

FRAUDE

*Dúvidas e dicas
para se prevenir*

Fraude: **uma inimiga histórica**

As fraudes sempre estiveram presentes nas relações entre pessoas, empresas e governos. Apresentam-se de diversas formas e estão espalhadas por todas as sociedades, com maior ou menor grau de intensidade.

Por definição, fraude é uma ação desonesta realizada com o propósito de enganar ou ludibriar alguém ou burlar regras e leis vigentes.

Podemos encontrar fraudes em diversos contextos, desde aquelas contra o sistema financeiro, fraudes corporativas, contra o setor de seguros ou contra o setor público, entre diversas outras formas.

Nas últimas décadas, com os avanços tecnológicos e a digitalização dos serviços financeiros, a explosão de fintechs, bancos digitais e o crescimento exponencial das vendas online, abriram espaço para o surgimento de novas e sofisticadas formas de fraude.

Os novos casos se alastraram pelo mundo e elevaram as estatísticas referentes às ocorrências e tentativas de fraude.

A sociedade evolui e se sofisticava, os métodos de prevenção às fraudes também se multiplicam e se aprimoram, mas os fraudadores rapidamente encontram brechas para atuar em novos ambientes, impondo enormes desafios para suas próximas vítimas.

Nesse ebook trataremos especificamente das fraudes mais comuns que ocorrem no mercado de crédito e nas vendas por e-commerce, que afetam diariamente consumidores e empresas, e possuem muitas características em comum.

EVOLUÇÃO

A maior parte das empresas já trabalha com operações digitais seja para realizar suas vendas ou fornecer diferentes formas de crédito. Naturalmente e frequentemente tornaram-se os maiores alvos de novos tipos de fraudadores digitais, que procuram dados disponíveis na internet, como redes sociais ou aplicativos para realizar compras e transações ilegais.

Segundo dados mais recentes da Federação Brasileira dos Bancos, 8 a cada 10 transações bancárias acontecem em ambientes digitais, via telefones celulares, internet banking ou whatsapp.

No comércio online os números são mais tímidos, mas crescentes. Segundo a Fundação Getúlio Vargas, 16% do volume total de vendas do comércio no Brasil veio de canais digitais como sites, aplicativos e e-mails. Há poucos anos não passava de 4% do total do comércio.

Seja nas compras online ou físicas, a maioria das transações ocorre via cartão de crédito ou PIX, o que naturalmente os transformam nos principais alvos dos fraudadores. Segundo dados do setor de birôs de crédito, quatro em cada 10 pessoas já foram vítimas de fraude no Brasil (42%). Dessas vítimas, 57% tiveram perda financeira no valor médio de R\$ 2.288 . Quase metade (49%) dos consumidores afirma ter sido alvo de tentativas de fraude por e-mail, online, chamadas telefônicas ou mensagens de texto.

Tipos de fraudes mais relatados pelos consumidores:



39%

Uso de cartões de crédito por terceiros ou cartão falsificado

32%

Falsificações de boleto/PIX

Para as empresas os riscos financeiros também são significativos. Dados do setor de birôs de crédito mostra que o custo das fraudes representa perdas para as empresas de cerca de 6,5% das receitas.

Pior do que as perdas financeiras são as consequências para a reputação da empresa, a perda de confiança por parte dos clientes e impacto negativo na imagem da empresa, além dos custos operacionais para investigar e solucionar os casos de fraude.

Mas quais são os tipos mais comuns de fraudes no mercado de crédito e no ecommerce?



Fraudes comuns no mercado de crédito e no e-commerce

Embora as fraudes no mercado de crédito e no e-commerce possam ocorrer em contextos distintos, há um conjunto de técnicas e estratégias fraudulentas análogas, incluindo o furto de dados pessoais e a utilização indevida de informações financeiras. É claro que as fraudes no e-commerce normalmente estão relacionadas com a compra de produtos físicos, enquanto as fraudes no mercado de crédito envolvem empréstimos ou linhas de crédito, mas podemos enumerar os tipos mais comuns de fraude.

DESTACAMOS AQUI AS QUATRO MODALIDADES MAIS COMUNS DE FRAUDE

1.



ROUBO OU CLONAGEM DE CARTÃO DE CRÉDITO:

A mais antiga e mais comum entres as modalidades de fraude eletrônica, o roubo ou a clonagem de cartões de crédito é figurinha carimbada no mercado de crédito e nas vendas online. O cartão de crédito é o instrumento preferido pelos consumidores brasileiros para a realização de compras de qualquer tipo, incluindo as compras online, o que aumenta a possibilidade de crimes com essa forma de pagamento. Nesse tipo de fraude os criminosos ou roubam diretamente os cartões ou copiam as informações mais sensíveis como o número do cartão, a data de validade e o código de segurança de um cartão já existente, muitas vezes em caixas eletrônicos ou maquininhas de cartão. Em posse dos dados do cartão realizam compras em nome da vítima, utilizando um endereço de entrega distinto do titular do cartão.

2.



