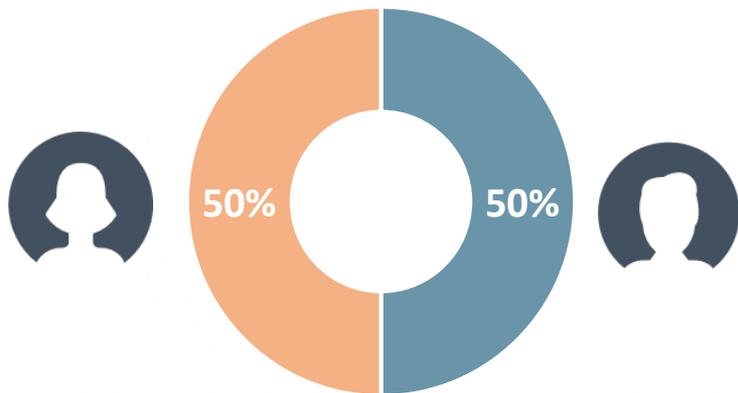
**3. Destaques**

**4. Perfil de amostra**

**5. Resultados**



# 4. Perfil da amostra



IDADE (RU); SEXO (RU); ESTADO CIVIL (RU);

Base Total: 804 respondentes



18 a 24 anos	12%
25 a 34 anos	38%
35 a 44 anos	34%
45 a 54 anos	11%
55 a 64 anos	3%
65+	1%



Solteiro(a)	49%
Casado(a)	36%
União estável	9%
Divorciado(a)	3%
Outros	2%

# 4. Perfil da amostra

**51%** possuem filho(s)/ enteados  
que moram junto

Base de respondentes com filho: 411

1 filho	47%
2 filhos	35%
3 filhos	12%
4 filhos	3%
5 filhos	1%
6 filhos	1%

Você tem filhos e/ou enteados que moram com você? (RU)

Base: 804 entrevistas



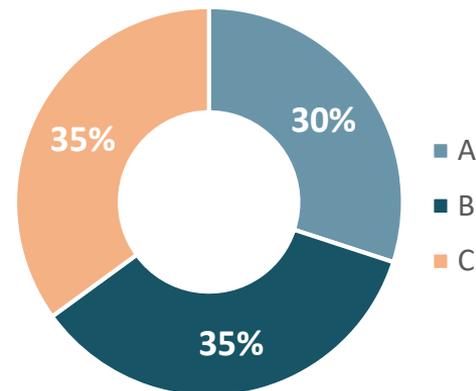
# 4. Perfil da amostra

## Atividade Remunerada

Empregado(a) com carteira assinada	49%
Autônomo	22%
Aposentadoria	7%
Rendimento de aplicações ou imóveis	6%
Empresário(a)	5%
Apoio oferecido pelos familiares	2%
Outros	5%

