

O impacto do PIX para as pequenas e médias empresas

Chegou o PIX, uma nova forma de fazer transferência para qualquer banco ou instituição de pagamento em que você possa ter conta digital, a qualquer dia, hora, incluindo feriados e é muito mais prático do que TED ou DOC

Luana Menegat (*)

Vieio para revolucionar a forma como a gente paga hoje, no Brasil. Não existe restrição de quem poderá utilizar o PIX, então transações entre pessoas físicas, entre pessoas jurídicas e até mesmo para efetuar pagamento de impostos. E os impactos para as micro e pequenas empresas será significativo.

Como não existe limitação das transações que você pode fazer, vai poder pagar contas diversas, até mesmo com QR code, transferências, impostos, o que for. Ele retoma o princípio básico de pagamento, alguém quer receber e alguém quer pagar. O PIX resolve isso, ele faz uma conexão de uma conta para outra de uma forma linear, sem intermediações na operação. A digitalização nas empresas, que é essencial, recebe reforço desse meio de pagamento, afinal para poder fazer um PIX ainda é preciso ter saldo na conta, então ele funciona como um cartão de débito.



O PIX faz a conexão de uma conta para outra de uma forma linear, sem intermediações na operação.

É uma nova forma de transferir recursos. Transações entre pessoas físicas serão gratuitas e entre pessoas jurídicas terá um custo, mas será menor do que o do TED e DOC. Vai reduzir custos e mudar a forma de relacionamento com fornecedores e clientes. Essa revolução já começou. Mais de 3 milhões de pessoas acessaram a chave do PIX só no primeiro dia. Esses consumidores não podem sair do radar da

empresa, então se informe porque vai ser, mais ou menos, como os pagamentos feitos via QR code em maquininhas do comércio hoje em dia. No QR code do PIX cada compra ou serviço prestado gerará um QR code único. Futuramente será possível pagar por biometria e face id.

E qual o impacto direto que isso traz para o meu pequeno negócio? Como o PIX ainda funciona só com operações de transferência de quem

tem saldo em conta, receber pagamentos de clientes por meio de PIX elimina a inadimplência, o que para as PMEs representa um grande benefício. Além do mais, o recebimento efetivo do valor na conta de destino ocorre em até 10 segundos, isso garante que a empresa tenha dinheiro para giro, nada mais de imensas quantias a receber futuramente.

É claro que esses grandes benefícios estão atrelados à medida de vezes que o cliente utiliza o PIX para efetuar o pagamento do produto ou serviço, por isso é tão importante que Micro e Pequenas empresas insistam e incentivem essa transição digital. Se essa mudança no meio de pagamento está aí, peça sua chave do PIX junto à sua instituição financeira onde tem conta. O mundo é digital e você não pode mais ser analógico, nem as pequenas empresas ou os microempreendedores.

(*) - É CEO da Razonet Contabilidade Digital (www.razonet.com.br).

Porto de Santos tem novo regulamento de uso das suas instalações

A Santos Port Authority baixou o novo Regulamento de Exploração do Porto de Santos (REP), que estabelece os princípios gerais e condições de funcionamento e exploração do Porto por pessoas jurídicas e físicas. Segundo o diretor de Operações da SPA, Marcelo Ribeiro, a normativa anterior passou por revisão para aprimoramentos importantes ao funcionamento do Porto: "O Regulamento começou a ser revisado no ano passado, com a criação de um grupo de trabalho para elaborar o documento. A simplificação deve colaborar para o funcionamento eficiente e racional das instalações portuárias".

O objetivo do novo REP é simplificar as normas e facilitar a consulta pelos usuários. A implantação desta nova normativa alinha-se às diretrizes do Programa de Desburocratização do Ministério da Infraestrutura, aprimorando a disponibilidade e integração das informações. Disponível no site, o Regulamento moderniza a consulta das regras, ao permitir que o usuário acesse, a partir de hiperlinks do próprio texto, documentos que norteiam o uso e funcionamento do Porto.

O novo REP também está adequado em relação às regulamentações estabelecidas como, por exemplo, as normas para atracação de navios (atualizadas neste exercício, após 40 anos), que trazem regras mais claras e estão consolidadas em um documento único, para melhor atendimento do usuário. Para consultar o Regulamento de Exploração do Porto de Santos, visite a página (www.portodesantos.com.br), clique em "Acesso à informação" e, depois, em "Documentação".

Conheça dicas para entender o marketing do século XXI

Lucas Atanzio Vettorasso (*)

Hoje, com as informações sendo consumidas tão rapidamente através de meios digitais juntamente a tantas formas de comunicação, tornou-se latente a necessidade de alma e personalidade em negócios para que se tornem sólidos e duradouros. As ações de marketing de dez anos atrás eram vistas de forma muito mais imperativa. Beba, coma, faça, compre. Quase que uma tentativa de hipnose. Mas por que funcionava? A monopolição era muito mais fácil. Em relação aos dias em que vivemos, havia poucos canais de comunicação de grande alcance, realmente massivos.

