

# Como as empresas estão se preparando para combater fraudes e proteger consumidores na Black Friday?

No último ano foram identificadas 17,8 mil tentativas de fraude no período — um alerta para que as empresas reforcem a segurança das operações e, ao mesmo tempo, os consumidores adotem hábitos mais seguros ao comprar online

Em 2025, o e-commerce brasileiro deve bater mais um recorde. Mas o que vem junto com essa avalanche de pedidos e cliques também preocupa: o aumento das fraudes digitais.



A Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) projeta um faturamento de R\$ 224,7 bilhões para o setor este ano, 10% a mais do que em 2024. Serão cerca de 435 milhões de pedidos e 94 milhões de consumidores navegando, comprando e (às vezes) se arriscando nas vitrines virtuais. Tudo isso em um mercado que já cresce ininterruptamente há oito anos.

Datas como Cyber Monday, Dia dos Pais, Natal e até períodos de liquidação contínua exigem, mais do que nunca, plataformas preparadas e seguras. As chamadas “temporadas quentes” do varejo tornam a reta final do ano não só um esquentado estratégico para promoções, como também para tentativas de fraude.

A Black Friday está marcada: 28 de novembro. E se, por um lado, as promoções movimentam a economia digital, por outro, também escancararam as portas para golpistas. Mas o crescimento vem com um custo. E não é só financeiro.

A edição de 2024 já deu sinais do que esperar. Segundo a ConfiNeotrust e a ClearSale, só até o meio-dia do sábado seguinte à Black Friday foram registradas 17,8 mil tentativas de fraude. Valor estimado das tentativas barradas? R\$ 27,6 milhões. O ticket médio dos golpes impressiona: R\$ 1.550,66, mais que o triplo do valor médio de uma compra legítima.

E os alvos preferidos? Games, informática e instrumentos musicais.

Mesmo com uma queda de 22% no valor total das fraudes em relação ao ano anterior, os especialistas são categóricos: os criminosos digitais continuam ativos, e mais sofisticados.

Enquanto isso, o PIX dispara. Na última Black Friday, as transações com o sistema instantâneo saltaram 120,7% em um único dia. Foram movimentados R\$ 130 bilhões, segundo o Banco Central. Um feito histórico. Mas que também preocupa.

Mais velocidade, mais acessos, mais instantaneidade, mais vulnerabilidades. E nem todas as plataformas estão preparadas para isso. Lentidão, instabilidade e brechas de segurança viram a porta de entrada perfeita para quem está do outro lado, fraudadores atentos e oportunistas.

Essas falhas afetam diretamente a experiência do usuário e a reputação das marcas. Um estudo da PwC revela que 55% dos consumidores evitariam comprar de uma empresa após uma experiência negativa, e 8% desistiriam de uma compra após um único incidente desfavorável.

“Segurança digital não é uma etapa final. É um processo contínuo que começa antes da primeira linha de código”, resume Wagner Elias, CEO da Conviso, especialista em segurança de aplicações (AppSec).

Para proteger os softwares de e-commerce, o setor de segurança de aplicações (AppSec) — que deve movimentar US\$ 25 bilhões até 2029, segundo a Mordor Intelligence — trabalha para encontrar vulnerabilidades antes que elas virem problemas reais.

O objetivo da AppSec é mapear brechas de segurança antes que elas sejam exploradas por invasores.

Elias compara com a construção de uma casa: “É como construir uma casa já pensando nos pontos de acesso: você não espera que alguém tente invadir para depois instalar fechaduras ou câmeras. A ideia é antes os riscos e fortalecer as defesas desde o início”, explica Elias.

E alerta: o ideal seria as empresas revisarem constantemente suas plataformas para identificar e corrigir possíveis brechas de segurança, criando uma cultura contínua de proteção. “O fundamental é oferecer uma garantia real tanto para o consumidor, fortalecendo a confiança na plataforma e em todo o processo de compra. E isso só é possível com um preparo que começa meses antes da data”.

Uma das soluções que podem apoiar os e-commerces nesse processo é o Site Blindado, agora parte da Conviso, empresa de segurança de aplicações e referência em AppSec. O selo de confiança atua em diferentes níveis, atendendo desde lojas virtuais que precisam de proteção básica até aquelas que demandam maior prova de autenticidade, ou mesmo certificações mais rigorosas, como a PCI-DSS, exigida para quem lida com dados de cartão de crédito.

