@Brazilmor

Prático, seguro e sem taxas?

O WhatsApp iniciou há algumas semanas os pagamentos e transferências via WhatsApp Pay. Quais as oportunidades, facilidades e riscos das cobranças pela plataforma?

TEXTO DE **BARTIRA BETINI**

@Brazilmor

© DIVULGAÇÃO / F360°

"Muitas lojas que dependem de cartão de crédito precisam antecipar os valores, e esse processo tem um custo muito alto. Com o WhatsApp Pay, o dinheiro vai entrar sem descontos"

HENRIQUE CARBONEL, CEO DA F360°, EMPRESA QUE OFERECE SOLUÇÕES DE GESTÃO PARA O *BACK OFFICE* DOS CLIENTES

© ADRIANOSNER.COM / SHUTTERSTOCK.COM

Desde as primeiras restrições impostas ao comércio, em março do ano passado, muitas lojas físicas fecharam e o *e-commerce* ganhou 13 milhões de novos compradores, de acordo com pesquisa da Ebit/Nielsen. Antes de 2020, a penetração das empresas no comércio eletrônico era de apenas 6%. Isso significa que 94% não utilizavam um meio digital sequer para vender seus produtos e serviços.

Com a pandemia, o cenário é outro. O *e-commerce* ganhou espaço e as vendas por *marketplaces*, especificamente, cresceram mais de 52%, superando os R$73 bilhões de faturamento. Hoje elas representam 84% do faturamento total das vendas on-line, ainda de acordo com a consultoria.

Como um grande *shopping* virtual, com diversas marcas e opções de produto dos mais variados segmentos, os *marketplaces* parecem perfeitos para todo tipo de negócio. E realmente são. Mas é preciso planejamento na hora de escolher o melhor canal para vender seu produto. "Para ter vantagem, o empreendedor precisa avaliar três pontos: tempo, preço e operação. Não adianta fazer parte de uma plataforma digital se isso vai impor um custo adicional que desvitaliza o seu público-alvo, por exemplo", aponta o presidente da Associação Brasileira Online to Offline (ABO2O) e também do Conselho de Comércio Eletrônico da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fecomércio/SP), Vitor Magnani.

Em outros aspectos, as plataformas digitais oferecem o sistema de logística, mas, se o empreendedor já tem o seu próprio sistema, não é necessário fazer parte de uma plataforma. E a operação é divulgar o seu produto. As plataformas digitais já investem em marketing digital para atrair consumidores. Além disso, Magnani diz que é a melhor opção para o empreendedor que deseja digitalizar o seu negócio de forma rápida.

@Brazilmor

© DIVULGAÇÃO/BOTMAKER

"O cliente de hoje quer cada vez mais praticidade e rápida resolução em todos os canais em que prefira ou escolha consumir produtos ou serviços – em ambiente físico ou on-line – por meio de *chats*, telefone, redes sociais e outros"

JULIO ZAGUINI, CEO DA BOTMAKER NO BRASIL

FAÇA PARTE DO TIME

Entrar no *marketplace* não é difícil. A necessidade de aprendizagem para começar a vender on-line é muito baixa, segundo o CEO da Universidade Marketplaces, plataforma especializada em cursos para *e-commerce*, Alexandre Nogueira. "Os *marketplaces* fazem as vendas, entregam a logística, antecipam os repasses. São hoje os maiores facilitadores para as vendas pela internet. Para vender no *marketplace*, o empreendedor não precisa de nada além do seu produto e internet. Existem *marketplaces* para todos os tipos de produto. Não há desculpa para não agir".

Ainda segundo Nogueira, o microempresário interessado em apostar nesse modelo de negócio não deve ter medo de começar. Mas ele alerta: o Brasil tem o maior número de *marketplaces* do mundo e é um erro tentar vender em todos os canais simultaneamente. "Comece pelos três principais: Mercado Livre, Magazine Luiza e B2W Marketplace. Eles possuem mais de 70% do volume das vendas. Opte por canais com logística própria. Esses três possuem etiquetas logísticas e, dessa forma, a cada venda, o empresário receberá a etiqueta pronta para levar aos Correios".

Outra dica importante é começar com pouco. "O empresário não precisará deixar 100% do seu catálogo pronto. Deve ir separando os produtos e cadastrando. Executar é importante. Além disso, estude as regras de repasse. Cada *marketplace* tem um tempo de repasse financeiro e isso é fundamental para entender o impacto de caixa. Como tudo que é novo, estudar auxiliará e diminuirá os erros no caminho" avalia Nogueira.