FALSIFICAÇÃO DE DOCUMENTOS

Os criminosos falsificam documentos para validar a identidade de uma pessoa que não existe ou usar documentos de outra pessoa existente para obter crédito. Essa modalidade de fraude pode envolver a criação de identidades falsas ou a alteração de documentos existentes para parecerem autênticos. Normalmente são informação cadastrais básicas, como o nome, CPF, endereço e dados bancários. Com isso é possível abrir novas contas, solicitar cartões de crédito e até empréstimos e financiamentos. Um dos grandes pesadelos desse tipo de fraude é que na maior parte das vezes a vítima só descobre o ocorrido quando recebe a cobrança das parcelas ou quando seu nome já foi negativado nos birôs de crédito.

FRAUDES COMUNS NO MERCADO DE CRÉDITO E NO E-COMMERCE

3.

PHISHING COM FOCO EM DADOS BANCÁRIOS E CARTÕES:

A tática de phishing baseia-se em capturar ou ‘pescar’ (o termo phishing vem da combinação entre a palavra phreaks, termo usado para definir hackers, e a palavra fishing, pescar em inglês) informações de clientes por meio do envio de e-mails ou mensagens falsas que induzem o usuário a fornecer seus dados confidenciais. Os fraudadores fingem ser uma empresa conhecida e confiável, confundindo o consumidor que ao realizar uma operação de crédito ou compra é redirecionado para outro site, no qual acaba fornecendo seus dados pessoais, senhas e outras informações bancárias. Muitas vezes sites falsos extremamente semelhantes são criados replicando sites aparentemente conhecidos e confiáveis.

4.

FRAUDE COM CHARGEBACK OU ESTORNO INDEVIDO:

O chargeback é uma preocupação mais presente no e-commerce, enquanto no crédito, o foco está em evitar a obtenção de crédito de maneira fraudulenta. Nesse caso, o consumidor solicita o cancelamento de uma transação legítima, alegando que não foi o responsável pela compra, e que o instrumento utilizado para a operação (provavelmente cartão de crédito), foi clonado ou roubado, e exigindo o estorno do valor da compra. Normalmente, a devolução do valor ocorre depois que a compra foi despachada.

E dentre essas, quais são os tipos de fraude que o consumidor mais teme?

Dados do setor de birôs mostram que o maior temor dos consumidores é cair em golpes associados ao cartão de crédito (36%), o mais tradicional dos golpes. Em seguida vem as transferências via PIX (não cobertas nesse ebook), e vazamento de dados, ambos com 21%, em 4º lugar o uso de documentos falsos, com 11% e o uso de táticas de phishing, 9%. Fraudes com chargeback não aparecem, pois a pesquisa preocupou-se principalmente com o mercado de crédito.

Para as empresas, as maiores preocupações são o vazamento de dados de clientes (49%), as perdas financeiras (48%) e o vazamento de dados próprios (39%).



OS BIRÔS DE CRÉDITO E O COMBATE ÀS FRAUDES

Diante de tantos desafios relacionados ao combate de fraudes cada vez mais sofisticadas, as empresas que concedem crédito ou realizam as vendas por meio digital enfrentam uma batalha diária contra as possíveis perdas com operações ilegais.

Com foco nesse cenário cada vez mais complexo, os birôs de crédito têm se aprimorado diariamente para atuar na prevenção de fraudes neste mercado em constante mudança.

Possuem grande quantidade de dados, que incluem informações cadastrais, comportamento de pagamento de consumidores e empresas, histórico de crédito, dados sobre fraudes. Utilizando de modelos estatísticos preditivos e algoritmos, aliados às tecnologias avançadas como o Machine Learning e à Inteligência Artificial, os birôs são grandes aliados nessa verdadeira guerra contra as fraudes. Os modelos permitem identificar comportamentos suspeitos e antecipar ações, evitando possíveis prejuízos e mitigando o risco para consumidores e empresas.

Mas a atenção com o tema não atinge somente o setor de birôs. Preocupados com o crescimento das ocorrências de fraudes no

Sistema Financeiro, o Banco Central e Conselho Monetário Nacional publicaram em maio de 2023, a Resolução Conjunta nº 6, com o objetivo de reduzir os riscos de fraude no sistema financeiro a partir do compartilhamento de dados e informações das instituições financeiras, instituições de pagamentos e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central, incluindo os birôs. O compartilhamento de informações deve permitir que todos os envolvidos tenham um maior discernimento sobre os usuários que apresentam maior probabilidade de fraudes. Toda vez que as instituições inseridas na Resolução identificarem padrões suspeitos deverão obrigatoriamente reportar a ocorrência para os demais, fortalecendo assim a segurança do sistema.

Nesse ecossistema com tantos participantes, vejamos quais são as principais soluções apresentadas pelos birôs de crédito para reduzir as tentativas e ocorrências de fraude.



Principais soluções antifraude apresentadas pelo Birôs

VALIDAÇÃO DE IDENTIDADE

Usando sua base com grande volume de dados, os birôs checam a validade dos dados cadastrais de consumidores como o RG, CPF, nome completo, evitando fraudes baseadas em roubo de identidade ou informações falsas. Para a validação podem ser utilizados instrumentos como o reconhecimento facial e a análise biométrica.

