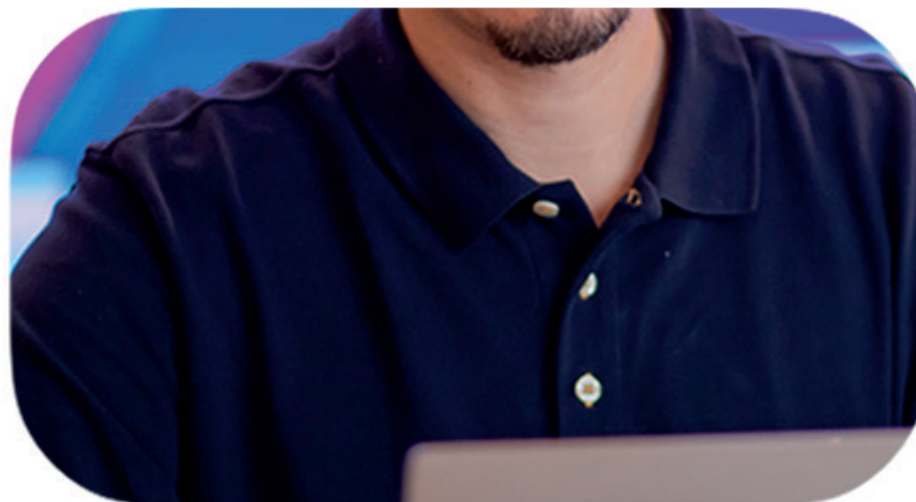


# Relatório de Identidade Digital e Fraude 2024



Quando o assunto é prevenção à fraude,  
**a gente sabe quem é quem**



# ÍNDICE

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	3
<b>2. VISÃO DE PESSOAS FÍSICAS</b> .....	4
2.1 SEGURANÇA É PRIORIDADE.....	4
2.2 INCIDÊNCIA E PROTEÇÃO DE FRAUDE.....	5
<b>3. VISÃO DE PESSOAS JURÍDICAS</b> .....	9
3.1 GESTÃO DE FRAUDE.....	9
3.2 SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO.....	12
<b>4. CONCLUSÃO</b> .....	13
<b>5. METODOLOGIA</b> .....	14
<b>6. SOBRE A SERASA EXPERIAN</b> .....	15

# 1. INTRODUÇÃO

## No ambiente digital, segurança é prioridade.

O Relatório de Identidade Digital e Fraude 2024, elaborado pela Serasa Experian, mostra como a frase serve tanto para as empresas quanto para os consumidores.

Por meio de **1.135 entrevistas** com instituições de vários segmentos e portes e pessoas físicas das mais diversas faixas etárias, classes e regiões do Brasil, este estudo apresenta análises e dados relevantes para as empresas que enfrentam o desafio de prevenir fraudes e atender aos consumidores digitais – que, como você vai ver, delegam a elas a responsabilidade de proteção.

Na **visão de pessoas físicas**, mapeamos como as experiências online e os serviços de autenticação e prevenção à fraude são percebidos e valorizados, qual é a incidência de golpes, quais são as ameaças mais temidas e quais medidas de proteção as pessoas mais costumam adotar.

Já na **visão de pessoas jurídicas**, medimos como a preocupação e as perdas com fraude têm aumentado nas empresas, assim como mensuramos o investimento em soluções de prevenção, os métodos de autenticação mais utilizados, entre outros destaques.

Desejamos uma boa leitura!

## 2. VISÃO DE PESSOAS FÍSICAS



Este relatório é mais um retrato de uma sociedade cada vez mais digitalizada e da ascensão do mobile banking no Brasil.

Enviar e receber e-mails, enviar mensagens via WhatsApp e Telegram, assistir a filmes e programas, comprar roupas, eletrônicos ou itens de beleza e bem-estar, realizar pagamentos digitais a fornecedores online e comprar ou vender produtos foram as **atividades online citadas como frequentes** por mais da metade dos entrevistados.

Os consumidores gastaram, em média, **R\$ 646** em compras online nos três meses anteriores ao levantamento, sendo a Black Friday a data mais digital (ocasião em que **75%** dos respondentes disseram fazer compras pela internet).

Realizar atividades bancárias online é algo rotineiro para

66%

dos entrevistados

79%

já abriram conta em banco 100% online

Cartão de crédito

79%

são os meios de pagamento mais utilizados pelas pessoas.

PIX

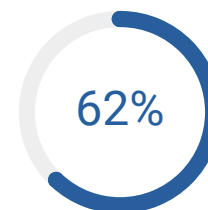
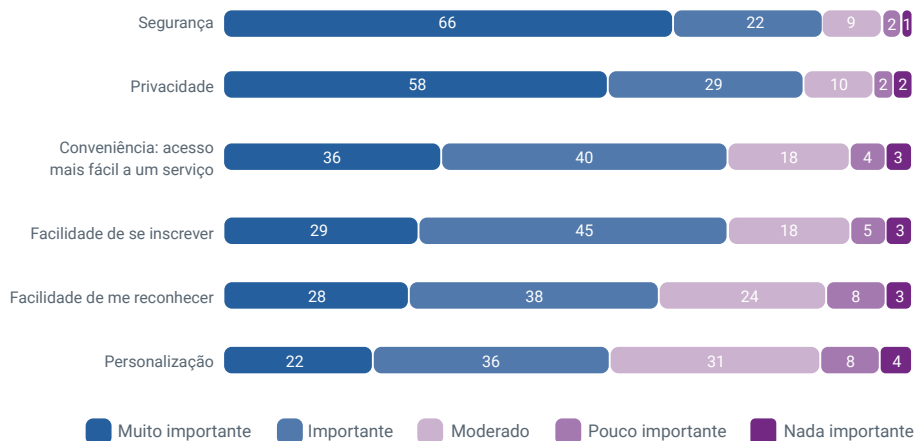
69%

