

Todos os seus dados já foram roubados – o novo normal

Paulo Milliet Roque (*)

Somos assolados semanalmente por notícias de mega invasões e roubos de dados em diversos sistemas de segurança da informação

Dados de mais de 220 milhões de brasileiros vivos e mortos – inclusive os seus e os meus – já estão disponíveis neste local difuso chamado Dark Web que ninguém sabe onde fica. A lista inclui milhões de imagens de faces e cópia de documentos de identidade. Diante deste cenário, temos que assumir no nosso dia a dia que já são do conhecimento de hackers o nosso nome completo, números de telefone, e-mails, login e senhas, data de nascimento, nome dos pais, CPF, RG, endereço e dados de contas bancárias.

Só nos resta trabalhar no modo “controle de danos”, contratando serviços de monitoramento gratuitos e pagos para nos avisar de investidas e tentativas de pedidos de empréstimos em nosso nome. Afinal, quando não tem um login e senha de um serviço específico, o hacker normalmente começa por ligar ou acessar os serviços de crédito para trocar nosso número de celular e criar um novo login e senha.

Para confirmar a procedência, essas instituições fazem as perguntas de segurança – justamente as informações que descrevi que já estão espalhadas pela Dark Web.

O aumento da segurança no acesso digital e na assinatura eletrônica de documentos é uma necessidade urgente e ainda pouco implementada, pois existe um conflito entre conveniência e segurança.

E as principais formas de validar um usuário diferem muito nestes dois quesitos: o acesso via presencial é mais seguro, mas é extremamente inconveniente e está sendo abandonado nestes tempos de pandemia. Já o acesso remoto, via login e senha, ainda o mais usado, é conveniente, mas muito pouco seguro. Basta ver o site “have I been pwned?” do Troy Hunt, que lista 11 bilhões de contas hackeadas. Isto mesmo! Bilhões! Existem mais contas hackeadas do que habitantes no planeta.

Um batimento biométrico remoto com base na foto de um documento de identidade e foto da pessoa, o vulgo cara-crachá, dificulta a invasão, mas o hacker pode usar um Photoshop para alterar a foto do documento. Já um batimento biométrico remoto em bases do governo, como a do Denatran, aumenta bem a segurança, pois pressupõe que os departamentos de trânsito estaduais já fizeram a validação presencial do motorista. Hoje em dia, estes batimentos remotos estão sendo cada vez mais utilizados.

A utilização do certificado digital ICP-Brasil (e-CPF, e-CNPJ, etc.) é considerada a mais segura e com a validade jurídica

do não repúdio legal. Os preços têm caído atualmente e a validação, que antes era obrigatoriamente presencial, agora pode ser feita via videoconferência para pessoas que possuem uma Carteira Nacional de Habilitação (CNH). Esta mudança, aparentemente sutil, foi marco na facilidade de emissão, que se dá em menos de 30 minutos. Hoje, mais de 70% das emissões já são feitas por videoconferência, e esse índice sobe mês a mês.

Os certificados digitais podem ser usados para acessar serviços de portais, como por exemplo o eCac da Receita Federal, e para assinar documentos com validade jurídica. Existem oito tipos de certificados digitais, mas só dois “colaram”: o A1 e o A3. Os certificados digitais A1 são em software (arquivo) que é instalado no computador do usuário. É menos seguro, porque pode ser copiado para diversos computadores ou aplicativos de celular e por isto só tem validade de 1 ano.

O certificado A3 é gravado em mídia criptográfica homologada – Smartcard ou token – e vale, teoricamente, por até 5 anos, mas na prática são comercializados com validade de até 3 anos. Recentemente, começou a ser utilizado o certificado A3 em nuvem, que fica armazenado num hardware criptográfico (HSM) num data center homologado e o usuário acessa pelo computador ou celular recebendo um código único de identificação a cada uso ou período.

Essa nova facilidade de emissão e uso dos certificados digitais tem motivado cada vez mais o uso em aplicações, tais como assinatura digital de contratos e declarações que substituem a firma reconhecida, o acesso a sistemas dos tribunais pelos advogados, as prescrições de medicamentos controlados, a transferência de veículos, os diplomas digitais e a digitalização de documentos com validade jurídica permitindo o descarte do original. Isto cria a possibilidade de empresas de e-commerce e sistemas de acesso passarem a utilizar também a tecnologia.