**77%** Possuem renda remunerada

## Faixa de Renda

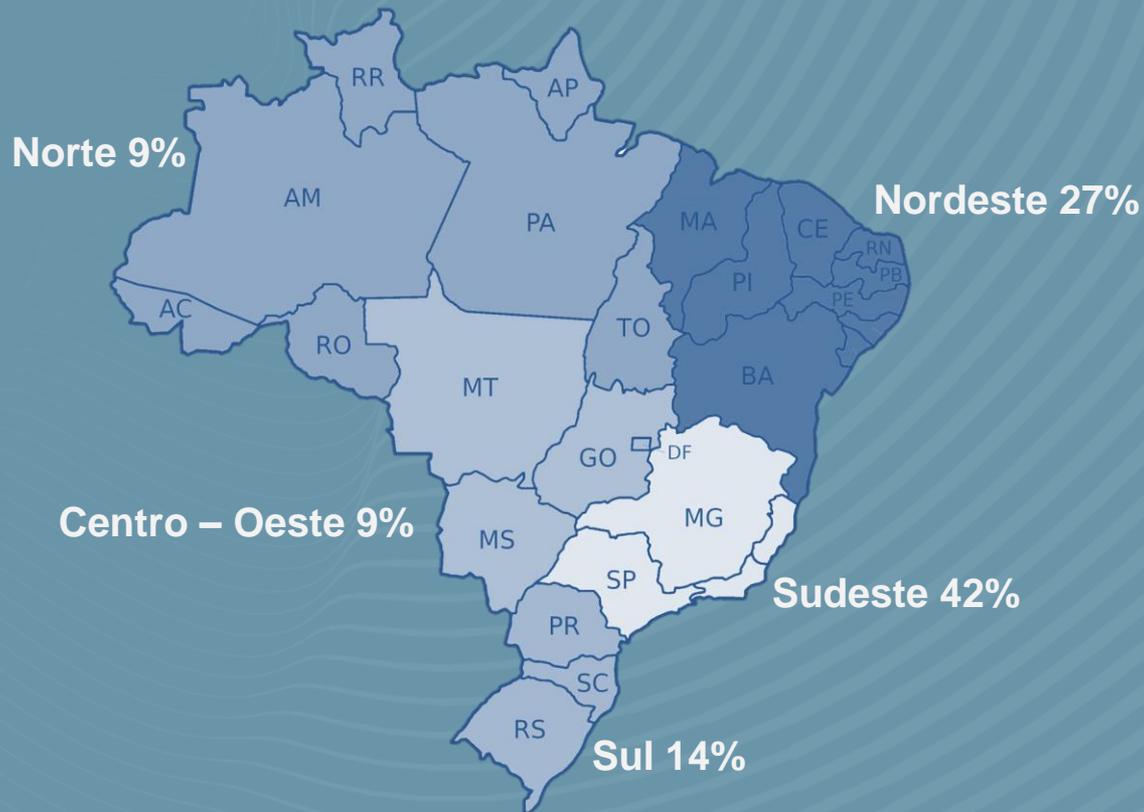


Você exerce alguma atividade remunerada? (RU) | Considerando todos os rendimentos de todas as pessoas que moram com você, a renda familiar mensal da sua casa é... (RU) | E qual é a principal origem dessa renda? (RU)

Base: 804 entrevistados

# 4. Perfil da amostra

## UF de Residência



Você reside em qual dos Estados abaixo? (RU)

Base: 804 entrevistas

# SEGURANÇA DO CONSUMIDOR DIGITAL

**1. Introdução**

**2. Objetivo e Método**

**3. Destaques**

**4. Perfil de amostra**

**5. Resultados**



# 5. Resultados

## Hábitos digitais do consumidor:

100%

Costuma comprar online

Maioria das compras são:



60%

Online



40%

Física

Dispositivo que costuma fazer compras online:



