

OPINIÃO

Cashless society e a transformação na experiência de consumo

Nérope Bulgareli (*)

O cashless é um sistema de pagamento 100% sem dinheiro, que agiliza e traz mais segurança nas transações financeiras.

No mundo atual de rápidas mudanças tecnológicas, a redução progressiva de papel, aliada a evolução financeira das instituições e a importância da experiência do cliente, os métodos de pagamento para alternativas de dinheiro estão se tornando uma realidade sem volta. Acelerar a transição para sistemas socioeconômicos não mais baseados no uso de papel-moeda - a "sociedade sem dinheiro" - é essencial.

Alguns países já estão avançados nesse mercado e não demorará muito para países emergentes acompanharem a nova demanda cashless, aproveitando oportunidades e explorando benefícios sistêmicos, como maior segurança nas transações, maior transparência e surgimento de novos serviços. Não é um inconveniente quando você quer comprar bebida em algum evento, mas a fila está enorme? Ou quando o atendente do caixa não tem troco para a nota que você deu?

Para solucionar esses e outros problemas, o cashless vem para trazer experiências melhores de pagamento/consumo para os clientes. Como o próprio nome sugere, o cashless é um sistema de pagamento 100% sem dinheiro, que agiliza e traz mais segurança nas transações financeiras, sem fricção. Afinal, penso que o objetivo é cada vez mais aproveitar os momentos de lazer sem se preocupar com o como e quando vai pagar pelos serviços que consome. E quando falamos de cashless society, pensamos exatamente nisso.

Afinal, dinheiro é uma fricção, pois é necessário ter troco, carregar cédulas, trocar moedas. Nesse sentido, o Cashless torna a vida mais fluida. Os pagamentos via cashless são extremamente flexíveis, permitindo que o cliente possa consumir sem se preocupar, trazendo muitas vantagens. A primeira é o controle já que pode acompanhar suas transações por meio das ferramentas de pagamentos digitais.

Dessa forma, você sabe como e onde está gastando o seu dinheiro. A segunda é que consegue ter experiências melhores de pagamento/consumo. Pensando como sociedade, o cashless reduz o custo transacional da moeda e, quando esse custo é reduzido, tirando a fricção, a moeda circula mais, criando mais dinheiro, incentivando o consumo e, consequentemente, movimentando mais a economia.

Nos últimos tempos, tivemos um grande avanço na construção dessa sociedade sem dinheiro, seja com o cartão de débito/crédito, QR Code ou com o PIX, mas acredito que ainda temos um longo caminho pela frente, principalmente no Brasil, e um dos fatores que contribuem com essa limitação de progresso rápido, além da questão cultural é a conectividade, fator primordial para facilitar este tipo de transação financeira sem dinheiro.

Mas esse caminho já vem sendo trilhado. Um exemplo

disso é a inserção de bancos digitais com cartão de crédito e débito. Eles trouxeram uma revolução na forma como realizamos transações bancárias estimulando digitalização e inclusão financeira para todas as camadas da sociedade, mesmo o Brasil sendo um país com muita desigualdade, não só financeira, mas também geopolítica.

Essa desigualdade pode ser percebida na disparidade entre grandes cidades, que de uma certa forma já usam e possuem uma boa aceitação em relação ao cashless, comparado a municípios pequenos, especialmente no interior, que ainda não aderiram ou não possuem tanta confiança nas transações digitais. Mas, por pior que tenha sido o cenário de pandemia, com o pagamento do auxílio emergencial, muitas pessoas que ainda não tinham acesso a bancos ou digitalização financeira, foram obrigadas a se adaptar para que pudessem receber o auxílio.

Com isso, muita gente se "bancaizou", fazendo com que a digitalização e o uso dos pagamentos digitais crescessem, se tornando um hábito. Assim, essa nova realidade, junto ao PIX e bancos digitais, vem mudando e essa mudança vai ajudar muito a melhorar a experiência e facilitar o acesso que já é uma realidade. As pessoas só precisam continuar se adaptando a esse cenário.

Já no universo do entretenimento com os eventos, bares e baladas, o pagamento via cashless já está um passo adiante. Apoiados na tecnologia, podemos oferecer essa forma de pagamento sem fricção, tendo uma relação muito mais tranquila com a questão do pós-pago e paper use, onde, de fato, o consumidor não precisa pagar toda vez que vai consumir algo, como é o caso dos Estados Unidos, por exemplo.

Esse público é mais jovem e essa é uma grande vantagem, pois esse jovem é educado, desde cedo, a essa digitalização financeira e do consumo, onde você tira o dinheiro, tira o cartão das transações e gera mais informação e controle.