### 2.1 SEGURANÇA É PRIORIDADE

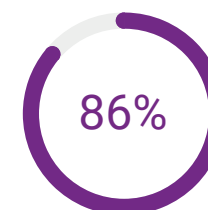
Segurança e privacidade são atributos muito valorizados em compras e atividades online, a ponto de superarem facilidade e personalização na ordem de importância.

#### Importância dos atributos na experiência de compra online

Resposta única por linha



dizem estar dispostos a **pagar mais caro** em uma marca que lhes ofereça menor possibilidade de serem vítimas de fraude online.



dos consumidores afirmam que preferem marcas mais seguras para interagir.

“São números que refletem um aumento na conscientização sobre os riscos associados às transações online. As empresas que investem em sistemas de prevenção a fraudes robustos, proteção de dados e garantias de segurança estão não apenas protegendo seus clientes, mas também ganhando uma vantagem competitiva significativa.”

*Caio Rocha, Diretor de Autenticação e Prevenção à Fraude da Serasa Experian*

## 2.2 INCIDÊNCIA E PROTEÇÃO DE FRAUDE

O relatório mostra que **71% das pessoas se dizem preocupadas** com segurança e roubo de identidade online (enquanto 20% se dizem neutras e 9% despreocupadas).

Quando questionados se já foram **vítimas de fraude**, 42% dos entrevistados responderam que sim, e a perda média financeira - quando houve - foi de **R\$ 2.288**.

Das pessoas que já sofreram fraudes, 78% se dizem preocupadas com o tema, um **aumento de 11 pontos percentuais** comparado àquelas que não foram vítimas (67% se dizem preocupadas).

Os golpes mais comuns envolveram uso indevido do cartão de crédito (**39%**) e falsificações de boleto/Pix (**32%**). Não é surpresa que esses golpes sejam os mais temidos pelas pessoas.

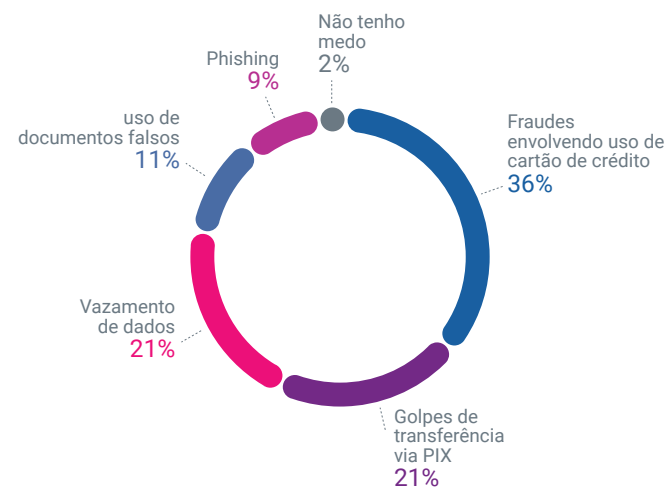
### Tipos de fraude de que já foram vítimas

Resposta múltipla

	FOI VÍTIMA		CONHECE ALGUÉM		Preocupação com fraudes		
	FOI VÍTIMA	CONHECE ALGUÉM	DESPREOCUPADO	NEUTRO	PREOCUPADO		
Uso de cartões de crédito por terceiros ou cartões falsificados	39%	51%	32%	33%	41%		
Fraude financeira: pagamento de boleto falso ou Pix	32%	47%	27%	27%	34%		
Phishing: comunicação fraudulenta que aparenta fonte confiável	21%	26%	18%	15%	22%		
Invasão de conta: contas de redes sociais ou de bancos roubadas	15%	49%	14%	12%	16%		
Vazamentos de dados: exposição de dados pessoais na internet	11%	32%	0%	8%	13%		
Fraude de identidade: documentos roubados ou falsificados	5%	29%	0%	4%	5%		
Fraude sintética: abertura de contas em meu nome sem meu consentimento	4%	16%	9%	2%	4%		
Uso de imagens próprias da minha face simulando movimento (deepfake)	3%	16%	3%	2%	3%		
Nenhuma	9%	11%	9%	19%	7%		

