

# Fintech avança as vendas de varejistas, indústrias e seus distribuidores

“Nascemos com o DNA da indústria e do varejo. Por isso, conhecemos suas dores e criamos uma solução sob medida para a realidade de cada negócio”

A Trademaster, fintech especializada em soluções financeiras e de crédito B2B, auxilia desde 2015 mais de 500 mil pequenos e médios varejistas que fazem suas compras regularmente junto às grandes indústrias e seus distribuidores, avançando as vendas de toda a cadeia de distribuição por meio de acesso a crédito, prazo e melhores condições comerciais.

De acordo com Francisco Pereira, fundador e CEO da Trademaster, a plataforma é baseada em nuvem e se conecta em tempo real via APIs com os sistemas de gestão das empresas parceiras, viabilizando o acesso a prazos e limites estendidos no ato da compra, tudo de forma integrada.

“Nosso modelo de recorrência de crédito se provou bastante singular e inovador ao longo do tempo por ser altamente escalável e trazer um diferencial importante para nossos parceiros, reforçando nosso posicionamento como uma solução de produtos e serviços para as PMEs”, explica.

Atentos às mudanças de mercado, a startup observou que as cadeias de distribuição precisavam de uma solução inovadora que empoderasse o pequeno varejista e ajudasse a cadeia como um todo. Desta forma, são oferecidas condições de crédito e prazos para que



A plataforma é baseada em nuvem e se conecta em tempo real via APIs com os sistemas de gestão das empresas parceiras.

seja possível a compra de insumos de primeira linha, assim como o volume e o mix de produtos corretos para maximizar a lucratividade.

“Nascemos com o DNA da indústria e do varejo. Por isso, conhecemos suas dores e criamos uma solução sob medida para a realidade de cada negócio. Toda a transação comercial entre os elos da cadeia de distribuição para os nossos clientes é realizada por nós”, comenta Francisco. Além de propor melhorias no processo de vendas, a Trademaster criou uma solução integrada nos processos comerciais e financeiros das indústrias e distribuidores, de uma forma quase imperceptível.

“Observamos que os produtos bancários tradicionais não suportavam a demanda de crédito, apresentando juros elevados, muita burocracia e baixa customização para as necessidades

específicas das cadeias de distribuição”, conta o CEO. Nesse contexto, os pequenos e médios varejos têm acesso ao crédito, com maiores prazos e limites, para melhorar suas compras e gestão de estoque. “Esse processo é totalmente sem fricção e a indústria ou o distribuidor recebem à vista, sem risco de inadimplência, e os clientes pagam a prazo diretamente para a fintech”, informa Francisco Pereira.

Em fevereiro, a fintech fechou um acordo de investimento de R\$ 100 milhões com o banco BV, um dos maiores bancos privados do país. A parceria também inclui a disponibilização de uma estrutura de funding inicial de R\$ 500 milhões para suportar o crescimento de 120% das operações da fintech em 2021. “Estamos em um momento único, a evolução dos ecossistemas e das plataformas de e-com-

merce B2B, irá acelerar o nosso crescimento. Empreendedorismo e resiliência foram as marcas da nossa trajetória até aqui e com a chegada do BV podemos sonhar ainda mais alto”, conta Francisco.

Os recursos da rodada estão sendo aplicados na ampliação da oferta de produtos, além de fazer a fintech avançar na criação de novas soluções para pequenas e médias empresas. Atualmente, o portfólio da fintech tem mais de 60 parceiros conveniados, entre grandes indústrias nacionais e multinacionais e seus distribuidores. “O investimento do BV visa acelerar ainda mais a expansão da oferta de produtos e soluções inovadoras para turbinar nossa missão de empoderamento do pequeno e médio varejo no Brasil”, finaliza Pereira.

No mercado desde 2015, a Trademaster é uma fintech que ajuda toda a cadeia de distribuição, da indústria ao varejo, a alavancar suas vendas, por meio de soluções financeiras e de crédito B2B. A fintech empodera e aumenta o poder aquisitivo dos varejos, com crédito e prazos estendidos. Atualmente, atende mais de 500 mil varejistas, e mais de 60 clientes, entre grandes indústrias nacionais e multinacionais e seus distribuidores. Fonte e outras informações: (www.trademaster.com.br).

## Competindo com as máquinas e não contra as máquinas

Márcio Tabach (\*)



A inteligência artificial também criará oportunidades de inovação até então impensadas.

de um DJ. Esse case é protagonizado pela empresa alemã Algoriddim, que desenvolveu um software de mixagem que contém um algoritmo chamado “Neural Mix”. Ele é capaz de separar os elementos sonoros de uma determinada faixa de música.

O DJ pode a qualquer momento dividir a bateria, a voz do cantor ou o acompanhamento instrumental da música e, assim, fazer mixagens inusitadas com os vocais de uma música e a bateria de outra, por exemplo.

O coach de DJs britânico Jamie Hartley (que tem centenas de milhares de seguidores em seu canal do Youtube) classificou esta inovação como algo que pode mudar o trabalho dos DJs para sempre.