Esse tipo de acesso não é difícil de implementar, mas, na prática, ainda é pouco utilizado. E, portanto, é uma grande oportunidade para as empresas de software. Cabe também ao usuário passar a exigir mais segurança dos sistemas que acessa. No Reclame Aqui? ainda não vi depoimentos de consumidores sobre determinado fornecedor que não toma as devidas precauções nesse quesito.

O Brasil é referência mundial em certificação digital, considerado o melhor exemplo de parceria público-privada bem-sucedida. O desafio agora é aumentar a evangelização para os benefícios do uso da certificação e do enorme potencial que cria para novas aplicações.

(*) - Empresário do setor de certificação e identidade digital, co-fundador da DigiForte, é vice-presidente da Associação das Autoridades de Registro do Brasil e da Associação Brasileira das Empresas de Software.

Compras e vendas online podem crescer em 20% pós-pandemia

Com as constantes mudanças sociais causadas pela pandemia, os varejistas estão enfrentando uma nova era de hábitos de compra, que exige adaptações no processos de vendas, como respostas em tempo real e personalizadas para conquistar os clientes

Essa é apenas uma das considerações que o estudo “Comunicação e acompanhamento fazem a diferença na experiência de compra do cliente”, encomendado pela Infobip ao International Data Corporation, nos proporciona.

De acordo com os dados da pesquisa, atualmente 88% dos clientes brasileiros compram online e a primeira experiência foi durante o período de isolamento social. Em busca de um canal de comunicação confiável e uma boa experiência, a pesquisa revela que os clientes tendem a gastar 25% a mais em empresas adaptadas digitalmente. Nesse sentido, estratégias personalizadas na comunicação com os consumidores devem ser exploradas por todos os varejistas, pois as vendas online funcionam em todos os setores e podem crescer em 20% após a pandemia.

Segundo o levantamento, os produtos mais comprados em e-commerce são os de moda, vestuário e calçados (76,3%), eletrônicos e eletrodomésticos (68,9%), cosméticos e perfumaria (57,5%). Porém, as vendas de produtos de material de construção, por exemplo, também devem ser consideradas, pois 16,4% dos entrevistados consideram



Com a mudança nos hábitos dos consumidores, o WhatsApp se consolidou como ferramenta para manter o relacionamento com clientes.

o meio digital para realizar suas compras.

Com a mudança nos hábitos dos consumidores, o WhatsApp se consolidou como ferramenta para manter o relacionamento com clientes. De acordo com os dados, 62,8% dos entrevistados consultam informações sobre o andamento do pedido no canal, enquanto 51,3% também o preferem para receber ofertas e sugestões de compras personalizadas. Nesse contexto, o uso de meios mais tradicionais, como telefone e e-mail, acabam ficando para trás.

Entre os entrevistados, 57% preferem outro meio de atendimento que não seja o telefônico e 54% deles ficam decepcionados quando essa é a única opção de comunica-

ção com a loja. Craig Charles Webster, Head de Marketing América Latina da Infobip, destaca que “com a incessante busca dos consumidores por atendimento qualificado e experiências inovadoras no digital que a pesquisa feita pelo IDC nos mostra, nunca foi tão necessário pensarmos em estratégias omnichannel para as empresas, considerando as especificidades dos setores do mercado varejista e os direcionamentos que podemos dar em cada um dos canais”.

Por mais digital que o mundo corporativo se torne, as pessoas buscam por comunicações humanizadas, tanto que preferem utilizar canais e redes de comunicação pessoais para realizar compras e interagir com as empresas.

População de Portugal está diminuindo

Os números apresentados do Censo 2021 foram divulgados na última semana e revelam que a população do país lusitano está 2% menor do que os dados registrados há 10 anos. Além disso, o partner da Guess What, empresa de comunicação portuguesa, Francisco Chaveiro Reis destaca uma situação já observada pelo governo: “O despovoamento do interior está acontecendo, e por isso essa situação se confirma com essa pesquisa”.

