

## OPINIÃO

## Você sabe o quanto perde em suas transações?

Henrique Carbonell (\*)

*Aumentar as vendas é o sonho de todo varejista: quanto mais pedidos sua loja efetuar, melhor vai ser a sua rentabilidade*

Vender, porém, não é suficiente. Há outros fatores que podem melhorar, ou piorar, o desempenho da caixa. A falta de uma gestão financeira adequada faz com que a empresa perca uma quantia de dinheiro em cada transação, resultando em um prejuízo considerável no fim do mês.

Apenas com conhecimento e o apoio de uma solução tecnológica que otimiza e facilita esse processo é possível conter este vazamento de receita em todas as compras efetuadas. É um cenário comum no varejo brasileiro, mas que poucos empresários possuem noção de sua existência.

Eles não se preocupam em fazer o controle de seus recebíveis e acabam perdendo uma receita considerável -- estimativas do mercado mostram que esse volume costuma ficar entre 2% e 3% do faturamento mensal.

A recuperação desse valor já paga (e até supera) o investimento necessário em um sistema de gestão financeira. Para ter uma ideia, em dez meses de atuação, a ferramenta Recuperômetro mostra que mais de R\$ 31 milhões de reais foram resgatados nas transações.

Essas perdas financeiras podem acontecer por diferentes motivos. Entretanto, as principais causas são falhas da adquirente em reconhecer a transação ou então no momento de liquidação do valor na conta bancária. Quando o empresário percebe, ele recebeu menos do que o previsto para aquela compra.

Além disso, é comum ver casos de contestações da compra pelo titular do cartão de crédito e esse valor ser debitado do varejista, mesmo no caso de vendas presenciais com a digitação de senha, e também de cobranças de taxas incorretas pelas adquirentes. A melhor forma de reduzir e eliminar esse prejuízo em sua loja é

ter mais controle da gestão do fluxo de caixa e acompanhar frequentemente todos os dados sobre as transações feitas por cartão de crédito.

Também é fundamental comparar as previsões de recebimento em cada transação com as vendas realizadas e o que, de fato, está sendo pago na conta bancária, além de auditar as taxas que estão sendo cobradas pelos seus fornecedores de pagamento. A boa notícia é que essa solução não precisa ser manual. A empresa pode contar com um sistema que automatiza esses processos e contribui bastante para reduzir tanto o tempo e o esforço quanto possíveis erros humanos.

Com um software de gestão financeira integrada, é possível fazer todo o controle e auditoria de pagamentos de maneira automatizada. Em poucos cliques é possível ter visibilidade de todas as inconsistências e tratar somente as exceções, uma vez que os pagamentos que estão corretos podem ser conciliados automaticamente e não precisam de nenhuma ação manual.

Além disso, o varejista não só trata os erros encontrados como também consegue transmitir todas as informações para outras etapas do processo, como controle de Contas a Receber e a Pagar, Fluxo de Caixa, Conciliação Bancária e DRE (Demonstrativo do Resultado de Exercício), garantindo com que tudo se converse e se acerte.

Hoje, com um cenário macroeconômico de recuperação econômica e disputa acirrada no varejo nacional, não há mais espaço para desperdício e perda financeira nas transações. É inadmissível que as empresas percam dinheiro justamente no momento em que estão concluindo suas vendas.

Reduzir este dano é fundamental para quem deseja crescer e se consolidar em seu segmento.

(\*) É sócio-fundador da F360, plataforma de gestão financeira com conciliação automática de vendas por cartão ([www.financas360.com.br](http://www.financas360.com.br)).

## As tendências de consumo para 2020 exigirão criatividade e total atenção à área de CX

O compromisso com o consumidor é, atualmente, o fator preponderante para o sucesso e crescimento das empresas

Vito Chiarella Neto (\*)

Não é mais possível fornecer bens e serviços que não estejam acompanhados de uma boa dose de respeito aos anseios do cliente, que cada vez mais quer ser compreendido e assertivo em suas escolhas de marcas e produtos.