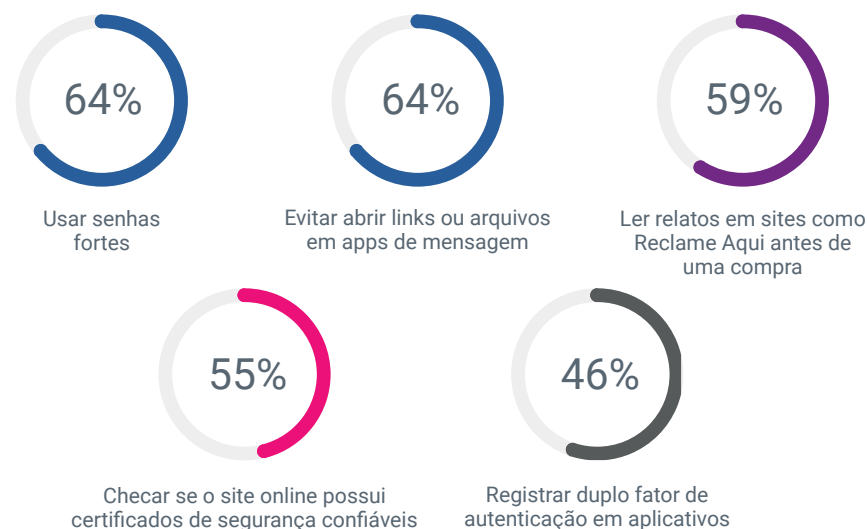
### Em qual golpe você tem mais medo de cair?

Resposta única



### Quais das práticas a seguir você adota para se proteger e não cair em golpes?

Resposta múltipla



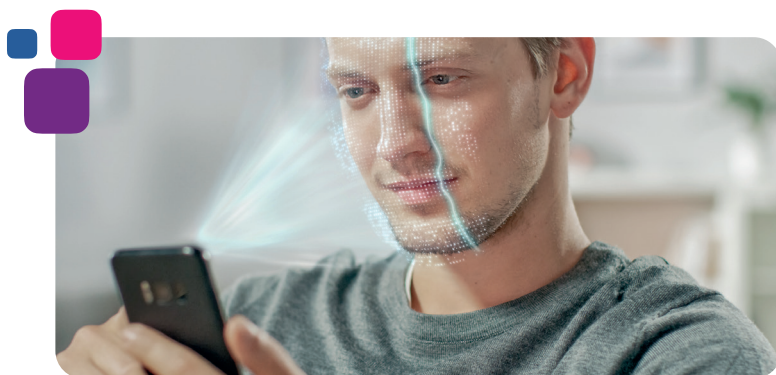
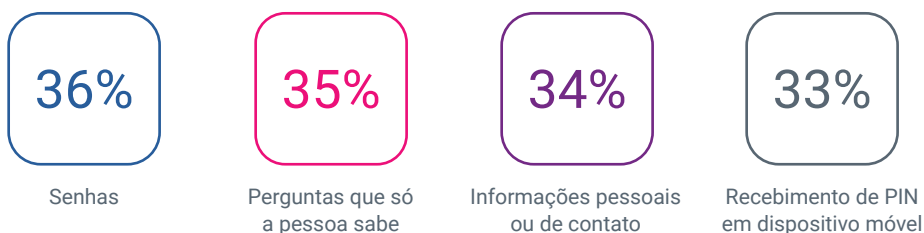
A exemplo do relatório de 2022, levantamos dados sobre os **métodos de identificação online** mais conhecidos pelas pessoas. A biometria física\*, que não apareceu no top 4 do estudo anterior, agora lidera.

### Quais métodos podem ser usados para confirmar sua identidade online?

#### Relatório 2024



#### Relatório 2022



\*Nesta pesquisa, a biometria física contemplou a biometria facial e a biometria de impressão digital



Sobre os **métodos mais utilizados pelas pessoas** nos seis meses anteriores à pesquisa, a biometria física e o envio de código para dispositivo móvel também foram mais citados (55% e 52%, respectivamente).

No entanto, comparativamente ao levantamento de 2022, chama a atenção o fato de que os meios de autenticação aparecem com menos confiança do consumidor do que outrora. A biometria física, por exemplo, ainda aparece em primeiro lugar quando a pergunta é sobre quais **métodos são considerados seguros**, com 67%, mas sofreu uma queda acentuada se comparada a 2022, quando foi citada por 93% dos respondentes como segura – seguida por biometria comportamental (90%) e códigos PIN enviados para dispositivos móveis (78%). Em 2024, todos os métodos sofreram queda na percepção de segurança.