Segundo o comunicador, a população do país diminuiu 214 mil habitantes nesta década, o que não é algo normal: “A última vez que as pesquisas mostraram queda na população foi no censo entre as décadas de 1960 e 1970”, revela. A queda no número de habitantes se observa na maior parte do país. Reis explica que “das 308 cidades do país, 257 registraram essa tendência. Por outro lado, somente a região metropolitana de Lisboa e o Algarve apresentaram um crescimento na população”.

Para quem deseja migrar para o país, é uma boa oportunidade, revela Francisco: “O país está tentando sair da pandemia e retomar o caminho do crescimento. Há vagas de emprego em várias áreas em aberto. Então, se por um lado a população diminuiu, por outro há vagas esperando mão de obra para serem preenchidas”, observa. O comunicador lembra que o recenseamento deste ano foi feito pelo modo online. “A equipe que fez o levantamento foi em todas as casas fornecer códigos que deram aos moradores o acesso ao sistema para responder ao questionário pela internet”. - Fonte: MF Press Global.

Logística reversa: 30% das compras são devolvidas ou trocadas

Quase 30% das compras online são devolvidas ou trocadas de acordo com dados revelados em uma pesquisa da Ebit/Nielsen. Considerando que em abril houve alta de 17,74% nas vendas no e-commerce em relação ao mesmo mês do ano passado, segundo o índice MCC-ENET, o volume de produtos na logística reversa se torna muito grande.

A logística reversa pode ser o ponto crucial para tornar a compra totalmente satisfatória ou, por outro lado, prejudicar toda a jornada do cliente, promovendo uma experiência ruim, justamente no momento mais esperado pelo consumidor. Mas, o que é um procedimento rotineiro para as grandes empresas pode ser uma grande dor de cabeça para os pequenos e médios empresários.

Isso porque as pequenas empresas geralmente têm equipes enxutas, focadas no processo de venda dos produtos. Além de muito onerosa, fazer esta gestão logística é muito complicado, pois é preciso lidar com transportadores, correio ou outros meios de entrega, além de acompanhar os pedidos, confirmar o recebimento pelos clientes e fazer o pós-venda.

Isso era o que acontecia com a Eight Brand, e-commerce de venda de roupas, que oferece esse serviço para os clientes. Para Yumi Cho, proprietária, era difícil administrar o processo de troca ou devolução e, ao



A logística reversa pode ser o ponto crucial para tornar a compra satisfatória.

mesmo tempo, executar as outras tarefas inerentes ao negócio. O limite de envios por mês era outro entrave, pois aumentava os custos na ponta.

“Minha grande dificuldade era ter liberdade para usar quantos envios fossem necessários no mês, sem ter uma cota máxima mensal”, conta a empresária. Hoje sua empresa é cliente +Envios e, com isso, consegue um custo-benefício muito maior, pois não fica limitada na quantidade de envios e nem para trocas ou devoluções. Casos como o de Yumi mostram que uma boa gestão estratégica pode impactar positivamente na logística reversa das empresas - inclusive, pode salvar o negócio de muitos prejuízos.

Isso porque a empresa tem que arcar com o envio do objeto da casa do cliente até o seu estoque, e também com o segundo envio do novo produto ao consumidor. Sem uma gestão estratégica, isso pode impactar nos custos. Além da questão

Nesse sentido, a previsão para o final 2021 é que 70% dos novos aplicativos móveis estejam concentrados na humanização da experiência digital aos consumidores, tornando este novo mundo digital identificável e reconfortante.

Para a fidelização de clientes, a confiança nas empresas e nos seus canais de comunicação é um dos principais motivos que faz 48% dos entrevistados comprarem novamente. Além disso, a previsão é que, em 2023, as empresas que se destacarem em empatia e segurança podem superar em 40% os seus concorrentes.

“A preocupação com a experiência do cliente é fator chave para o sucesso do negócio no meio digital e, quando utilizamos as nossas sensibilidades como seres humanos para otimizar interações personalizadas a cada um de nossos públicos, a estratégia tende a não falhar e destacar estrategicamente nossas marcas”, finaliza Webster. A pesquisa foi desenvolvida no Brasil com 1766 pessoas entrevistadas, entre homens e mulheres. Dos respondentes, 62% têm 18 anos ou mais e ensino médio; 59% ensino superior completo de 25 até 44 anos. - Fonte e outras informações: (https://www.infobip.com).