E acredito que essa geração vai ser a grande responsável pela implantação de fato da cashless society, pois, ao ter uma boa experiência com o cashless nos lugares em que costuma frequentar, começa a se questionar o porquê dessa forma de pagamento não ser difundida em todo comércio e setor de serviços. Resumindo, a cashless society é uma sociedade sem fricção no pagamento, sem fila, sem perda de tempo, fazendo com que você realmente aproveite a vida, os momentos para se divertir e tenha escolhas.

No setor de eventos e entretenimento estamos fazendo a nossa parte, com a oferta de tecnologia e gestão de consumo. Afinal, todo mundo tem uma rotina estressante e a última coisa que uma pessoa quer, quando sai para se divertir, é se estressar com filas e pagamentos, ainda mais pós-pandemia, período em que fomos privados por questões de força maior de sermos os seres sociáveis que somos.

(*) É CEO da ZigPay (www.zigpay.com.br)

Sobre PIX e segurança

Há muito tempo um produto financeiro não causava tamanha repercussão como o PIX, o sistema de pagamento instantâneo desenvolvido pelo Banco Central.

Thais Cíntia Cárnio (*)

Fazendo um breve retrospecto, o sucesso e grande adesão do PIX se deram por sua praticidade frente a outros meios de transferência entre contas, como a TED e o DOC. Esses dois sempre tiveram limitação de valores nas remessas e são tarifados pelas instituições financeiras. Além disso, as transferências não são feitas real time, ocorrendo apenas em dias úteis.

Já o PIX surge como um meio de simples execução, acessível sete dias por semana, 24 horas por dia e, até semana passada, sem limite para remessas. A aderência dos consumidores de produtos bancários foi tão instantânea como seu funcionamento, aumentando o número de cadastrados em progressão geométrica.

Alegria não durou muito: sequestros relâmpagos com meliantes coagindo suas vítimas a fazer transferências sob a mira de armas e o vazamento de dados recentemente divulgado ofuscaram o entusiasmo inicial.

Mas a pergunta que não quer calar: quem são os responsáveis por esses danos? Os bancos? O Banco Central? A figura metafísica e intangível chamada "sistema"? Estamos ou não diante de uma zona cinzenta?

Vamos analisar por partes: no que se refere ao vazamento de informações, em tempos de implantação da Lei Geral de Proteção de Dados, é um enorme absurdo observar o vazamento de inúmeras chaves PIX por falta de governança de uma instituição financeira. Claro que essa é diretamente responsável pelos danos que venha a causar, porém comprovar o nexo entre o dano sofrido e o vazamento de dados não é tarefa simples.



Quanto ao Banco Central, enquanto idealizador e gestor de todo o projeto de implantação, deveria ter fiscalizado mais detidamente a inabilidade do banco participante de manter corretamente preservadas informações tão relevantes. Isso, por si só, já coloca uma grande sombra de dúvida sobre o produto. A falha sistêmica tem nome e sobrenome, envolvendo tanto a autoridade monetária como a instituição financeira que se mostrou incompetente na preservação de dados de seus clientes.

No que se refere aos sequestros, é surpreendente observar a inércia das instituições diante da agonia da violência que sofremos. Onde está a política de "conheça seu cliente" para alertar várias remessas vultuosas com minutos de intervalo? Onde está o controle das instituições financeiras em relação a essas contas de "laranjas" que recebem esses valores?

Diante do cenário de violência, restou ao Banco Central limitar o valor do PIX no horário noturno. Assim como

limitamos o uso do celular se estamos caminhando em algumas avenidas de São Paulo, assim como tiramos o relógio e escondemos a bolsa quando estamos no carro.

Gradualmente, vamos nos restringindo, nos limitando como os valores do PIX: deixamos de usar bens que facilitam nossa vida porque é perigoso. Voltamos mais cedo para casa, porque é perigoso. Guardamos o celular no fundo dos bolsos e nunca o atendemos na rua porque é perigoso. Aqueles que agem com tamanha ousadia e são roubados rapidamente ouvem frases como "também, foi atender na rua", como se a vítima fosse culpada pela falta de segurança que nos cerca.

Uma coisa é certa na visão tacanha de culpar a vítima: se não tivémos carros, celulares, dinheiro, não teríamos roubos. Pronto! Está resolvido o problema de segurança pública. Só resta lamentar.

(*) É Professora de Direito Empresarial e Mercado Financeiro da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Plataforma de ensino lança curso online e gratuito de Anúncios no Facebook e Instagram Ads

Nos últimos anos, o Instagram e o Facebook expandiram e aperfeiçoaram muito suas ferramentas de anúncios e, como qualquer outro recurso digital, o investimento efetivo exige conhecimento. Pensando nos novos campos de trabalho criados pela demanda de especialistas em gerenciar essas ferramentas, a startup Kultivi (www.kultivi.com), principal plataforma de ensino sem custo do Brasil, acaba de lançar um curso exclusivo de Anúncios - Facebook e Instagram Ads. Com videoaulas dinâmicas e objetivas de acesso ilimitado 24 horas por dia, o curso contempla 05 horas de conteúdos exclusivos que vão ajudar o aluno a veicular anúncios pagos de forma eficaz por

meio de técnicas e conceitos que podem ser utilizadas, também, em outras redes sociais com operações semelhantes.