Quem leva segurança a sério colhe resultados. A Visa, por exemplo, bloqueou 270% mais fraudes em 2024 em relação ao mesmo período do ano anterior. Isso só foi possível graças a um investimento robusto: mais de US\$ 11 bilhões em

tecnologia e segurança nos últimos cinco anos.

A chave? Inteligência artificial, machine learning e análise de comportamento em tempo real. Tudo em milissegundos. Sem atrapalhar o consumidor de verdade, que quer apenas garantir o desconto no checkout.

Prevenção começa na base. Mas como se proteger? As recomendações são claras e envolvem tanto empresas quanto consumidores”, reforça o CEO da Conviso.

Dicas para as empresas:

- Inclua segurança já na fase de desenvolvimento dos sistemas;
  - Faça testes de penetração (pentests) com frequência;
  - Integre ferramentas de proteção ao seu DevOps sem perder agilidade;
  - Treine times de tecnologia com foco em boas práticas de segurança;
  - Crie uma cultura onde segurança é rotina, e não exceção.
- E para o consumidor que vai às compras digitais:
- Fuja de promoções boas demais para serem verdade;
  - Verifique se o site é confiável (https, selos de segurança, CNPJ, etc.);
  - Dê preferência a plataformas e apps já conhecidos;
  - Evite links recebidos por e-mail ou redes sociais — principalmente de desconhecidos;
  - Ative a autenticação em dois fatores sempre que possível.

“Enquanto o consumidor precisa aprender a reconhecer sinais de risco, as empresas têm o dever de oferecer ambientes blindados. É a combinação dos dois que sustenta a confiança nas plataformas e mantém o mercado saudável”, conclui Elias.

## Avaliação de performance: de obrigação, à oportunidade de engajamento

Ricardo Haag (\*)

Em um cenário corporativo dinâmico, as empresas enfrentam um desafio persistente: manter seus times não apenas produtivos, mas genuinamente engajados — inspirando e desenvolvendo esses talentos visando sua satisfação e retenção. Nesse sentido, a avaliação de performance é, há anos, uma prática bastante incorporada, mas pouco utilizada estrategicamente para que vá além de um formulário burocrático e se torne uma poderosa ferramenta de transformação, capaz de se tornar o diferencial para construir times verdadeiramente motivados e de alta performance.

De forma geral, essas avaliações são altamente benéficas para todos os envolvidos. Para os gestores, é uma maneira de assegurar o alinhamento de expectativas entre as partes e identificar oportunidades de melhorias que corrijam as rotas necessárias, visando esse objetivo maior.

Para o profissional, é a chance de dar seu feedback a respeito de suas impressões do ambiente, além de ter uma visão mais clara de suas competências e habilidades, tanto as que se destacam quanto as que precisam ser aprimoradas — traçando planos específicos que contribuam para seu crescimento e desenvolvimento contínuo. Todas essas, vantagens inegáveis, nem sempre, acabam sendo conquistadas pela falta de clareza de muitos acerca desta importância.

Segundo uma pesquisa recente divulgada pela Flash, 40% das empresas relatam pouca participação de seus funcionários nesse processo de avaliação, normalmente ocasionada por dois fatores bastante comuns. Há, primeiramente, uma grande descrença quanto ao propósito dessa avaliação, uma vez que muitos talentos acabam compartilhando suas opiniões do que esta lhes deixando insatisfeitos e que gostariam que mudasse, sem que, na prática, vissem qualquer posicionamento desse feedback apenas no negado dos gestores nesse sentido. Então, qual seria o motivo de “perder tempo” respondendo essa avaliação, se ela não resultará em nenhuma mudança concreta e positiva aos times?

O medo de muitos profissionais em se exporem também é bastante comum, receosos de enviar comentários bastante negativos a respeito de

algum tema interno e que isso possa lhes gerar algum tipo de consequência negativa. Independentemente do motivo, essa baixa participação, geralmente, se relaciona com a forma como o processo é conduzido e percebido pelos colaboradores, com falta de clareza e propósito do porquê devem contribuir com essa análise e, acima de tudo, de que forma isso irá se refletir em seu dia a dia na organização.