MONITORAMENTO CONTÍNUO DE TRANSAÇÕES

Com o auxílio de algoritmos, os birôs monitoram em tempo real as transações financeiras e os comportamentos suspeitos para identificar movimentações atípicas que indicam risco possíveis fraudes. Compras com valores muito acima do normal, ou em locais e lojas fora do padrão de consumo são monitorados continuamente, buscando identificar mudanças nos padrões de compra do usuário, que podem sugerir a ocorrência de atividades fraudulentas. Esse padrão de uso da internet é um forte indicativo da possibilidade de fraudes, e as técnicas de machine learning utilizadas pelos birôs são ferramentas poderosas para detectar atividades atípicas, já que o sistema aprende os hábitos dos usuários e identifica possíveis desvios no comportamento esperado.

SOLUÇÕES ANTIFRAUDE COMUNS NO MERCADO DE CRÉDITO E NO E-COMMERCE



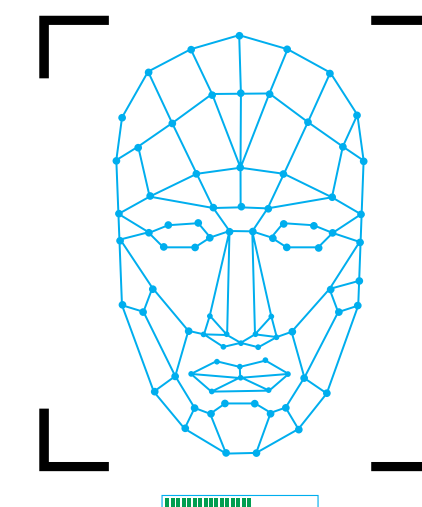
SCORE DE FRAUDE

Assim como o score de crédito, o score de fraude é calculado com base em uma grande quantidade de variáveis e padrões de comportamento. Ao invés de calcular a probabilidade de inadimplência, o score de fraude calcula a probabilidade de uma transação ou solicitação de crédito ser fraudulenta. Histórico de compras, padrão (tipos de produtos e valores), localização do comprador, são variáveis importantes na geração da probabilidade de fraude baseada na pontuação do usuário.



AUTENTICAÇÃO MULTIFATOR

O princípio da autenticação multifatorial é combinar dois ou mais fatores de segurança de diferentes tipos para validar as operações e confirmar a identidade do usuário. Ao invés de somente solicitar a senha do usuário é exigido um outro fator de segurança, como um código de verificação para o smartphone ou via SMS. Atualmente é mais comum que outras formas de verificação como a digital, reconhecimento facial ou token de segurança sejam solicitados, dificultando a ação dos fraudadores.



RECONHECIMENTO DE DIGITAL OU FACE

Reconhecimento de digital ou face são algumas técnicas de prevenção às fraudes que vêm ganhando espaço nos birôs de crédito. Com o apoio de algoritmos de inteligência artificial é possível capturar, analisar e comparar características biométricas das pessoas, como por exemplo, o formato do rosto, as distâncias entre os olhos, a digital, o formato do queixo e até o tamanho da boca e do nariz. As imagens são capturadas por dispositivos já amplamente utilizados, como smartphones, webcams ou qualquer dispositivo compatível. O reconhecimento é realizado por meio de uma solução de biometria, que compara as imagens capturadas nos dispositivos com imagens da base de dados dos birôs, gerando uma pontuação de similaridade ou semelhança entre as imagens, reconhecendo ou não a imagem capturada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prevenção às fraudes exige um esforço contínuo e interminável, pois os fraudadores estão sempre correndo em alta velocidade com o intuito de burlar os sistemas e realizar suas atividades criminosas. Esse esforço combina tecnologias cada vez mais avançadas com um aumento significativo e constante nas bases de dados, possibilitando a elaboração de modelos analíticos mais sofisticados e uma maior previsibilidade na análise nos padrões de comportamento de consumidores e empresas, contribuindo de forma significativa para melhores decisões na prevenção de tentativas e ocorrências de fraudes. E os birôs de crédito são peças fundamentais nesse processo.





A Associação Nacional dos Bureaus de Crédito (ANBC) é uma associação sem fins lucrativos, que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento sustentável do crédito no Brasil. A ANBC congrega os birôs de proteção ao crédito que atuam no país e é uma das entidades fundadoras do Fórum Empresarial LGPD.

Também é membro de associações internacionais para promover as melhores práticas do setor como o ICCR do Banco Mundial, representando a América Latina, a Associação de Fornecedores de Informação de Crédito ao Consumidor (ACCIS), que reúne 39 birôs de crédito do mundo, da Associação Latino-Americana de Birôs de Crédito (ALACRED) e da BIIA - Business Information Industry Association (Ásia, Pacífico e Oriente Médio). Compõe ainda o Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Ministério da Economia (FPMPEs).

Este e-book tem o propósito de estimular a educação financeira, que é uma das bandeiras da ANBC. Para mais informações, entre em contato conosco por meio dos canais a seguir:



www.anbc.org.br