Também é necessário atentar às embalagens. O cliente terá sete dias para devolver ou cancelar a sua compra, conforme o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Dessa forma, estudar o mercado analisando como concorrentes do mesmo segmento enviam os itens é muito importante. Separar um time é outro ponto de atenção. Como tudo que fazemos na vida, se você dedicar pouca energia ao projeto das vendas on-line, consequentemente venderá muito pouco. Precisará dar atenção às vendas pelos *marketplaces*. Por último, verificar as regras dos canais. Todos eles possuem regras de cancelamento, atraso, reclamações, itens que podem ser comercializados. Entender o que cada canal permite é muito importante.

QUAL SE ENCAIXA NO SEU NEGÓCIO

Na hora de escolher a melhor plataforma, o empreendedor deve pensar em dois aspectos, como conta Magnani. São eles: custos e adaptações necessárias. "*Marketplaces* possuem diferentes pacotes e taxas sobre o valor de venda, por isso é importante que o empresário adapte seus preços considerando o pacote contratado. Tendo isso em mente, em primeiro lugar, o empresário precisa escolher em quais *marketplaces* deseja operar, procurar o que mais se adapta ao seu produto. Os consumidores que visitam cada um deles têm perfis distintos e é preciso analisar bem qual pode ser o de maior interesse para o seu negócio".

Ter uma interface intuitiva, fácil e simples de usar, ainda de acordo com Magnani, é fundamental. Além disso, avalie se eles disponibilizam uma boa variedade de canais para atendimento e suporte. Todo mundo se sente mais seguro quando sabe que terá alguém para ajudá-lo quando surgir um imprevisto.

Outra dica é avaliar as comissões e pesquisar qual plataforma tem o melhor custo-benefício. Em algumas delas, você não paga nada para anunciar, apenas

DIVULGAÇÃO SENAC

"O armazenamento avançado de dados tem diversas camadas de proteção, estabelecidas por diferentes *software* e *hardware*. A proteção com o PIN e a biometria do aparelho proporcionam ainda mais segurança quando o usuário envia dinheiro"

FABIO LUIZ LETTIERI DA COSTA, COORDENADOR DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EAD DE TECNOLOGIA EM DEFESA CIBERNÉTICA E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO DO SENAC

arca com uma taxa quando seu produto é vendido. Fique atento às ferramentas oferecidas por cada uma. Os *marketplaces* tendem a disponibilizar inúmeras soluções que facilitarão a jornada dentro da plataforma. São recursos para criação de anúncios, logísticas, gerenciamento das operações. "Veja qual oferece o que você realmente precisa, verifique se o *marketplace* disponibiliza algum programa de vantagens e se as metas são alcançáveis. De nada adianta uma plataforma propor uma infinidade de benefícios se as margens não forem viáveis para o empreendedor. Pesquise a reputação dos *marketplaces*. Com tantas plataformas focadas nas mais variadas categorias de produtos e serviços, opte por aquela que tem uma boa imagem diante do público", diz o presidente da ABO2O.

DE DOMINGO A DOMINGO

Atualmente as vendas on-line de muitas empresas superam as vendas físicas. Vender on-line significa estar mais próximo de qualquer cliente, em qualquer lugar do Brasil e com as portas da loja abertas 24 horas de domingo a domingo, como destaca o vice-presidente da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), Rodrigo Bandeira.

Esse fator, na opinião dele, acaba beneficiando diretamente o microempreendedor. "O *marketplace* ajuda no impulsionamento das vendas, uma vez que são ambientes com grande circulação de consumidores em potencial, diante dos elevados investimentos em publicidade on-line realizados", afirma. Outro fator é a segurança no processamento do pagamento recebido, que utiliza tecnologia

@Brazilmor

DICAS FUNDAMENTAIS

- Nunca compartilhe o seu código de verificação: o código de seis dígitos enviado ao seu telefone via SMS será pedido caso alguém tente invadir sua conta. O WhatsApp e os emissores nunca irão solicitar esse número.
- Ative a confirmação em duas etapas: com um PIN de seis dígitos que você mesmo define, sua conta ganha uma camada extra de proteção. Para ativar o recurso no aplicativo, vá até configurações > conta > confirmação em duas etapas.
- Deixe sua foto de perfil visível apenas para os seus contatos: assim, você dificulta a criação de uma conta falsa com seu nome e foto. Para ativar essa opção, vá até configurações > conta > privacidade > foto de perfil e selecione "meus contatos".
- Se algum amigo ou familiar lhe pedir dinheiro pelo WhatsApp, ligue para a pessoa antes de fazer qualquer transferência. Com isso, você consegue confirmar a identidade da pessoa e se realmente é ela que precisa do dinheiro. Você também pode denunciar a conta impostora diretamente no WhatsApp. Para fazer isso, abra a conversa com essa pessoa, vá até o menu e selecione "denunciar". Também é importante enviar um e-mail para support@whatsapp.com para informar sobre uma conta que esteja fazendo uso indevido de seu nome e/ou foto.