Cabe aos gestores, dessa forma, junto ao departamento de recursos humanos, reverter essa visão negativa e passar a reforçar um maior comprometimento neste engajamento pelas equipes. Transformar a avaliação de desempenho em um processo mais transparente, justo, contínuo e focado no desenvolvimento de cada profissional, melhorando a forma pela qual comunicarão esses objetivos e como pretendem transformar essas respostas em práticas aderentes nesse sentido.

Invista em indicadores que analisem esses feedbacks e, com base nisso, orientem nas melhores soluções e ajustes que devem ser priorizados, criando um ambiente de muito mais confiança, acolhimento e segurança para todos.

Associe ações específicas com base em cada feedback que assegurem esse alinhamento de expectativas entre as partes, estabelecendo critérios muito bem definidos que guiem a organização nos melhores caminhos a serem aperfeiçoados e sem expor nenhuma pessoa. Tenha a avaliação de performance como algo intrínseco da cultura corporativa, sendo aplicada frequentemente e não apenas como algo muito pontual e pouco valorizada pelos profissionais.

Ser avaliado, em qualquer aspecto, sempre traz algum nível de nervosismo e tensão, da mesma forma que quem avalia também se encontra em uma posição desconfortável em ter essas conversas difíceis. Mas, ao invés de intensificar esse feedback apenas no negado dos gestores nesse sentido, o enxergue como uma demonstração genuína de incentivo à melhoria e desenvolvimento de cada um. Isso, certamente, ajudará a elevar o engajamento das equipes e a implementar estratégias que impulsionem seu desempenho e os resultados conquistados.

(\*) Headhunter e sócio da Wide Executive Search, boutique de recrutamento executivo focado em posições de alta e média gestão.

### Ecogen Brasil Soluções Energéticas S.A.

CNPJ/ME nº 05.401.842/0001-79 - NIRE 35.300.384.954  
Ata de Reunião do Conselho de Administração Realizada em 26 de Junho de 2025.  
Às 14hrs do dia 26/6/25, na sede social. **Convocação e Presença:** Totalidade dos membros do Conselho de Administração da Ecogen Brasil Soluções Energéticas S.A. **Deliberações e Comentários:** Foram aprovadas por votação unânime as seguintes matérias: (1) a renúncia, a partir de 01/07/25, do Sr. Luiz Carlos Carolino Cabral do cargo de Diretor Presidente da Companhia, sendo registrados agradecimentos por sua colaboração e trabalho durante o mandato; (2) a renúncia, na mesma data 01/07/25, do Sr. Julio Cesar Yassuhira do cargo de Diretor Técnico e Operacional da Companhia, com agradecimentos pelos serviços prestados; e (3) a eleição do Sr. Julio Cesar Yassuhira para o cargo de Co-Diretor Presidente Executivo da Companhia, com posse em 01/07/25 e mandato de três anos a contar dessa data, ou seja, até 01/07/28, permitida a reeleição. O diretor eleito declarou, sob as penas da lei, não estar impedido legalmente de exercer atividades mercantis. **Encerramento:** Nada mais havendo a tratar. JUCESP 242.977/25-0 em 14/7/25. Aloizio E. Soares Junior - Secretário Geral em exercício. O inteiro teor desse documento poderá ser consultado na versão digital do jornal "https://jornalempresasnegocios.com.br/publicidade/legal/" desta data.

### HOTEL MAJESTIC S/A

CNPJ 43.121.946/0001-19  
ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA CONVOCÇÃO  
São convocados os Senhores Acionistas a se reunir em Assembleia Geral Extraordinária, que se realizará no dia 06 de agosto de 2025, às 11:00 horas, na sede social, na Praça Dr. Vicente Rizzo, 160, nesta cidade de Águas de Lindóia - SP, a fim de deliberar sobre a seguinte ordem do dia - **Extraordinário:** a) Assuntos de relevância para a sociedade. Águas de Lindóia 22 de julho de 2025. José Artur Bernardi - Diretor Presidente.

## TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.



Publicidade Legal



## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/1AB9-FE9F-52EE-2774> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 1AB9-FE9F-52EE-2774



### Hash do Documento

49831F3BCD63B04AD47A2B867CF4B79F904B14E5029C4B96E3BFC30241371F40

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 22/07/2025 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 22/07/2025 20:19 UTC-03:00

**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

