

Driblando as fraudes em cobranças

Fernando Modenezi (*)

O momento em que o consumidor busca regularizar suas dívidas é um dos mais importantes e, em paralelo, um dos mais delicados. É crucial estar atento a possíveis fraudes na cobrança, que podem agravar a situação financeira e emocional de quem já enfrenta dificuldades

Infelizmente, golpistas se aproveitam da vulnerabilidade de pessoas endividadadas para aplicar fraudes, prejudicando não apenas as vítimas, mas também a credibilidade das empresas idôneas e do mercado como um todo. De acordo com a 17ª edição do Anuário Brasileiro de Segurança Pública, realizada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, o Brasil registrou 208 golpes por hora em 2022, totalizando 1,8 milhão de casos de estelionato em todo o país.

Esse número reflete um preocupante aumento de 37,9% em relação a 2021. Complementando, um estudo da TI Inside apontou um crescimento de até 35% nos golpes digitais ao longo de 2023. O Brasil registrou em média 3.631 tentativas de fraude para cada milhão de habitantes, como relata o dado fornecido pelo Serasa Experian.

No contexto da negociação de dívidas, os golpes relacionados à cobrança estão se tornando cada vez mais comuns. Os fraudadores costumam criar anúncios atrativos e direcionar os consumidores a páginas falsas, nas quais se passam por terceiros, oferecendo condições exclusivas, descontos agressivos e oportunidades falsas.

Para dar continuidade à falsa negociação, os golpistas costumam utilizar aplicativos de mensagens, nos quais tentam convencer as vítimas a efetuar o pagamento, oferecendo descontos altos e impondo agilidade no processo. Em seguida, encaminham um boleto falso, normalmente com

contas em bancos digitais e carência de informações que demonstrem autenticidade.

Para evitar ser mais uma vítima, é fundamental que os consumidores estejam atentos a práticas comuns entre os fraudadores. Ainda que páginas falsas costumam apresentar informações e imagens semelhantes aos sites populares de negociação de dívidas, é possível identificar indícios de fraude, como a ausência de dados para identificar a empresa.

Isso inclui CNPJ, endereço válido e canais de contato confiáveis. Outro sinal é que, embora a URL possua o cadeado de segurança (SSL), os selos que demonstram a segurança no site falso não possuem links ou informações. Além dos consumidores, é essencial que as empresas do setor de cobrança e negociação de dívidas atuem de forma proativa para alertar e proteger seus clientes.

É fundamental orientar sobre a preferência de negociar diretamente com o credor ou um representante autorizado, utilizando sistemas seguros e sofisticados que possuam mecanismos de autenticidade em acordos. É importante ressaltar também a importância da cautela ao negociar por meio de aplicativos de mensagens com números não verificados e recomendar que os clientes certifiquem a veracidade da negociação junto ao credor.

O combate às fraudes na cobrança exige uma atuação conjunta. Ao adotar práticas transparentes, investir em tecnologia e promover a educação financeira de seus clientes, as empresas podem contribuir significativamente para a prevenção de golpes e a construção de um ambiente de negociação mais seguro e confiável - algo emergente no cenário atual.

(*) - É especialista em cobrança digital e CEO da Acordo Online (<https://acordoonline.com/dnr>)

Parcerias de negócios impulsionam crescimento das empresas

“Ninguém faz nada sozinho”. Em algum momento, você já ouviu, pensou ou pronunciou essa frase, que retrata uma grande realidade. É interessante observar como a ação em equipe ou movimentos realizados em conjunto ganham muito mais força.

Haroldo Matsumoto (*)

No caso do mundo dos negócios, as parcerias entre empresas concorrentes ou entre companhias que oferecem produtos e serviços complementares eram raras até pouco tempo atrás. Afinal, era impossível se juntar ao ‘inimigo’ para traçar estratégias de negócios. Não seria inteligente e nem seguro se aproximar da concorrência.

Aos poucos, porém, as alianças colaborativas formadas entre empresas passaram a ser encaradas com um novo olhar por gestores e empresários, especialmente com as mudanças de comportamento apresentadas pelos consumidores brasileiros, que passaram a ter mais acesso à informação e, assim, pesquisam mais antes de realizar suas compras.

Essas alianças firmadas entre companhias dos mais diversos portes e segmentos têm proporcionado benefícios interessantes a cada um dos participantes. Entre as vantagens, na minha percepção, estão a possibilidade de aumento do número de clientes,



freemove/Canva

maior poder de negociação com fornecedores, ganho de visibilidade, insights para o desenvolvimento de novos produtos ou de serviços que se complementem.