FONTE: JULIANO MANRIQUE, DIRETOR-EXECUTIVO DE SOLUÇÕES DA VISA DO BRASIL

©DIVULGAÇÃO VISA

O diretor-executivo de Soluções da Visa do Brasil, **JULIANO MANRIQUE,** tranquiliza os consumidores e lojistas dizendo que outras ferramentas que trazem segurança aos pagamentos pelo app são baseadas em inteligência artificial, conforme regras definidas pelas empresas participantes da solução, que permitem detectar e remediar apropriadamente riscos e comportamentos suspeitos.

própria ou terceirizada de ponta. Com isso, a possibilidade de ocorrer fraude realizando uma venda por meio de um canal de *marketplace* é extremamente reduzida.

Rodrigo Bandeira vê mais benefícios do que problemas ao optar por entrar no *marketplace*, mas destaca que um dos pontos de maior atenção deve ser a velocidade de envio das mercadorias compradas, assim como a comprovação correta de entregas quando ocorrem. "Outro ponto importante é a correta precificação dos produtos colocados à venda, considerando o percentual de comissão do *marketplace* e todos os descontos, como os impostos. Nunca esquecendo que o fluxo financeiro da sua loja estará submetido ao fluxo de pagamento de um terceiro, no caso o *marketplace*", ressalta.

Para a CEO da Smarkets, Mônica Granzo, entender os custos de adesão, taxas de venda e indicadores de atendimento ao cliente também são pontos que merecem atenção na hora de começar a vender on-line em plataformas de terceiros. "Entre as possíveis vantagens estão o aumento da abrangência e possivelmente das vendas. O *marketplace* alavanca as demandas e oferece maior visibilidade dos produtos e serviços. Além disso, conforme se ganha experiência de uso, o empreendedor adota processos mais eficientes e melhores práticas. Mas é preciso dedicar esforço ao processo, não basta catalogar produtos e serviços e ficar esperando", afirma.

TODOS CONECTADOS

Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), mais de 130 milhões de brasileiros têm acesso à internet hoje. São potenciais compradores que todo empresário deveria considerar, como aponta Vitor Magnani. "Estar on-line representa a possibilidade de conquistar novos clientes pelo Brasil inteiro, diminuir os custos de operações, além da grande visibilidade que a marca terá. Em virtude das medidas de distanciamento social, as empresas tiveram de se digitalizar em um curto espaço de tempo. A maioria não estava preparada para promover as adaptações necessárias no negócio e conseguir crescer no digital. O uso da tecnologia é o mais simples. Difícil é mudar a forma de comunicação com o cliente, atualizar o estoque, revisar os preços dos produtos e estabelecer uma boa logística na entrega".

Fundadora da marca Buy My Dress, Carolina Esteve considera imprescindível estar presente no digital. "Acreditamos muito na experiência do consumidor, por isso focamos nosso investimento em nosso site para que fosse o mais prático e fácil de usar, tanto para nossas clientes compradoras quanto clientes vendedoras. Queremos criar uma comunidade de mulheres com o mesmo interesse de compartilhar vestidos que não usam mais. Por isso, desenvolvemos o nosso site no formato de lojinhas, no qual os usuários podem seguir perfis semelhantes ao seus. Nós também desenvolvemos um processo fácil e prático de devolução com o valor sendo 100% reembolsado para a cliente, caso ela receba a peça e não goste. Prezamos, acima de tudo, um bom atendimento", conclui. GON

@Brazilmor

FIQUE DE OLHO

CUIDADO COM FRAUDES

O coordenador da área de Direito Digital e Compliance do Martinelli Advogados em Santa Catarina, Filipe Ribeiro Duarte, explica que o aumento do número de fraudes e tentativas de clonagem de celulares liga o alerta para o WhatsApp Pay. O Facebook já informou algumas medidas importantes na mitigação desses riscos, como a criação de uma senha (PIN) para confirmar a operação, uso de biometria para autorizar transações e, caso o aplicativo seja instalado em outro dispositivo, reiniciará as informações financeiras salvas no aplicativo.

"Os principais riscos estarão ligados à pessoa que utilizar, pois ela precisará ficar atenta aos golpes de engenharia social. Certamente haverá aumento de ataques, envio de *links* falsos cujo único intuito é obter informações da pessoa para aplicar algum golpe. É necessário ter um pouco mais de atenção a esses *links* e informações pedidas em redes sociais em geral. Outra preocupação é a privacidade e proteção dos dados pessoais. Isto é, o WhatsApp acessará ou usará os dados de compra para indicar e realizar publicidades, por exemplo? A princípio a empresa informou que não, mas é necessário acompanhar os próximos passos", explica o advogado.