Na era da tecnologia, as opções de compra se ampliaram juntamente à mudança de público-alvo, o comportamento e os hábitos de consumo. A força do Antropocentrismo, ou seja, o homem como "centro" do universo tem impactado diretamente na maneira como devemos gerir nossos negócios. Hoje, dependemos muito mais da aceitação do público para o sucesso de um empreendimento. A gestão deve ser voltada para a adequação e entendimento de quais são os desejos, valores, aspirações, aceitações e rejeições do público-alvo desejado.

Não é à toa que as campanhas de marketing passaram de imperativas para "Beba o sabor da felicidade", "Amo muito tudo isso", entre tantos outros exemplos com foco no intangível. Separei algumas dicas para que você, administrador, possa entender as velozes e constantes mudanças de comportamento de seu público-alvo, acompanhando-o nesta jornada sem perder espaço em seu mercado.

- **Coisa de pele** - Costumávamos dizer que uma pessoa insatisfeita era capaz de influenciar mais 10 e atrapalhar o crescimento de um negócio. Hoje esse número pode ser multiplicado por 100, por 1.000, por 10.000. O poder dado pelas redes sociais acaba ajudando pequenos empreendedores a criar consumidores fiéis mais rapidamente,



Na era da tecnologia, as opções de compra se ampliaram juntamente à mudança de público-alvo.

mas também é capaz de difundir críticas e expor situações que trarão risco ao crescimento de seu negócio não somente em uma proporção maior, mais em um tempo muito mais veloz. A dica aqui é: "o cliente tem sempre razão", mesmo quando ele não tem.

- **Conheça seu público-alvo** - Negócios são estratégias. Seu negócio não é o que você vende, mas sim para quem você vende. Uma pesquisa realizada nos EUA ouviu cerca de 1.000 pessoas respondendo a seguinte pergunta: "Você se lembra de uma experiência de compras nos últimos seis meses que tenha sido ótima, no sentido de que essa experiência lhe tenha dado prazer e o tenha surpreendido de algum modo?". Clientes entre 18 e 30 anos focam na experiência, ou seja, um drink especial, um produto exclusivo, um local novo, dentre tantos outros possíveis exemplos. Já clientes entre 30 e 50 anos, focam no atendimento. Sim, com certeza você já se sentiu mal em um local onde o atendimento deixava a desejar. Consumidores mais exigentes não costumam dar segunda chance. Portanto conheça seu público-alvo e se esforce para atender as suas expectativas.
- **Não tenha medo da mudança** - Ter medo de mudança é se fadar ao fracasso. O Mundo não anda mais, ele corre. Al-

guém ou alguma coisa irá mudar o seu negócio, então é melhor que seja você. Uma visão focada no cliente ajudará sua empresa a identificar problemas rapidamente e entregar mais valor. Faça constantemente essa pergunta: o que meu negócio oferece que o dinheiro não pode comprar? É esse o foco principal desse novo marketing.

- **A mudança ocorre de dentro** - A mudança de comportamento do público-alvo não é apenas mudança de hábito de consumo. São envolvidos fatores culturais, tecnológicos, educativos. É uma nova geração. Novos consumidores escolhendo como querem gastar seu dinheiro. A mudança comportamental envolve toda uma geração. Lembre-se que seus funcionários e colaboradores fazem parte desta vicissitude. É aqui que entra a nova forma de gestão. A gestão participativa na empresa pretende promover o conceito de colaboração e cooperação integral. Estimular que todos os funcionários contribuam com suas ideias, liberdade que aumenta a motivação e comprometimento de todos, além de tornar o ambiente fértil em soluções inovadoras.

(*) - É CEO do Grupo ATN20 e Imortal da Academia Brasileira de Escritores possui mais de 1400 franquias na conta.

Um novo mundo (ainda) é possível?

Gladisson Silva da Costa (*)

O FMI e outras organizações apontam que a economia mundial encolherá consideravelmente em 2020

que, provavelmente, enfrentemos "espasmos" dessa crise nos anos seguintes, mas nem todo mundo será atingido da mesma forma. O Coronavírus, atingiu a Ásia e a Europa com uma força avassaladora, colocou de joelhos a gigante China e obliterou as tradicionais economias europeias. Vimos a maior economia do planeta ser duramente golpeada pelos efeitos da pandemia. É a maior crise econômica desde a Grande Depressão de 1929.