Hartley destaca que os DJs sempre procuraram por algo que pudesse fazer essa separação, usando recursos como o precário corte de sons graves e agudos. Esse produto já começou a ser comercializado e adotado por DJs. Concorrentes da Algoriddim já anunciaram que implementarão a tecnologia em seus produtos, comprovando que ela veio para ficar.

O que esses casos sugerem é que o uso da IA terá um papel muito maior em alavancar, melhorar e trazer produtividade ao trabalho humano, do que propriamente substituí-lo. A inteligência artificial também criará oportunidades de inovação até então impensadas. O desafio das sociedades será de romper barreiras comportamentais e de qualificação, para incorporar essa nova tecnologia no mundo do trabalho.

Como o campeão de xadrez Garry Kasparov destaca, devemos pensar muito mais em inteligência aumentada do que exclusivamente em IA. A inteligência aumentada combina o melhor das inteligências humana e artificial. Segundo ele, nós, os humanos, não nos tornaremos obsoletos, mas seremos promovidos.

(\*) - Graduado em Administração Pública pela FGV e em comunicação pela ESPM, é consultor da TGT Consult e analista líder do ISG Provider Lens™ Analytics (www.tgt.com.br).

## Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



PNL Sistêmica Para Mulheres

**Deborah Epelman e Andréia Roma (Orgs)** - Leader - Deborah, mui lúdica precursora e representante da PNL (Programação Neurolinguística) no Brasil e Andréia, competente CEO da editora Leader, muitas vezes premiada, reuniram vinte e cinco profissionais que militam no trato do ser humano, para exporem suas ideias, teorias e práticas clínicas motivacionais. Praticamente nenhum tema escapa da sempre atenta ótica dos articulistas. Seu título indica viés voltado às mulheres, todavia, sem esforço, homens também poderão sorver seus ensinamentos. Oportuno.



A Gondola Vermelha

**Andria Salles** - Um romance cercado de aventura, amor, sedução, paixão, decepção e morte, tudo isso num bucólico e misterioso ambiente: Veneza. Inesquecível para quem a conhece, imperdível para amantes de história e muita beleza! Mulher casada com rico marido despota, apaixonada-se por um gondoleiro. A partir daí, muita água rolará debaixo das pontes venezianas. Conseguirá o casal de amantes sucesso no relacionamento para que o amor vença? A autora jornalista, é especialista em assuntos da República Sereníssima de Veneza, logo, urdiu uma bela e significativa obra. Terá continuidade. Aguardem!



Romanceiro de Cabeza de Vaca: O andarilho das Américas

**Raquel Naveira** - Ibis Libris - A professora, escritora e demais atributos literários, carrega consigo o nobre dom da escrita, que podemos nominar de “gostosa”! Pena fluida, espargue cultura com profundidade, sem rebusques ou rodeios. Desta feita homenageia um aventureiro desbravador espanhol, Don Albar Nuñez Cabeza de Vaca, que saiu da Espanha em 1540, veio à América e in terras Brasilis conseguiu grandes feitos, conforme informes ao reino. Sua heroica epopeia está dignamente relatada pela nossa laureada representante do idioma pátrio. Justa homenagem.

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



## Impactos da pandemia na formação e negociação de preços

Beatriz Machnick (\*)

Clientes pagam mais por aquilo que valorizam mais. Se o fator determinante for o preço, eles escolherão o menor.

Se valorizam a rapidez, vão recorrer ao mais prático. Se buscam diferencial, certamente vão optar pela exclusividade. Mas se querem qualidade, aí sim eles pagarão o preço. Sabemos que, seja na área jurídica ou em outros segmentos, para se manter competitivo no mercado é necessário saber cobrar pelos serviços.

Mas isso não é algo tão simples, pois muitas vezes precisamos aprender a quantificar o tempo do nosso trabalho, que é intangível. E como calcular pelo serviço a ser prestado? O que considerar para formar o preço?

A precificação assertiva começa no entendimento da composição do seu preço, ou seja, primeiro você precisa ter a clareza do seu custo, pois se você não compreender a composição do seu preço, o cliente também não entenderá.

O segundo ponto é que, durante a negociação, você não deve focar no fechamento da proposta, e sim na entrega. As pessoas não buscam mais um produto ou serviço, elas

querem uma experiência diferenciada. E quando você foca na entrega de qualidade, relacionamento, resultados, certamente traz algo a mais ao cliente, além de gerar um sentimento de acolhimento para ele. Mais do que isso, gera conexão. O cliente não contrata o seu serviço ou a sua empresa, ele contrata você.

O terceiro ponto para acertar na formação de preços é definir percentuais de margem de lucro, indicações e parcerias. Quando esses percentuais não são bem definidos, podem “levar” o lucro. Todos ganham, menos os sócios. Mais uma dica: elimine o emocional e a insegurança durante a negociação.

Lembre-se de que você será o responsável pela atmosfera da reunião com o cliente. Traga leveza para a conversa: mesmo no formato online, temos o dever de gerar uma conexão empática.

Por fim, uma forma de validar o nível de entrega e excelência com o cliente é sempre fazer estas perguntas: Você se contrataria? Você contrataria a sua empresa?

(\*) - É contadora, especialista em Contabilidade e Finanças, mestre em Governança e Sustentabilidade, sócia-fundadora da BM Consultoria em Precificação e Finanças.