Os impactos também costumam ser positivos em relação à reputação das marcas e à sustentabilidade financeira das respectivas empresas. É claro que será necessária uma dose de precaução na hora de buscar e estabelecer esses acordos colaborativos. Oriente, por exemplo, que os gestores interessados nessas parcerias façam pesquisas profundas usando não só a internet, mas participando de rodas de negócios, feiras e congressos do segmento.

Analisar o que empresas de outras áreas estão fazendo também é interessante para identificar o que pode funcionar. Também recomendo que ao realizar a aproximação do potencial parceiro, a empresa procure agendar uma reunião para mostrar o seu modelo de negócios, quais são as similaridades entre as marcas e como elas podem se fortalecer ao atuar em conjunto.

Nesse processo é importante que as necessidades e interesses de cada empresa estejam claros e que o papel de cada um, bem como os objetivos e metas fiquem bem definidos. A estrutura de comunicação entre as duas empresas será essen-

cial para o sucesso da ação conjunta. É preciso que haja transparência e clareza em todas as atividades que forem desempenhadas em prol da parceria. O mesmo vale para a troca de experiências e de conhecimento entre as partes.

Elas podem ser decisivas para alavancar os negócios e a própria parceria. Por isso, é importante que os dois lados estejam abertos à troca, compartilhamentos, dúvidas e às boas práticas adotadas pelo outro. O processo colaborativo é interessantíssimo, também, para que aconteça a adoção de boas práticas de governança, por exemplo. Isso leva à maior sustentabilidade e longevidade das empresas.

Quando uma parceria é firmada tendo como base cada um desses aspectos citados, a margem para o sucesso só aumenta e as chances para que ambas cresçam no mercado e ultrapassem os demais concorrentes também. Avalie se esse não seria um bom momento para ter um parceiro!

(*) - Especialista em marketing e gestão, é sócio-diretor da Prospera Educação Corporativa (www.prospera.com.br).

Profissão contábil precisa de mais eco e menos ego

A profissão contábil é essencial para a economia e para as organizações, já que os contadores podem auxiliar na tomada de decisões importantes para a saúde financeira das empresas. Além disso, garantem o cumprimento das obrigações fiscais e regulatórias e ajudam a otimizar a eficiência e a planejar o longo prazo do negócio.

Neste cenário, a contabilidade pode ser entendida como uma das profissões do futuro, algo que também dependerá do posicionamento dos empresários contábeis de hoje. Segundo o Ministério da Economia, em 2023, o Brasil contava com mais de 20 milhões de empresas ativas, um mercado amplo para os negócios da área contábil e para os mais de 500 mil profissionais registrados, entre contadores e técnicos, conforme dados do Conselho Federal de Contabilidade.

Segundo Jhonny Martins, vice-presidente do SERAC, hub de soluções corporativas, sendo referência nas áreas contábil, jurídica, educacional e de tecnologia, quem estiver na contabilidade, terá que lidar com uma concorrência muito baixa perto do número cada vez mais crescente de empresas. Entretanto, é preciso que os profissionais da área entendam que é necessário agir juntos, unidos pelo mesmo objetivo.

“Se queremos realmente fazer a diferença, precisamos entender o poder do eco que criamos dentro da nossa profissão contábil. Muito mais do que apenas falar, precisamos agir como uma comunidade unida pelo mesmo propósito, buscando crescer e evoluir em conjunto”, explica.

O executivo ressalta que seu trabalho também é incentivar os contadores atuais e os futuros contadores, e afirma que os profissionais da área precisam pensar



Atlanika AungJun/Canva

menos em ego, e mais em alternativas para impulsionar valores e mudanças.

“A transformação começa com nossas ações de hoje, e o impacto disso é imediato. Não é qualquer contador que conseguirá sucesso, mas aqueles que agreguem valor ao cliente, por isso é preciso agir de forma consultiva, e se capacitar cada vez mais para isso”, avalia Jhonny Martins.

Para o vice-presidente do SERAC, o ego precisa ser deixado de lado na profissão contábil para que os profissionais, em união, consigam demonstrar a relevância do setor para o mercado atual e futuro no país.

“Precisamos refletir se estamos pensando apenas em nós mesmos ou na nossa profissão como um todo. Todos nós temos uma história significativa para contar, algo que pode inspirar e transformar outras pessoas. Mas essa história precisa ser contada com verdade e intenção, começando agora, sem esperar”, acredita - Fonte: (<https://souserac.com/>).