Voltado a profissionais de mídias sociais, marketing digital, influenciadores e demais estudantes e profissionais interessados na área, o curso é dividido em 15 aulas que abordam tópicos como Business Suite; gerenciador de negócios; como criar e configurar uma conta de anúncios; estrutura da campanha; públicos amplos; públicos personalizados; como usar o Pixels e as conversões; posicionamento de anúncios; orçamentos, otimização e veiculação; criação de anúncios simples e impulsão de publicações; criação

de anúncios carrossel; gerenciador de comércio - catálogos, criação de anúncios dinâmicos; e como analisar os resultados.

Desenvolvido pela Kultivi em parceria com a professora Helô Sanfelice, especialista Marketing Digital, o curso é integralmente gratuito e garante certificado de conclusão. Para ter acesso ao conteúdo exclusivo, basta entrar no site e fazer o cadastro com nome, sobrenome, e-mail e criar uma senha ou acessar o canal da Kultivi no Youtube. Além das videoaulas, a Kultivi disponibiliza diversos outros materiais de apoio, exercícios e canais de comunicação para a resolução de dúvidas. www.kultivi.com/cursos/negocios



News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

Sankhya anuncia novo CFO para acelerar seus planos de fusão e aquisição

Para preparar sua área financeira para o acelerado crescimento esperado para os próximos anos, a partir do aporte de R\$ 425 milhões recebido do fundo soberano de Singapura, GIC, visando futuras fusões, aquisições e também um Initial Public Offering (IPO), a Sankhya, desenvolvedora brasileira de sistemas de gestão ERP e criadora do conceito EIP (Enterprise Intelligence Platform) anunciou a contratação de André Britto como Chief Financial Officer (CFO).

Keyrus fortalece sua liderança na América Latina com a aquisição de empresas

A Keyrus, player internacional nas áreas de Inteligência de Dados, Transformação Digital e Consultoria em Gestão de empresas, anuncia hoje a aquisição da Bigo, empresa mexicana especializada em comércio digital; e da ITPerformance, empresa colombiana especializada em inteligência de dados. "Estamos fortalecendo nosso posicionamento e liderança na América Latina, região em que a Keyrus está presente há mais de 15 anos e que representa a segunda maior operação do Grupo, depois da França", afirma Eric Cohen, Presidente e CEO do Grupo Keyrus. Com as aquisições, a Keyrus passa a contar com 800 colaboradores em LATAM, principalmente consultores certificados em tecnologias e metodologias de nuvem, análise de dados, workflow e gestão de desempenho, comércio digital e martech. A Keyrus também expande presença geográfica em LATAM, com escritórios no Brasil, Colômbia, Peru e México (https://www.keyrus.com.br).

Programa de Aceleração de Startups

Com o objetivo de contribuir para o crescimento de startups de base tecnológica no mercado brasileiro e internacional, o FI Group, consultoria multinacional especializada na gestão de incentivos fiscais e financiamento à Pesquisa & Desenvolvimento (P&D), acaba de anunciar o lançamento do FI Boost, seu novo Programa de Aceleração de Startups. A companhia selecionará cinco startups por edição, que terão a oportunidade de apresentar suas soluções para mais de 15 mil empresas clientes. O programa do FI Group iniciou-se em 2018, na Espanha, e o Brasil será o próximo país a implementar o projeto, com início a partir de outubro de 2021. De acordo com o PMO do FI Group, Alejandro Trigo, o programa inclui formação e mentoria com duração de cinco meses. Neste período, com o apoio do time de especialistas do FI Group, serão realizados workshops focados nas necessidades de cada startup (https://br.fi-group.com/?utm_source=EPR&utm_medium=PR&utm_campaign=PR_programa_startups_FI_Boost_FI_Group&utm_content=PR_programa_startups_FI_Boost_FI_Group).

Com otimização de serviços, Convenia libera até 30h semanais da rotina dos RHs

A digitalização dos processos veio para inovar os trabalhos em diversos setores. Entre eles, as áreas de Recursos Humanos e departamento pessoal. Pondo fim às pilhas de papéis, pastas e arquivos físicos, essas automatizações visam tornar os trabalhos mais simples e ágeis por meio de plataformas únicas de gestão. É o caso da Convenia, HRTech com soluções voltadas para otimização de tempo e custos para empresas, que libera até 30h semanais das demandas de RH com o auxílio de um software capaz de automatizar as rotinas operacionais.