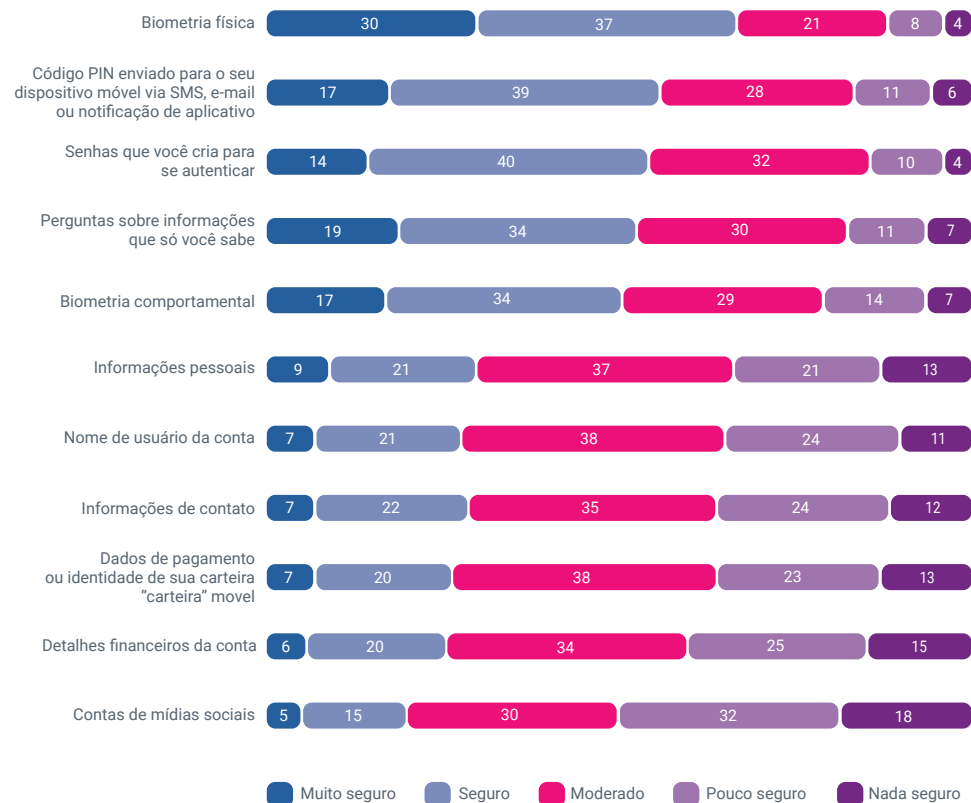
“Com a quantidade de transações e interações digitais aumentando a cada ano, os fraudadores ganham mais oportunidades para realizar ataques, desde phishing até fraudes de identidade e roubo de contas. A alta no número de vítimas e a visibilidade de fraudes na mídia contribuem para esta percepção de insegurança. Por isso, **as empresas devem investir continuamente em fluxos de proteção mais robustos**, além de educar consumidores e funcionários sobre as melhores práticas de segurança digital.”

*Caio Rocha, Diretor de Autenticação e Prevenção à Fraude da Serasa Experian*





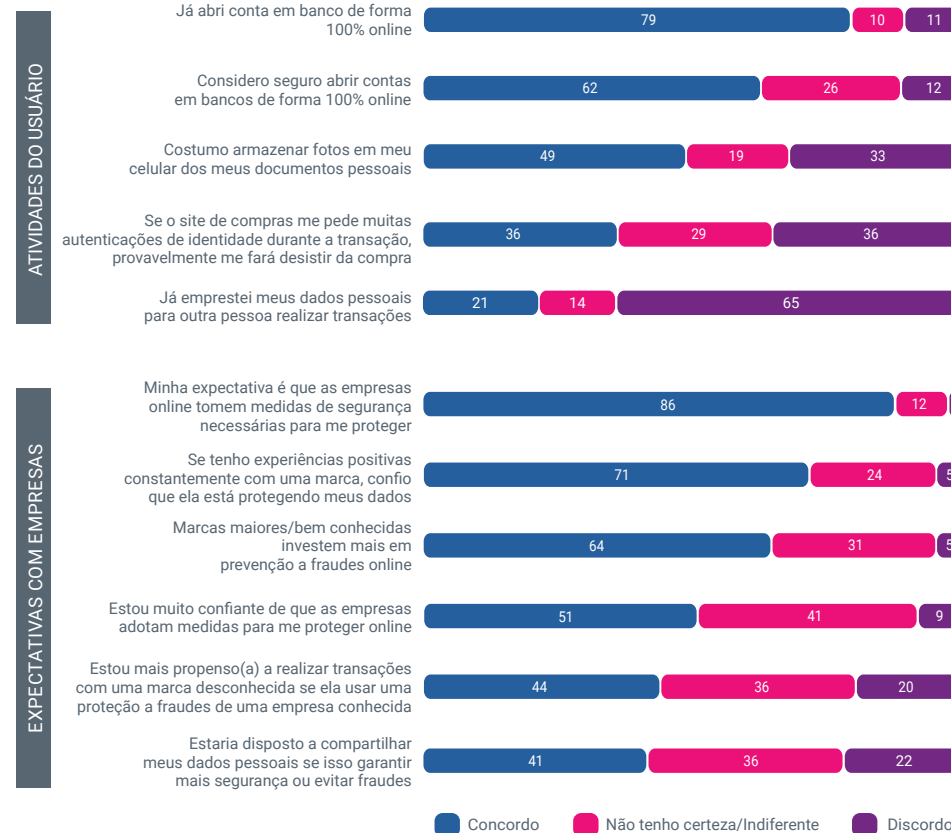
## Quanto você sente seguro em usar cada um dos itens a seguir?



Por fim, mapeamos algumas atividades que os usuários fazem online e as expectativas que eles têm relacionadas às empresas, o que resultou em análises relevantes. Confira:



## Qual a sua opinião sobre as alternativas a seguir?



## DESTAQUES

A porcentagem de pessoas que já abriram contas em bancos de forma 100% online (**79%**) supera a porcentagem das que consideram seguro fazer isso (**62%**).

Mais da metade (51%) dos entrevistados afirmaram estar **muito confiantes** de que as empresas adotam medidas para protegê-los online. Em 2022, o número correspondia a 41%.

A responsabilidade de prevenção à fraude é delegada para as empresas: **86% dos entrevistados** têm expectativas de que as instituições adotem as medidas necessárias para protegê-los dos golpes.