Smartphone 82%



Notebook 17%

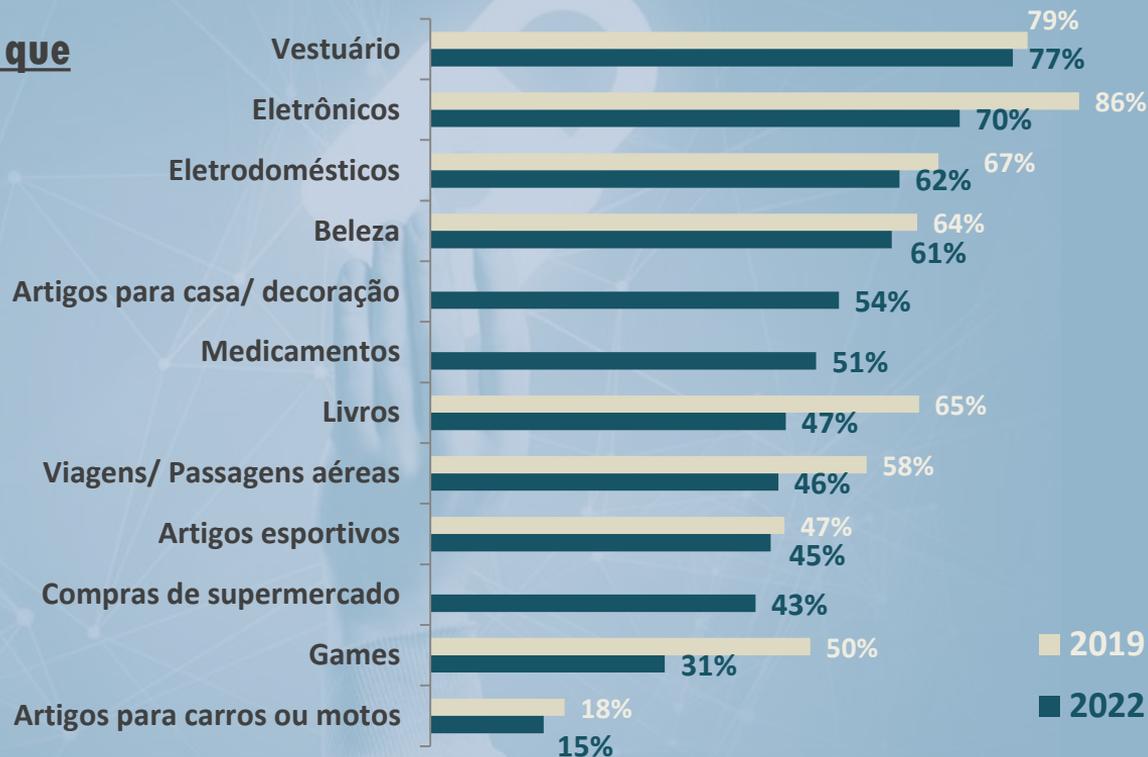


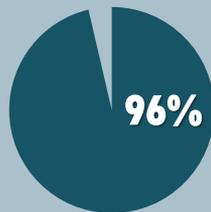
Tablet 1%

# 5. Resultados

## Hábitos digitais do consumidor:

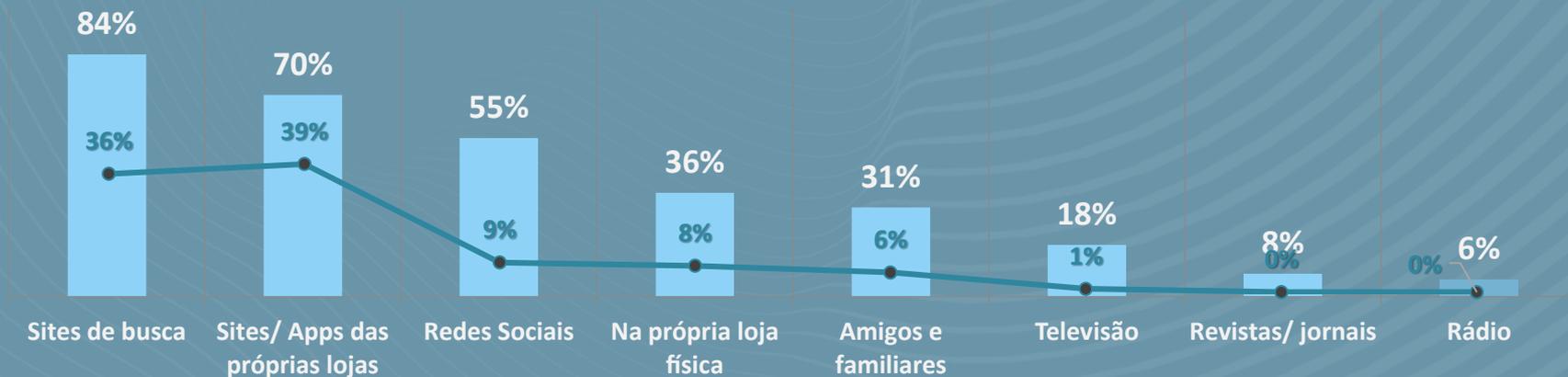
### Produtos/ serviços que já comprou online:





**Costumam pesquisar antes de comprar.**

## Onde pesquisam X Confiança no meio de comunicação



# Quanto você se sente seguro em comprar online?

87% 2019: 92%



- Me sinto totalmente inseguro
- Me sinto inseguro
- Me sinto nem seguro nem inseguro
- Me sinto seguro
- Me sinto totalmente seguro

