



Black Friday 2025: como identificar sites e anúncios falsos antes de cair em golpes online

Especialista em tecnologia ensina como reconhecer páginas e promoções suspeitas durante a liquidação

Com a proximidade da Black Friday, cresce também a ação de golpistas que aproveitam a data para aplicar fraudes no comércio eletrônico. De acordo com um levantamento da Visa, durante o fim de semana da liquidação de 2024 houve aumento em 270% no número de transações suspeitas de fraude bloqueadas no país.

Outro dado interessante é que, no primeiro semestre do ano passado, o ticket médio das fraudes foi 60% superior ao das vendas legítimas. Em 55% dos casos, as fraudes observadas partiram de dispositivos móveis. Os números acendem um alerta sobre os riscos de golpes online e reforçam a necessidade de adotar práticas de segurança digital.

Para Gilberto Reis, COO da Runtalent, empresa de Soluções Digitais especializada em consultoria de TI, os criminosos estão cada vez mais sofisticados no uso de tecnologias e inteligência artificial para enganar consumidores. "Hoje, o phishing automatizado, os chatbots falsos e os anúncios fraudulentos em redes sociais estão entre as principais estratégias. O usuário precisa redobrar a atenção, especialmente diante de ofertas muito abaixo do preço de mercado", alerta o especialista.

Confira alguns sinais de alerta e como se proteger

1. URLs falsas ou parecidas com as originais

Golpistas costumam criar endereços que lembram os de grandes varejistas, trocando ou adicionando letras. Antes de clicar, verifique cuidadosamente o domínio. Desconfie de sites com terminações incomuns (.net, .org) e de

Melpomenem/Canva



links compartilhados por mensagens ou redes sociais.

2. Falta do cadeado de segurança e do "HTTPS"

Sites legítimos usam criptografia para proteger as informações do usuário. Sempre confira se há o ícone do cadeado na barra de endereços e se o endereço começa com https:// — o "S" indica uma conexão segura.

3. Pedidos de dados pessoais ou bancários fora da plataforma

Empresas sérias não pedem informações sensíveis via formulário, mensagem ou chat externo. Evite preencher dados em links desconhecidos e confirme sempre se o ambiente de pagamento é seguro.

4. Chatbots falsos

Os consumidores podem ser enganados por chatbots falsos alimentados por inteligência artificial. Essas armadilhas costumam aparecer em sites clonados, pop-ups ou mensagens no WhatsApp, oferecendo descontos exclusivos que não existem. Por meio desses bots, os golpistas solicitam

dados pessoais, número do cartão e código de segurança, simulando uma comunicação legítima.

5. Avaliações e histórico de vendedores

Antes de efetuar uma compra, o ideal é verificar o histórico e as avaliações do vendedor ou da loja. Perfis recentes, sem comentários ou com avaliações duplicadas podem indicar fraude. Plataformas consolidadas oferecem sistemas de reputação e canais seguros de comunicação, por isso é mais seguro realizar a transação dentro desses ambientes.

Além da Black Friday, Reis destaca também a época do Natal e do Ano-Novo, quando o volume de compras online costuma se manter elevado. "É importante redobrar atenção em períodos em que a ação dos golpistas se intensifica, mas também é essencial adotar boas práticas de segurança ao longo do ano. Cuidados como usar senhas fortes e únicas, ativar autenticação em dois fatores e manter o sistema operacional e o antivírus sempre atualizados reduzem significativamente as chances de golpes", orienta o especialista da Runtalent.

o centro da agenda. É nelas que se concentram as maiores emissões, os maiores riscos e as maiores oportunidades. Sem visibilidade sobre essa rede, qualquer estratégia de sustentabilidade será superficial, quando não inócuia. Investir em entender e transformar a cadeia não é mais um diferencial; é pré-requisito para qualquer ambição relevante.

O curioso é que, ao contrário da crença de que transparéncia engessa ou limita, ela tem mostrado exatamente o oposto: aumenta a eficiência. Empresas que monitoram e assumem compromissos ousados, como neutralidade de carbono, por exemplo, frequentemente descobrem formas mais inteligentes e enxutas de produzir. É nesse processo que o compliance deixa de ser um custo para virar motor de inovação. Não se trata de responder à pressão externa, mas de antecipar movimentos, traduzir dados em decisões e criar valor compartilhado.

Esse novo olhar também implica um deslocamento ético. A lógica da vitrine, mostrar o que se faz de bom para ganhar aplausos, já não é suficiente. O que se espera hoje é mais profundo: saber porque se faz, com quem, e com que impacto. Quando uma empresa se posiciona com clareza sobre suas interdependências — com fornecedores, consumidores, territórios e sistemas naturais — ela constrói uma narrativa mais verdadeira, mais humana e, sobretudo, mais confiável.

É nesse ponto que a transparéncia se torna também uma linguagem. Uma forma de comunicar, não por slogans

ou promessas genéricas, mas por meio de dados, coerência e abertura. Quando há consistência entre discurso e prática, o público percebe. E quando essa consistência é acompanhada por uma linguagem acessível, emocional e compreensível, nasce a confiança. Não aquela construída sobre a perfeição, mas sobre a disposição de aprender, evoluir e convidar os outros a fazer parte dessa jornada.

No fundo, o que está mudando é a noção de valor. Não basta fazer mais. É preciso fazer melhor: com clareza, responsabilidade, adaptabilidade e coragem para mudar. A regulação, nesse novo contexto, não é um obstáculo, mas um espelho. Ao exigir transparéncia, ela obriga as empresas a se olharem de frente, a reconhecerem suas externalidades e a repensarem o próprio papel no mundo.