A maioria dos entrevistados (41%) **aceita compartilhar dados** se isso garantir mais segurança ou evitar fraudes, mas na pesquisa de 2022 o índice foi bem maior (70%), o que mostra uma população mais desconfiada quanto ao tema

Dos 49% que dizem armazenar fotos de documentos pessoais no celular, a **maioria é jovem** entre 18 e 29 anos (62%). O índice cai para 47% na faixa entre 30 e 49 anos e para 33% na faixa de 50 anos ou mais.

## CONTAS LARANJAS



Além de armazenar documentos digitalmente, os jovens são maioria em outra atividade mais propensa à fraude: **emprestar dados para outras pessoas fazerem transações**. Confira abaixo o percentual desse indicador por faixa etária:

33%

18 e 29 anos

19%

30 a 49 anos

10%

50 ou mais

Questionamos quais foram os motivos que fizeram as pessoas cederem os dados:



“São dados que mostram o **desconhecimento de uma parcela significativa da população sobre o perigo desta prática** – e o risco de ser considerado um laranja e/ou estar associado a crimes como estelionato e falsidade ideológica. Nesse contexto, identificar comportamentos anômalos e suspeitos de um cliente já cadastrado ou mesmo de um novo usuário, cujos dados são, de fato, legítimos, tem se mostrado um enorme desafio a essas empresas.”

*Caio Rocha, Diretor de Autenticação e Prevenção à Fraude da Serasa Experian*



## O PESO DA REPUTAÇÃO

Também é interessante observar que **41% dos consumidores estão mais dispostos a realizar transações com marcas desconhecidas quando estas utilizam proteções contra fraudes de empresas renomadas**. Na visão de Caio Rocha, uma marca renomada pode, de fato, transferir parte dessa confiança para os clientes daquela de menor renome. E, quando isso acontece, gera maior potencial de conversão por consequência.

“A utilização de tecnologias avançadas e de empresas de prevenção à fraude reconhecidas demonstra o compromisso da marca com a proteção dos dados e transações de seus clientes. Esta prática não só atrai consumidores mais cautelosos, mas também pode acelerar a construção de uma reputação sólida e confiável para a marca emergente”, comenta o especialista.

## 3. VISÃO DE PESSOAS JURÍDICAS



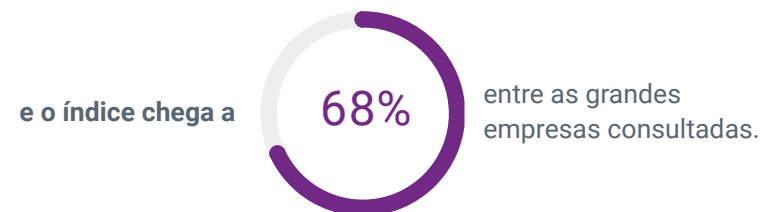
A exemplo do que observamos na visão de pessoas físicas, o Relatório de Identidade Digital e Fraude 2024 mostra que segurança e prevenção a fraudes já são **prioridades da maioria das empresas** – principalmente das que sofreram mais perdas.

A preocupação não se relaciona apenas a prejuízos financeiros como reputacionais, e a **proteção em camadas** surge como uma estratégia eficiente na mitigação dos riscos, como veremos nas páginas a seguir.

## 3.1 GESTÃO DE FRAUDE

A sua empresa também está mais atenta aos riscos de fraudes?

Mais da metade das instituições afirmam que a preocupação com as fraudes aumentou nos últimos 12 meses –



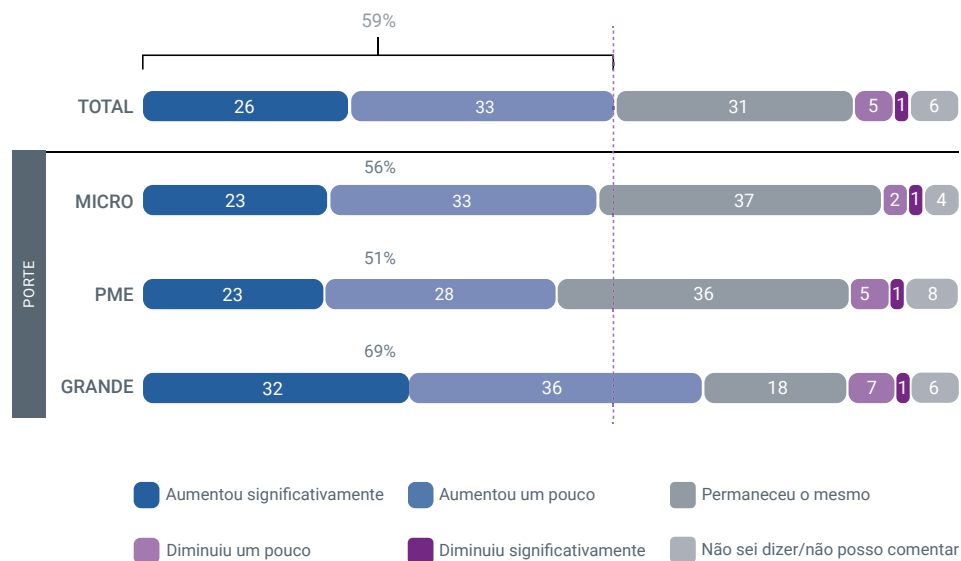
Além disso, “proteção de operações fraudulentas” foi apontada como segundo principal objetivo das grandes companhias em 2024 (com 35%), atrás apenas de “conquistar mais clientes” (45%).