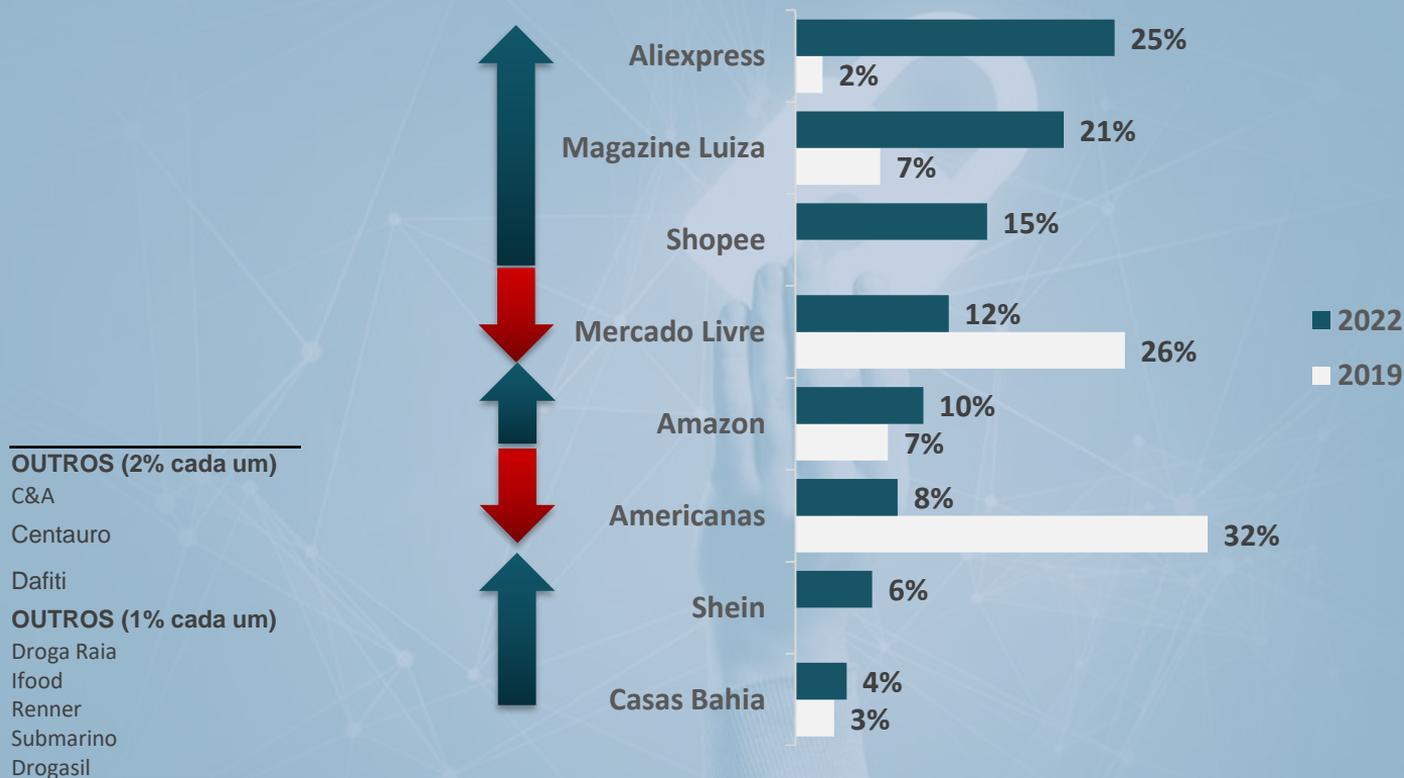
Apenas 14 pessoas disseram sentir-se inseguras ao comprar online. E principal receio é cair em algum golpe.

## Tipo de loja online que sente MAIS confiança:

## E MENOS confiança:

Marketplaces	38%	10%
Apps das próprias lojas	31%	7%
Sites das próprias lojas	25%	8%
Redes Sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp)	5%	76%

## Questão aberta ao consumidor escrever o nome do Site/App que se sente MAIS seguro ao comprar online:



## Já teve problemas com o site/app citado:



Base: 804 respondentes

Em relação ao site/aplicativo que você citou, alguma vez você já teve problema na compra online deste site/aplicativo?? Você possui alguma ferramenta antifraude que utiliza quando faz compras online?