E para traduzir todas essas sensações e transformá-las em experiências surpreendentes e positivas quando o assunto é relacionamento com o cliente, as empresas estão incorporando, de maneira profissional, o Customer Experience (CX). Por meio do CX, são tomadas as decisões que propiciam otimizar a inter-relação entre os consumidores e as empresas, em todas as etapas, englobando o momento do primeiro contato, à efetivação da compra e a pós-venda.

O CX, antes de ser apenas uma ferramenta de trabalho, é um conceito que deve ser adotado como filosofia das corporações. É preciso que todos na empresa estejam alinhados com este propósito e suas infinitas possibilidades, que propiciarão as melhores experiências para o consumidor. O CX precisa fazer parte do DNA da empresa para surtir o efeito desejado.

Neste cenário em transformação, temos de um lado, as empresas 'tradicionais', procurando se adaptar apenas ao novo momento, algumas em estágio avançado, já buscando mudanças estruturantes, e de outro, algumas ainda na fase de entendimento das necessidades. Por outro lado, temos as grandes e médias empresas que nasceram digitais, e hoje, já observam questões tradicionais, que deverão ser tratadas para que a experiência dos



seus clientes seja fluida, rápida e que atenda às suas necessidades.

E como as empresas que atuam na área de tecnologia no Brasil podem ajudar as outras empresas nessa era digital, que tem atraído consumidores "antenados", exigentes e ansiosos por fazer parte desta grande rede mundial de conexões, realidades virtuais e tantos outros recursos de tecnologia disponíveis, atualmente? Observar as tendências de consumo é um caminho.

A Trend-Watching, que atua em mais de 90 países em busca de oportunidades para o mercado de consumo, divulgou algumas tendências para 2020 e duas, em especial, me chamaram a atenção.

Nos últimos anos, e particularmente este, com a Amazônia no centro da discussão mundial, a Green Pressure, ao que parece, terá vida longa e com alto grau de complexidade. Segundo o estudo, a Pressão Verde atuará de

maneira que "os consumidores passam do status ecológico para a vergonha ecológica". Entender essa movimentação e antecipar atitudes que possam contribuir, mesmo que de maneira ainda modesta, para o bem do planeta poderá dar sinais de que sua empresa não é alheia à discussão e seu público consumidor, sem dúvida, estará atento a isso.

A outra tendência que destaco é a denominada de Projeto Metamórfico. Nele, os produtos e serviços terão que ser adaptados às novas necessidades dos usuários, que estão em constante mudança. Sabemos que conveniência e personalização já estão no radar das corporações, mas em um mundo metamórfico, segundo o estudo da Trend-Watching, os consumidores esperam a fusão desses dois conceitos. Não consideram apenas a oferta como serviço, mas também a relevância como serviço.

(\*) É CEO da Mindbe, empresa referência em tecnologia e design de serviços em atendimento.

## "Robô Vendedor" que facilita vida de lojistas

Criada em 2016, pelo ex-aluno da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Victor Hochgreb de Freitas, Samuel Birochi e Daniel Buglia pós graduado pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, a GoBots - startup de Inteligência Artificial que automatiza os processos de venda online - hoje, conta com mais de 130 clientes como Livraria Saraiva, Fast Shop, Acer, Electrolux, L'Oréal, entre outros.

Formados em Engenharia da Computação, Victor e Samuel, juntamente com Daniel, formado em Administração, apostaram no potencial da Inteligência

Artificial em impactar bilhões de pessoas e, após diversos projetos na área perceberam uma grande oportunidade no mercado de vendas online. A startup já realizou cerca de 50 milhões de interações, responsáveis pela economia de mais de 200 mil horas de trabalho das vendas para os lojistas. Além disso, a plataforma já realizou mais de R\$ 30 milhões em vendas para seus clientes.

O objetivo da empresa é fazer com que o lojista tenha o menor trabalho possível, já que ela mesma fica responsável pela manutenção e treinamento da inteligência artificial. "A nossa ideia é dar mais liberda-

de para o lojista administrar outras áreas, enquanto nosso 'Robô Vendedor' cuida do cliente de forma automática e personalizada", explica Victor Hochgreb de Freitas, CEO da GoBots.