“Por muito tempo, a prevenção à fraude era encarada pelas empresas como uma área inibidora de negócios. Porém, cada vez mais temos caminhado no sentido oposto. As empresas vivenciam um aparente paradoxo, que consiste em garantir a segurança digital e, ainda, oferecer uma experiência fluida aos usuários finais, identificando os fraudadores sem punir os consumidores legítimos. Nesse sentido, **um fluxo bem desenhado é capaz não apenas de evitar perdas, mas também de trazer receita com a vinda de novos usuários e a fidelização de clientes já existentes** – todos atraídos, justamente, pelo equilíbrio entre segurança e experiência.”

*Caio Rocha, Diretor de Autenticação e Prevenção à Fraude da Serasa Experian*

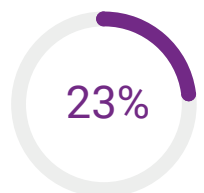


## No último ano, a preocupação de sua empresa com fraudes mudou?



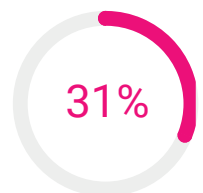
Os investimentos em prevenção a fraudes também vêm aumentando, independentemente do porte da instituição, mas **65%** das empresas de maior porte declaram que “investem mais” em prevenção à fraude; destas, **35%** declaram “investir muito mais”.

E não é à toa, já que



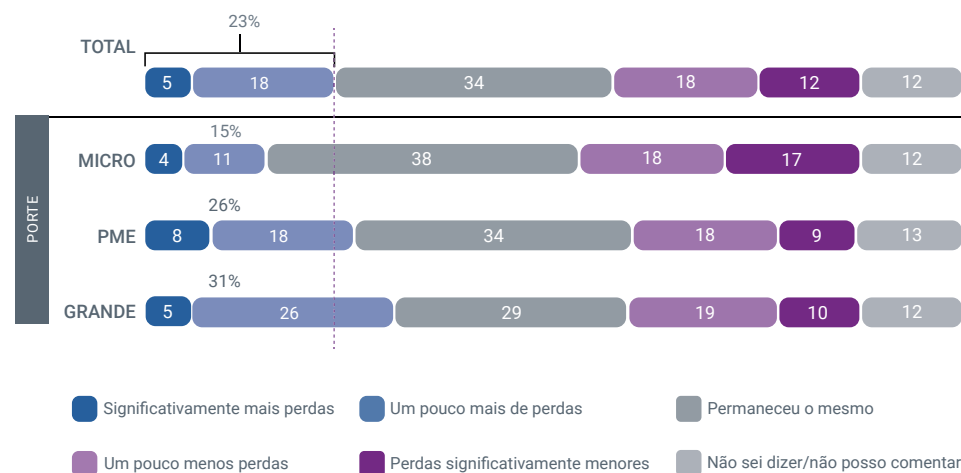
das empresas declaram que as perdas por fraudes aumentaram em relação aos anos anteriores

o percentual alcança



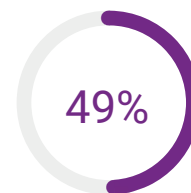
quando consideramos apenas as grandes empresas

## Perdas por fraudes em relação aos anos anteriores

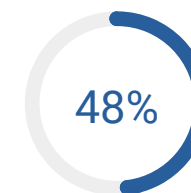


## As fraudes mais temidas pelas empresas

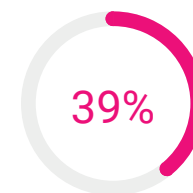
Quando perguntadas sobre os tipos de fraude com os quais mais se preocupam, as empresas citaram como as principais aquelas relacionadas a:



Vazamento de dados de clientes

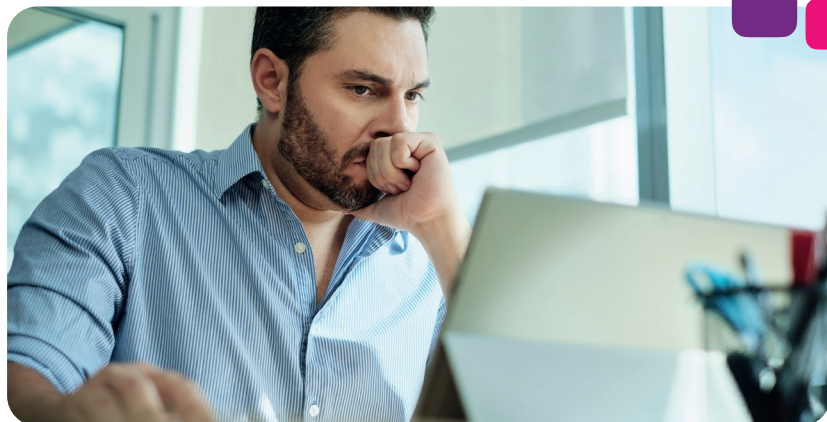


Perdas financeiras

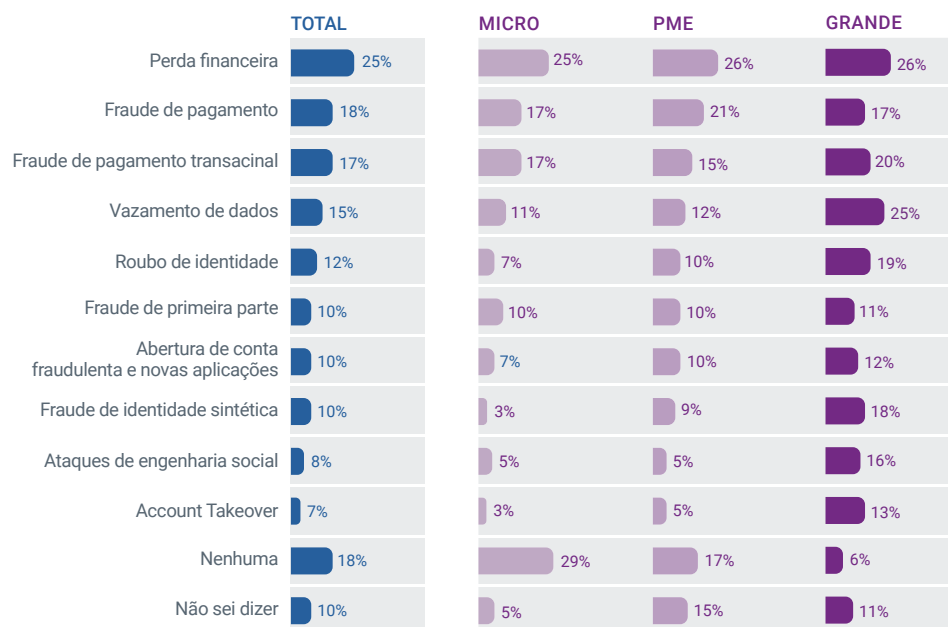


Vazamento de dados próprios

Quanto às fraudes mais frequentes, apenas **18%** das empresas declararam não ter sofrido nos últimos 12 meses **nenhuma das fraudes** listadas no questionário. Quando analisamos somente as empresas de porte maior, esse número cai para **6%**.



### Fraudes encontradas



### ÁREA RESPONSÁVEL E TAMANHO DAS EQUIPES

A autenticação e prevenção à fraude estão em áreas diferentes, de acordo com o porte da empresa.

Nas microempresas, quem mais cuida desta frente é a área **Administrativa** (39%). Já nas PMEs, o Administrativo ainda prevalece (31%), mas seguido de perto pela área de TI/Tecnologia (22%). Nas grandes, **TI/Tecnologia** é a área onde mais empresas alocam a prevenção a fraudes (35%), seguida de **Gestão de Riscos** (14%) e **Compliance** (16%).

Já o tamanho das equipes internas de prevenção à fraude é proporcional ao porte das empresas. Atualmente, as microempresas têm **menos de três pessoas dedicadas** (79%). No caso de PMEs, este número cai para 57%, enquanto 40% já apresentam equipes maiores (**mais de quatro pessoas**). Quanto às grandes empresas, 82% contam com mais de quatro pessoas na equipe, e, destas, 33% declaram ter **mais de 20 pessoas dedicadas ao tema**.

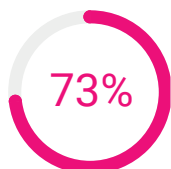


## 3.2 SOLUÇÕES DE PREVENÇÃO

Para se protegerem de golpes o ano todo, os métodos de autenticação e prevenção à fraude considerados mais essenciais pelas empresas consultadas são **análise de documentos** (49%), **verificação cadastral** (36%), **análise de score das empresas** (28%) e **biometria facial** (30%). Mas não necessariamente de forma isolada.



das empresas dizem que é essencial ter **mais de uma camada** de proteção/solução contra fraudes.



das empresas afirmam que poderiam reduzir mais o impacto da fraude no negócio se aprimorassem a identificação de clientes online.

Prevenção à fraude ainda é um **assunto muito debatido** na maioria das empresas (62%), embora o número no levantamento passado tenha sido bem maior (85%).

### Concordância com temas de autenticação e prevenção à fraude



“Os criminosos estão cada vez mais sofisticados, explorando vulnerabilidades em sistemas, redes e aplicativos. Por isso, é **fundamental que as empresas se tornem mais conscientes sobre fraudes e sobre a importância da proteção em camadas** como forma de mitigar os riscos.”

*Caio Rocha, Diretor de Autenticação e Prevenção à Fraude da Serasa Experian*



### TECNOLOGIA COMO ALIADA

A tecnologia tem ajudado as empresas em diversas etapas do negócio, principalmente na experiência digital (citada por 42%).

Quanto à autenticação e prevenção a fraudes,

**48%**

das grandes empresas já endereçaram o tema com tecnologia, mas esse número cai para pequenas e médias (24%) e microempresas (25%).

Já quando a pergunta é sobre quais etapas da jornada digital do cliente que a tecnologia vai agregar nos próximos anos, autenticação e prevenção a fraudes vai do quarto lugar entre as frentes mais citadas para o segundo lugar (47%), atrás apenas de experiência digital (48%) e superando automação de operações (41%) e análise de risco de crédito (40%) neste recorte.



## 4. CONCLUSÃO

A edição de 2024 do **Relatório de Identidade Digital e Fraude** mostra um consumidor cada vez mais habituado ao ambiente digital, que realiza transações financeiras on-line regularmente e tem a segurança como prioridade, confiando mais nas empresas que a fornecem.

