



Dia do Consumidor: como as empresas podem se preparar para garantir a segurança de seus clientes

Traçar estratégias para prevenir fraudes em grandes datas promocionais são fundamentais para garantir uma experiência segura do cliente

São Paulo, março de 2025 - Com a aproximação do Dia do Consumidor, as empresas precisam estar preparadas para aproveitar a oportunidade de oferecer promoções atrativas e uma boa experiência de compra, ao mesmo tempo em que garantem a segurança nas transações. Com a expansão do comércio digital, a prevenção de fraudes tornou-se essencial para fortalecer a confiança do consumidor e preservar a reputação das marcas.

Um estudo da Branddi, divulgado em novembro de 2024, revelou que, durante o “esquenta das promoções”, os golpes digitais foram três vezes mais frequentes do que no mesmo período de 2023. Somente nas semanas que antecederam o mês das promoções, mais de mil sites fraudulentos foram identificados, imitando grandes marcas. Considerando os golpes digitais de forma geral, não apenas os relacionados à Black Friday, o levantamento registrou mais de 3,7 mil ações fraudulentas apenas em outubro.

"As empresas devem focar não apenas em criar ofertas vantajosas, mas também em garantir que as transações de pagamento online sejam seguras", afirma Felliipe Novoa, gerente de sucesso do cliente da iugu, empresa de tecnologia especializada em pagamentos digitais e infraestrutura financeira. "Oferecer descontos e promoções sem comprometer a segurança dos clientes é fundamental para evitar prejuízos com fraudes e manter a confiança do consumidor."

Para as empresas que querem ir além das boas ofertas, mas também proteger suas transações, adotar medidas de segurança robustas é crucial. Veja algumas dicas:

- **Utilize plataformas de pagamento que apresentem sinais de confiança e selos de segurança:** escolha meios de pagamento reconhecidos, que possuam certificações de segurança, garantindo transações seguras e protegidas contra fraudes;
- **Implemente ferramentas como criptografia de dados e autenticação multifatorial para mitigar riscos:** proteja informações confidenciais com criptografia e exija múltiplas formas de verificação no login para dificultar os acessos não autorizados;
- **Personalize a finalização da compra de seu cliente:** crie uma experiência de compra que transmita segurança e confiança ao consumidor. Com a iugu, por exemplo, é possível utilizar o domínio próprio do site do cliente e personalizar todo o ambiente de pagamento, para reforçar a identidade da marca.
- **Mantenha uma comunicação transparente com os consumidores sobre as medidas de segurança adotadas:** informe seus clientes sobre as práticas de proteção de dados utilizadas;

- **Instrua seus clientes para identificar ofertas fraudulentas e sites inseguros:** oriente seus clientes e consumidores sobre sinais de golpes online, como preços excessivamente baixos, ausência de certificação e links suspeitos enviados por canais não oficiais da empresa.

Os consumidores estão cada vez mais atentos a datas como o Dia do Consumidor e prontos para aproveitar as melhores ofertas. Para se destacar nesse cenário competitivo, é essencial oferecer uma experiência de compra positiva, simplificada e segura. "O risco de fraudes tende a aumentar nesse período, por isso é imprescindível que as empresas adotem medidas preventivas para proteger seus clientes e minimizar riscos", conclui Novoa.

Sobre a iugu

A iugu é uma empresa de tecnologia que oferece um ecossistema completo de infraestrutura financeira, com os diferenciais de ter as APIs mais robustas do mercado, com atendimento próximo e parceiro. A empresa oferece toda tecnologia e suporte necessários para empresas de diferentes tamanhos estruturarem uma operação financeira inteligente, automatizada e eficiente de ponta a ponta. Fundada em 2012, é responsável pela gestão de mais de 50 mil contas ativas, em diferentes áreas como desenvolvedores de software, clubes de assinatura, gestoras de condomínio, escolas, empresas de contabilidade, academias, e-commerces e ERPs, entre outros. Em 2020, a empresa levantou R\$120 milhões de investimento com o Grupo Goldman Sachs e recebeu a licença do Banco Central para operar no Brasil como Instituição de Pagamentos regulamentada.

Informações à imprensa - VCRP Brasil

Fádia Calandrini | fadia.calandrini@vcrp.com.br | (21) 98221-7401
Fernanda Oening | fernanda.oening@vcrp.com.br | (11) 95025-2296