## Você possui ferramenta antifraude?

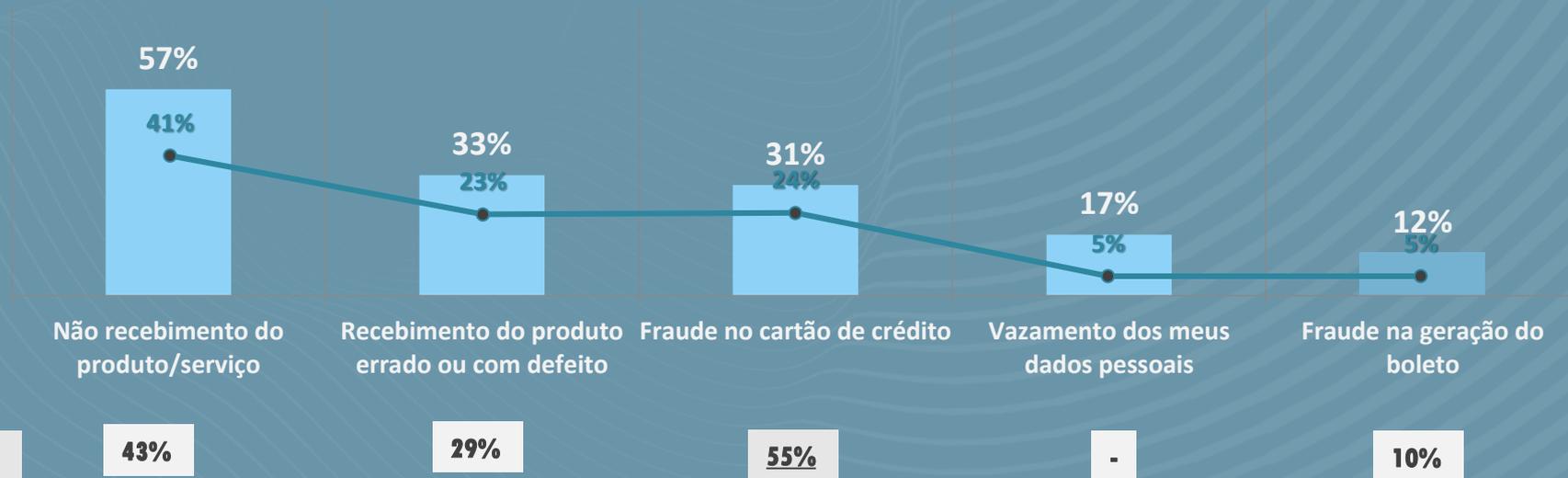
**Apenas 17% possui alguma ferramenta antifraude.**

**69% não possui, mas gostaria de ter.**

**14%% não possui, e não gostaria de ter.**

**27%** já sofreu algum tipo de fraude. Em 2019 eram 15%.

- Qual(is) ocorrência(s) já teve ao fazer compras online?
- Qual foi a mais recente?



IM:1,5

Em 2019:

# 40% das ocorrências não foram resolvidas.

## Como a ocorrência foi resolvida?

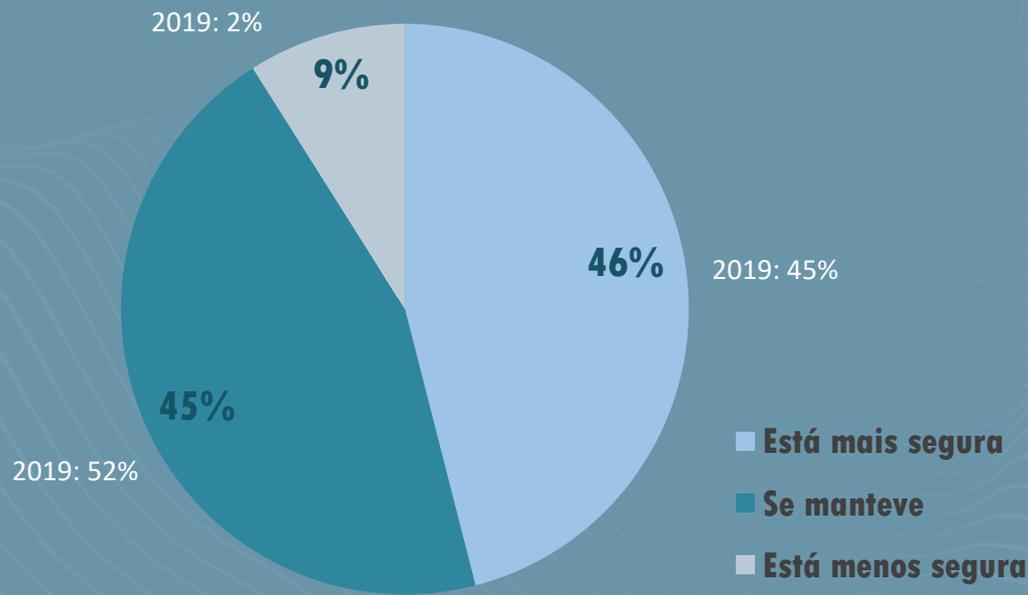


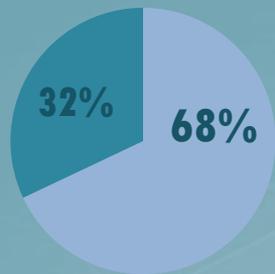
## Canais para reclamação:



Subiu para 9% consumidores que consideram a compra online menos segura. Em 2019 eram 2%.