Do lado das instituições, as fraudes se tornaram frequentes e o tema preocupa cada vez mais, sendo pauta e foco de investimentos para a sua prevenção. No entanto, a maioria concorda que necessita de mais camadas de proteção para minimizar perdas financeiras e identificar o cliente legítimo com mais precisão.

### A pesquisa deixa ao menos **dois grandes desafios para as empresas.**

O primeiro - já adotado por instituições de vários segmentos - é **conscientizar a população acerca dos golpes digitais.**

Afinal, o mesmo cliente que se preocupa com segurança ainda normaliza práticas que tornam a jornada insegura e delega a responsabilidade de eventuais fraudes às instituições.

O segundo é que a **segurança se coloca como o atributo mais importante na jornada digital - ultrapassando até mesmo a experiência**, na opinião da maioria dos usuários.

Além disso, 69% das pessoas acham que é “extremamente importante” ou “muito importante” que empresas online sejam capazes de identificá-las com precisão - mas muitas afirmam que ainda não tiveram experiência com as soluções utilizadas para isso.

Diante deste cenário, **orquestrar soluções e construir fluxos de proteção em camadas** aparece como a estratégia mais eficiente para conectar autenticação e experiência do cliente ao permitir a combinação de ferramentas como biometria facial (a mais conhecida dos entrevistados) e verificação de documentos (a mais essencial para as empresas respondentes) com métodos que detectam fraudes sem exigir qualquer interação do usuário, como a utilização da inteligência de dispositivos e o Cadastro KYC.

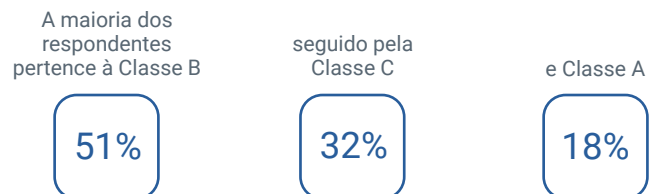
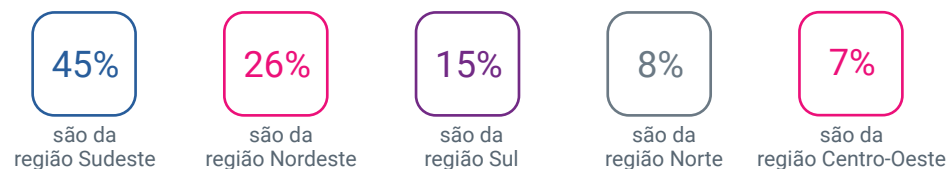
Vale ressaltar que essas soluções fazem parte do portfólio de prevenção a fraudes da **Serasa Experian** – que é o mais completo e acurado do mercado. Protegemos toda a sua jornada de interação digital com os clientes, do onboarding à transação, com o mínimo de impacto à experiência - e com o peso da marca da primeira e maior Datatech do país, conhecida por milhões de brasileiros.



## 5. METODOLOGIA

### VISÃO PESSOA FÍSICA

 Foram coletadas 804 entrevistas via painel online entre os dias 7 e 22 de novembro de 2023 com pessoas físicas, das quais:



Quanto à faixa etária, a pesquisa também foi bastante abrangente, com:



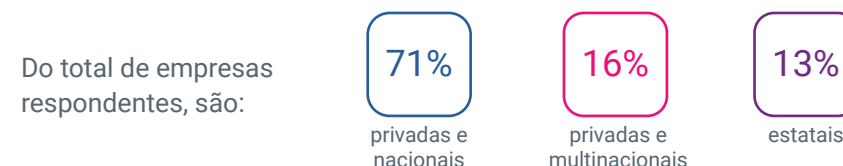
A margem de erro do estudo é de **3,5%** com intervalo de confiança de **95%**

### VISÃO PESSOA JURÍDICA

 Participaram da entrevista 331 pessoas jurídicas (PJs), considerando a classificação estabelecida pelo SEBRAE, das quais:



A pesquisa aconteceu entre os dias 7 e 27 de novembro de 2023 e buscou abranger diversos setores, incluindo comércio, serviços e indústria, bem como empresas que atuam tanto no mercado B2B quanto no B2C.



A margem de erro do estudo é de **5,4%** com intervalo de confiança de **95%**

## 6. SOBRE A SERASA EXPERIAN

A Serasa Experian é a primeira e a maior Datatech do Brasil, líder em soluções de inteligência para análise de riscos e oportunidades, com foco nas jornadas de crédito, autenticação e prevenção à fraude.

Combinamos inteligência analítica com o mais completo ecossistema de big data do mercado para proteger toda a sua jornada de interação digital com os clientes e distinguir com precisão os usuários legítimos dos fraudadores.

O nosso portfólio inclui soluções de risco de dispositivos, Cadastro KYC, biometria facial e verificação de documentos que detectam comportamentos suspeitos e previnem fraudes ao mesmo tempo que proporcionam ao usuário legítimo uma experiência sem fricção, viabilizando negócios de forma simples.

Apenas no último ano, a Serasa Experian preveniu cerca de 10 milhões de tentativas de fraudes e protegeu mais de 2,2 bilhões de transações comerciais.

---

**Quer conversar com a gente sobre como podemos blindar a sua empresa contra fraudes?**

**CLIQUE AQUI!**