

92% dos consumidores digitais sentem-se seguros ao fazer uma compra no e-Commerce brasileiro, afirma estudo da SBVC

Levantamento mostra que o varejo brasileiro online investe na segurança de seu e-Commerce.

São Paulo, julho de 2019 – Os consumidores sentem-se seguros ao comprar online e as empresas estão investindo cada vez mais na segurança do seu e-commerce e dos seus usuários. Segundo o estudo “Segurança do consumidor digital e as fraudes no varejo – Na visão dos consumidores e das empresas varejistas”, desenvolvido pela **Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)** e pela Toluna, 92% dos consumidores digitais sentem-se seguros ao fazer uma compra no e-Commerce brasileiro.

O estudo mostra que o investimento das empresas na segurança do e-commerce é sentido por seus consumidores, uma vez que 100% das empresas varejistas entrevistadas investem na segurança do seu e-Commerce. A principal ferramenta utilizada para garantir a segurança das informações de seus usuários é o sistema antifraude (100%), seguido pelo Certificado SSL (75%). Selos de segurança (75%) também são utilizados e garantem a autenticidade da loja.

O estudo também verificou que, apesar dos consumidores sentirem-se seguros, 15% dos entrevistados já sofreram algum tipo de fraude ao comprar online, e a principal ocorrência foram fraudes no cartão de crédito (55%), seguido pelo não recebimento do produto adquirido (43%). A maioria dos consumidores costumam denunciar o ocorrido, e na sua maior parte por meios online. Destaque para 58% dos consumidores que obtiveram o valor devolvido pela empresa ou pelo banco, porém ¼ não resolveram o problema.

Metodologia

O estudo ouviu os mais importantes segmentos do varejo nacional, entre eles Supermercados, Drogarias e Perfumarias, Eletrodomésticos, Foodservice e Outros segmentos. Também foram entrevistados mais de 800 consumidores em todo o país, que costumam fazer compras online. O estudo teve como objetivo quantificar aspectos relacionados à segurança do consumidor digital, através da perspectiva do próprio consumidor e também das empresas, aprofundando a confiabilidade do consumidor em relação ao varejo digital brasileiro, utilização de ferramentas antifraude, ocorrências fraudulentas no e-commerce brasileiro e investimento das empresas na segurança das informações.

A íntegra do estudo está disponível no site da SBVC: <http://sbvc.com.br/seguranca-do-consumidor-digital-e-as-fraudes-no-varejo/>

Sobre a SBVC – Fundada em 29 de maio de 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento e promover ações sociais. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: Conteúdo, Relacionamento, Responsabilidade Social e Apoio Técnico.