Entretanto, embora o vírus não dependa de questionários socioeconômicos para se espalhar, todos os dados apontam para uma verdade que a gramática neoliberal que domina o debate público atualmente tenta silenciar: são os mais pobres, de novo, que vão pagar a conta. Os Estados Unidos que, entre o clube dos mais ricos, têm os piores índices de pobreza, ao se tornar o epicentro da pandemia, mostrou ao mundo que o Coronavírus não é tão democrático quanto se imaginava.

A população negra é a parcela que mais sofreu com os efeitos da pandemia nos Estados Unidos, não porque exista algum componente biológico que faça com que os negros sejam mais suscetíveis ao contágio, mas porque existe um enorme problema socioeconômico. Ou seja, os negros são maioria entre os mais pobres e, portanto, não têm condições de fazer um distanciamento social efetivo (alguém precisa trabalhar, não é mesmo?), nem tampouco têm acesso a um tratamento de saúde eficiente quando contaminados.

No Brasil, o vírus encontrou uma realidade ainda mais cruel. Durante o auge da pandemia vimos cemitérios superlotados, filas de ambulâncias em busca de UTI, filas de pessoas desesperadas para ter acesso ao dinheiro do auxílio emergencial, vimos também desvio da verba destinada ao combate à pandemia, ações de despejos, demissões em massa, violência policial (acompanhada do velho racismo) e fechamento de várias empresas.

Diante desse caos, os mais pobres novamente se viram sozinhos, abandonados à própria sorte e diante de uma escolha impossível: ou se expõem ao vírus, arriscando suas vidas e de suas famílias, engrossando o número de vítimas da Covid-19, ou enfrentam "com a cara e a coragem" as consequências econômicas da crise.

A pandemia, além da nossa imensa desigualdade, escancarou outro ponto particularmente preocupante, a aparente falta de imaginação dos governantes e de uma parcela significativa da população.

Como a nossa sociedade, capaz de feitos fantásticos como a chegada à lua e a realização de mega construções impressionantes, não consegue imaginar um mundo onde seres huma-

nos não precisem escolher entre morrer de fome com o desemprego ou terem suas vidas ceifadas pela pandemia? Sobre este questionamento, vem a gritaria: isolamento social é privilégio! Mais um sintoma da morte do bom senso e com ele parte da nossa própria humanidade.

Como pode uma necessidade tão urgente ser interpretada como privilégio? Claro que a desigualdade grita aos nossos olhos e expõe o fato de que apenas um pequeno grupo consegue ter acesso pleno à saúde, educação, moradia e entretenimento, mas interpretar o acesso a uma condição digna de existência como privilégio, como regalia, só nos enfraquece enquanto grupo social e nos impede de ver a origem do problema e, mais importante, superá-lo.

O fato de algumas pessoas terem acesso a direitos tão básicos, como a possibilidade de se proteger da maior crise sanitária dos últimos cem anos, não deveria ser o problema. O problema deveria ser fato da nossa sociedade ser incapaz de (ou sequer tentar) garantir que esse direito seja universal. Utopia?

Pode ser, mas ambicionar uma nova sociedade deveria ser mais cativante e capaz de mobilizar mais paixões do que o aceite (e mesmo a defesa) dessa distopia que decidimos chamar de "realidade", onde o tecido social se desfaz, a natureza é desprezada, minorias são massacradas, onde os seres humanos não podem viver de forma plena (já que não vivem, apenas sobrevivem), pois precisam pagar os boletos (quando dá) e o seu valor social é medido em likes e/ou pela sua capacidade de consumir.

J.R.R. Tolkien, o autor de "O Senhor dos Anéis", em um ensaio no qual defende de forma primorosa o valor literário e social das "histórias de fadas" (fruto de uma palestra ministrada em 1939, na Escócia), reagindo aos detratores deste gênero, sublinhou a falta de imaginação das obras de ficção científica da época que, em geral, mesmo diante de uma sociedade repleta de coisas repugnantes e terríveis como "o barulho, o fedor, a crueldade e a extravagância do motor de combustão interna" eram incapazes de ir "além da esplêndida ideia de construir mais cidades do mesmo tipo em outros planetas". Essa carapuça nos serve muito bem, infelizmente.

Apesar dos horrores a que somos expostos, seguimos incapazes de imaginar uma outra realidade, com outras regras, com outros valores. Enfim, que a experiência de sermos "testemunhas oculares da história" nos torne capazes de desenvolver uma imaginação que vá além do óbvio, não apenas para elaborar histórias maravilhosas sobre o Belo Reino, como o fez o criador da Terra Média, mas para efetivamente desenvolvermos uma nova sociedade. A frase é batida, eu sei, mas a obviedade não reduz a sua importância. Um novo mundo é possível, ou melhor, é urgente e necessário.

(*) - É especialista em Metodologia do Ensino de História, professor dos cursos de Letras e História do Centro Universitário Internacional Uninter.