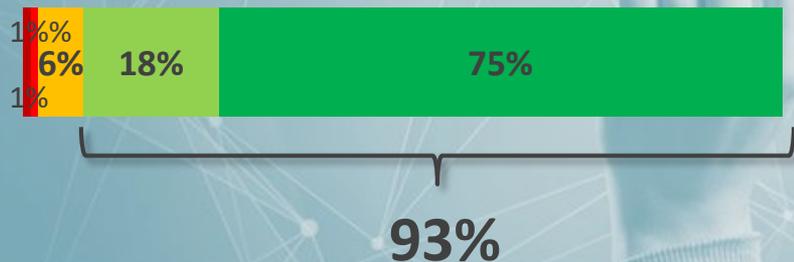
## Segurança ao comprar online:





**Procuram por lojas/apps que possuem ferramenta antifraude.**

**Quanto é relevante pra você uma loja online possuir ferramenta antifraude?**



**O que é mais importante na momento de escolha de um site para comprar?**

<b>Segurança do site</b>	<b>56%</b>
<b>Preço do produto</b>	<b>21%</b>
<b>Qualidade do produto</b>	<b>18%</b>
<b>Atendimento do site</b>	<b>4%</b>
<b>Outros</b>	<b>1%</b>



**A segurança do consumidor digital é uma preocupação crescente devido ao aumento das transações e interações online.**

**Algumas considerações são importantes para a segurança do consumidor no ambiente digital:**

- 1. Proteção de dados pessoais: As empresas devem adotar medidas adequadas para garantir a segurança e privacidade das informações fornecidas pelos consumidores, de acordo com leis e regulamentações de proteção de dados, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil.**
- 2. Transações seguras: É essencial garantir que as transações online, como compras e pagamentos, sejam seguras. As empresas devem adotar protocolos de segurança, como criptografia e autenticação de dois fatores, para proteger as informações financeiras dos consumidores.**



**3. Políticas de privacidade e termos de uso: As empresas devem fornecer políticas de privacidade e termos de uso claros e transparentes, descrevendo como as informações dos consumidores serão coletadas, usadas e compartilhadas.**

**4. Prevenção de fraudes: As empresas devem implementar medidas de segurança, como a verificação da identidade, monitoramento de atividades suspeitas e implementação de sistemas antifraude.**

**5. Educação do consumidor: Os consumidores devem estar cientes dos riscos online e serem educados sobre práticas seguras, como a criação de senhas fortes, o uso de redes Wi-Fi seguras e a verificação de sites seguros antes de inserir informações pessoais.**



**6. Suporte ao consumidor: As empresas devem fornecer canais de suporte eficazes para os consumidores reportarem problemas de segurança, receberem assistência e obterem resolução de problemas relacionados à segurança do consumidor digital.**

**Os consumidores também devem manter-se atualizados sobre práticas de segurança, adotar medidas de proteção, como o uso de antivírus, e pesquisar sobre a reputação e segurança das empresas antes de realizar transações online.**



**A partir da mobilização de executivos e empresários dos diversos segmentos do varejo, bem como estudiosos e pesquisadores do setor, foi idealizada a SBVC, uma entidade aberta, sem fins lucrativos, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. A SBVC foi constituída com o propósito de contribuir para o aumento da competitividade do varejo, trazendo conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos varejistas de todos os segmentos e promovendo ações sociais. Para saber mais, acesse: [www.sbvc.com.br](http://www.sbvc.com.br)**



**É o primeiro e maior aplicativo de micro tarefas da América Latina. Desde 2013 nossos especialistas engajam milhões de pessoas a fazer missões, que são a tradução para as milhares de micro tarefas que lançamos todos os dias baseadas em seu perfil e/ou localização. Nossa visão é sermos a maior plataforma de inclusão, educação e renda extra para as pessoas que serão impactadas pela revolução digital. E para nossos clientes, as micro tarefas se transformam em ações de impacto social e ambiental, ou em gigas de dados de qualidade e verificados, LGPD by design, prontos para somar a uma estratégia e escalar seus negócios. Visite nossa página: <https://pinion.business/>**

# Ficha Técnica

## **Realização SBVC:**

**Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria**

**Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC**

## **Diretoria SBVC:**

**Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria**

**Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail**

**Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e**

**Co-Fundador do OasisLab**

**Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC**

## **Parceria:**

**Matheus Vieira - VP, Business Architecture - PiniOn**

**OBRIGADO.**