Recentemente, participei da Sustainability Week Europe, em Amsterdã, onde essa virada esteve presente em praticamente todas as conversas. Mais do que seguir tendências, as empresas mais bem posicionadas já entenderam que transparéncia não é sobre se defender. É sobre liderar. Não se trata apenas de mostrar resultados, mas de construir um caminho em que todos — empresas, sociedade e planeta — possam sair ganhando.

A verdadeira força da transparéncia está aí: em transformar uma exigência em oportunidade. Em deixar de esconder para começar a compreender. Em fazer da coerência o novo nome da estratégia.

(*) Cofundadora da Purpy.

Offshores – do mito à realidade

Gustavo Michel Arbach (*)

Por muitos anos, as estruturas offshore foram associadas quase exclusivamente à evasão fiscal e contas secretas, reforçando a percepção de que se tratam de mecanismos criados apenas para ocultar patrimônio ou realizar atos ilícitos

camente inviável. O Brasil possui acordos de troca automática de informações financeiras com diversos países, além de mecanismos de rastreabilidade bancária cada vez mais sofisticados. Para quem tenta burlar as regras, as penalidades são severas, podendo incluir multas que chegam a 150% do tributo devido.

Essa imagem, porém, está cada vez mais distante da realidade atual do mercado global e das necessidades de proteção patrimonial e sucessão familiar.

Na prática, uma offshore nada mais é do que uma empresa constituída fora do país de residência do seu controlador. Ela pode estar em um paraíso fiscal, mas também em jurisdições amplamente reguladas, como Estados Unidos ou países europeus, e ser usada de forma legítima e transparente. O uso dessas estruturas tem ganhado espaço como veículos eficientes de organização patrimonial, planejamento sucessório e mitigação de riscos locais.

A decisão de levar patrimônio ao exterior geralmente envolve objetivos como proteção patrimonial, planejamento sucessório, diversificação de risco e segurança jurídica para negócios internacionais. No primeiro caso, a offshore pode funcionar como um escudo que separa o patrimônio pessoal de eventuais passivos de empresas brasileiras, principalmente considerando a grande insegurança jurídica existente no país. Já no âmbito sucessório, permite organizar a transmissão de bens conforme regras mais flexíveis do que as previstas na legislação brasileira.

Também é comum que investidores busquem reduzir a exposição ao Brasil e preferindo investimentos em diferentes jurisdições, ou busquem maior previsibilidade jurídica em contratos e investimentos globais.

É importante destacar que o uso de offshores não é um recurso reservado apenas a grandes fortunas. O que define a viabilidade econômica em criar uma estrutura fora do país é a relação entre custo e benefício, considerando os objetivos do titular. A implementação costuma envolver custos iniciais e taxas anuais, mas pode ser vantajosa quando há um planejamento claro de médio e longo prazo.

O cenário internacional também mudou significativamente. Hoje, ocultar patrimônio e não declarar recursos ao Fisco é prati-

ca independentemente da forma escolhida, o ponto mais importante é que a criação de estruturas offshore deve ser sempre acompanhada por assessoria jurídica especializada. É um trabalho que demanda estudo detalhado do perfil do cliente, análise de cada ativo e compreensão dos impactos tributários, sucessórios e regulatórios em múltiplas jurisdições. Feito com orientação técnica, o planejamento internacional pode oferecer mais segurança e previsibilidade para famílias e empresas e, acima de tudo, ajudar a desfazer o estigma de que toda estrutura no exterior é sinônimo de ilegalidade.

É fundamental reforçar a necessidade de desmistificar dessas estruturas e de um trabalho contínuo de conscientização. Muitas vezes, a percepção pública associa offshores exclusivamente a super-ricos ou a práticas ilegais, como evasão fiscal, contas secretas e paraísos fiscais. Essa visão estigmatizada ignora que, atualmente, esses veículos são amplamente utilizados de forma legítima e transparente, com finalidades que vão muito além da ocultação de patrimônio. Desmistificar esse conceito permite que famílias e empresários entendam que offshores podem ser ferramentas acessíveis e estratégicas para proteção patrimonial, planejamento sucessório e gestão de riscos, tornando a decisão de internacionalizar ativos mais informada e alinhada às necessidades reais de cada perfil.

(*) Advogado especialista em direito empresarial e societário, sócio da Marcos Martins Advogados.

Transparéncia como estratégia: por que poucas empresas estão preparadas para inovar de verdade

Lua Couto (*)

Há uma transformação em curso no mundo dos negócios que vai muito além de relatórios e obrigações regulatórias. A transparéncia, por muito tempo tratada como um mal necessário, começa a se revelar como uma verdadeira força estratégica. Longe de ser apenas uma exigência da onda de regulações ambientais, sociais e de governança pelo mundo, ela emerge como eixo central de competitividade, inteligência e inovação.

Um estudo recente da Harvard Business Review revelou que apenas 6% das empresas aplicam boas práticas de gestão voltadas à inovação. Em outras palavras, enquanto a maioria ainda opera com modelos de controle ou apenas reação a exigências externas, uma minoria está explorando a transparéncia como alavancas real de transformação.

O senso comum ainda associa a transparéncia a riscos. Medo de exposição, de custos extras, de abrir mão de certas zonas de conforto. Mas a realidade é outra: ao mapear emissões, impactos e relações de forma mais clara, as empresas ganham clareza também sobre si mesmas. Descobrem onde estão suas fragilidades, quais processos são inefficientes e que decisões realmente movem a agulha. A transparéncia, nesse sentido, não é um fim, é um instrumento de reorientação estratégica.

Um exemplo marcante vem das cadeias de suprimento. Tradicionalmente invisíveis, hoje elas ocupam