O robô personalizado possibilita que os e-commerces atendam os clientes de forma rápida e totalmente automática, gerando aumento na taxa de conversão em mais de 30%. Nos próximos dois anos os fundadores da GoBots pretendem oferecer a solução para toda a América Latina, sendo líderes em inteligência artificial ([www.gobots.com.br](http://www.gobots.com.br)).

## Fintech possibilita acesso fácil ao crédito para quem quer abrir seu próprio negócio

Segundo levantamento realizado pela Simplific ([www.simplific.com.br](http://www.simplific.com.br)) - primeira fintech a oferecer empréstimo 100% online para pessoas físicas com valores que variam de R\$ 500 a R\$ 3.500 - revela que mais de 100 mil brasileiros solicitaram e receberam um empréstimo online com o objetivo de abrir o próprio negócio em 2019.

Para driblar a burocracia das instituições financeiras tradicionais, os brasileiros estão recorrendo cada vez mais às fintechs, principalmente, na hora de empreender. Abrir um negócio "home office" - ou que necessite de pouco investimento inicial - têm sido a alternativa de muita gente para sair do desemprego ou complementar renda. Só no primeiro semestre de 2018 foram abertas mais de 1,2 milhões de empresas - aumento de 10,7% se comparado a 2017. Desse total, mais

de 81% delas são MEIs - microempreendedores individuais.

De acordo com Rogério Cardozo, diretor - executivo da Simplific no Brasil, "O crédito online está crescendo no país e é alternativa segura para quem não consegue crédito em instituições financeiras tradicionais". A Simplific, por exemplo, recebe mais de seis mil solicitações de empréstimos por dia e se diferencia pela agilidade e facilidade no processo de aprovação e liberação do crédito. "Nosso objetivo é facilitar a aprovação de empréstimo com segurança e inovação. Para solicitar o crédito, o cliente faz a simulação no site pelo computador ou celular. O cadastro não leva nem 5 minutos e ele fica sabendo na mesma hora se está pré-aprovado e pode receber o dinheiro na conta em menos de 24 horas", explica o Cardozo.



## News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

## Premiado jogo de estratégia The Battle of Polytopia chega ao Brasil



Imagine ter no celular um jogo no melhor estilo de Civilization e que pode ser jogado em sessões curtas - sozinho (inclusive offline) ou via multiplayer - de cerca de 30 minutos sem sacrificar a estratégia profunda e gameplay desafiador. E de graça! Esse sonho dos fãs de estratégia por turnos foi realizado com The Battle of Polytopia, premiado jogo indie para celulares que já conquistou milhões de adeptos ao redor do mundo e chega agora traduzido em português no iOS e Android. Por trás do visual colorido e poligonal de The Battle of Polytopia existe um jogo de grande profundidade, que levou com sucesso a fórmula de expansão, pesquisa, diplomacia e batalha para o mobile. O game teve mais de 10 milhões de instalações nos celulares, sendo mais de 330 mil de brasileiros.

## HERE, Bentley Systems e Geopath se unem para obter maior precisão de ROI em campanhas publicitárias

A HERE Technologies, líder global em serviços de mapeamento e plataforma de localização, anuncia uma parceria que criará insights mais profundos para os mercados de mídia out-of-home (OOH) e digital out-of-home (DOOH) com a Bentley Systems, líder mundial em fornecedor de software e serviços digitais de nuvem, e a Geopath, uma empresa sem fins lucrativos de medição de localização de público-alvo de OOH. A solução é baseada na inteligência de localização da HERE. A Bentley Systems utiliza os dados de tráfego da HERE, os atributos navegáveis, as informações da rede rodoviária e os mapas em sua solução Streetlytics, que fornece informações sobre onde, como, quando e por que as pessoas viajam - o Streetlytics foi desenvolvido pela Citilabs, uma empresa de nuvem de mobilidade inteligente adquirida pela Bentley Systems em outubro de 2019. O Streetlytics extrai informações reais de bilhões de pontos de GPS, celular, carros conectados, Bluetooth e elementos demográficos para criar os dados mais ricos e imagens mais completas de uma população em movimento (<http://360.here.com>).

