

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

Levantamento mostra que 38% dos consumidores sentem-se mais seguros ao fazer compras online em Marketplaces.

São Paulo, julho de 2023 – Os consumidores sentem-se seguros ao comprar online e cada vez mais as empresas devem adotar medidas adequadas para garantir essa segurança. Segundo a 2ª edição do estudo “Segurança do consumidor digital e as fraudes no varejo”, desenvolvido pela **Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)** e pela **Pinion**, 87% dos consumidores digitais sentem-se seguros ao fazer uma compra no e-Commerce brasileiro.

O estudo mostra que, apesar dos consumidores sentirem-se seguros, 27% dos entrevistados já sofreram algum tipo de fraude ao comprar online (na 1ª edição do estudo feita em 2019 eram 15%), e as ocorrências foram 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%).

O estudo também verificou que a maioria dos consumidores costumam denunciar o ocorrido, e na sua maior parte por meios online, porém ainda é relevante o número de consumidores que não denunciam (42%). O principal canal de denúncia é “Reclame Aqui” (40%), seguido por Procon (22%). Destaca-se também o alto número de ocorrências não resolvidas, passando de 25% (em 2019) para 40%. Principais formas de resolução foram: 25% o valor foi devolvido pela empresa, para a conta do consumidor, em seguida para 12% o valor foi devolvido pelo banco, para a conta do consumidor, e também para 12% o valor foi devolvido em créditos para utilização de compras futuras. E por fim, 7% o produto foi trocado.

Para **Eduardo Terra, Diretor Presidente da SBVC**, “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.”

Metodologia

O estudo entrevistou 804 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, aprofundando a confiabilidade do consumidor em relação ao varejo digital brasileiro, utilização de ferramentas antifraude e ocorrências fraudulentas no e-commerce brasileiro.

A íntegra do estudo está disponível no site da SBVC: <https://sbvc.com.br/estudo-2a-ed-seguranca-do-consumidor-digital-e-fraudes-no-varejo/>

Sobre a SBVC – Fundada em 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 através do fornecimento de estudos e pesquisas. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: conteúdo, relacionamento, responsabilidade social e apoio técnico. Acesse: www.sbvc.com.br

Sobre a Pinion – 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/>