

Experiência do consumidor afeta geração de riqueza de startups

Não há como negar que, nos últimos anos, a palavra "startup" foi destaque nos mais diversos mercados, bolsa de valores e em qualquer assunto relacionado ao mundo corporativo

Para se ter uma ideia, de acordo com a Associação Brasileira de Startups, de 2015 até 2019, o número de startups criadas saltou de uma média de 4.100 para 12.700, representando um aumento de 207%. Em contrapartida, o site layoffsbrasil, criado para recolocação de profissionais de tecnologia, divulgou o registro de mais de 3 mil demissões do setor em 2022 no Brasil, estando as startups entre as principais.

Essa retração pode ter várias explicações, mas para Marco Oliveira, especialista em gestão estratégica de negócio com foco em Go-To-Market (GTM) e sócio-fundador da O4B, a falta de recursos direcionados para o público correto é o que tem causado grande impacto, e isso acontece porque tanto startups quanto outras empresas precisam criar um processo sistêmico, principalmente no que diz respeito à experiência do consumidor.



É preciso colocar meu produto ou serviço no lugar certo e para o cliente certo.

"Se eu, como empresário, não avalio a experiência do meu cliente, não tenho isso de forma estruturada com indicadores, com metodologia, é certeza que vou perder dinheiro. É preciso se perguntar: estou entregando para o cliente certo? O pacote de serviço está gerando uma experiência positiva? O que acontece hoje é que as empresas possuem recursos finitos e, por isso, precisam cuidar dos investimentos, e quando isso não é feito

de forma assertiva, acaba 'corroendo' riqueza", explica Oliveira.

Para o especialista, o cenário político e macroeconômico também afetou, e muito, empresas e startups. Mas, estes efeitos externos podem ser agravados quando não há uma estrutura planejada e assertiva focada na experiência do cliente e o empresário acaba fazendo ações pontuais que gastam dinheiro e não geram riqueza.

Por outro lado, ainda terá que lidar com um cliente insatisfeito, que terá lembranças de uma experiência ruim e, consequentemente, prejudicará a marca. "São nessas situações que a empresa registra a perda de market share, da rentabilidade e de valor de marca", afirma.

"Quando o cliente começa a enxergar mais valor no meu nível de serviço, meu NPS tende a melhorar, consequentemente a minha receita vai melhorar. Em alguns clientes que implantamos a metodologia GTM, o NPS teve melhoria de 5 a 10% no indicador.

O que quero explicar e comprovar é que, não adianta investir dinheiro sem um modelo de negócio estruturado, é preciso colocar meu produto ou serviço no lugar certo e para o cliente certo. Preciso ter certeza de quem quero atingir e com a melhor experiência possível", finaliza o consultor. - Fonte e mais informações: (<https://openfor-business.org/>).

Marketplaces de crédito e a inteligência de dados no Open Finance

Lorain Pazzetto (*)

O Open Finance já é uma realidade e movimenta o mercado desde a sua implementação

A expectativa é que ao longo deste ano seus resultados sejam ainda mais sentidos, como a maior competitividade entre as instituições financeiras, que terão acesso aos dados dos usuários e poderão oferecer serviços e produtos mais personalizados, tarifas mais baixas e uma relação crédito/PIB maior.

Mais de 5 milhões de brasileiros já deram consentimento para o compartilhamento de seus dados, segundo o Banco Central. Espera-se que esse número aumente, na medida em que o Open Finance amadureça no país. Quanto mais as pessoas entenderem seus benefícios, será natural que se sintam mais seguras em relação à abertura dessas informações.

E um dos grandes benefícios prometidos pelo novo sistema financeiro é tornar o crédito mais acessível. Recentemente, algumas regras foram atualizadas pelo Banco Central e o Open Finance passou a permitir a criação de "marketplaces de crédito", um modelo de negócio que tende a aumentar a competitividade no setor e baratear os empréstimos.

Na prática, correspondentes bancários digitais irão atuar como em um marketplace de roupas, que concentra várias lojas em um único site ou aplicativo. Ou seja, em uma única interface virtual, o consumidor poderá fazer cotações de crédito e financiamento com diferentes empresas, comparar propostas e escolher a mais conveniente

à sua necessidade.

Claro que essas propostas serão mais aderentes ao perfil do cliente se ele autorizar o compartilhamento de seus dados. E diante disso, a notícia é boa: segundo um estudo da consultoria Accenture, 6 em cada 10 consumidores no mundo estão dispostos a dividir dados pessoais em troca de benefícios. Esses consumidores já entendem que terão produtos e serviços mais personalizados e convenientes em troca desse consentimento.

Nessa primeira fase, o empréstimo pessoal ainda será sem consignação e sem garantia, mas acredito que o marketplace de crédito, como modelo de negócio, será ampliado ao longo do tempo, para incorporar cada vez mais produtos. E desde já, os consumidores podem usufruir de mais transparência nas contratações, facilidade na comparação de propostas e personalização, além das taxas mais baixas.

Por tudo isso, gosto de reforçar a importância da inteligência de dados para uma atuação bem-sucedida dentro desse modelo. Aliás, isso não serve apenas para atuar com marketplaces de crédito, mas para toda a jornada de adesão ao Open Finance. Vencerá quem calibrar melhor sua inteligência de dados, obtendo vantagem competitiva em suas taxas, análises de risco mais apuradas e até mesmo ampliando o público-alvo, com ofertas inclusive para negativados.

Não tenho dúvida de que a inteligência de dados será o grande diferencial e irá definir quem será evidenciado neste mercado.

(*) - É Head do Open Finance no Grupo FCamara (www.fcama.com.br).

Preocupações com segurança da nuvem impulsionam soluções de dados offline

Vicente Pinheiro (*)

A migração para a nuvem, como uma das colunas da transformação digital, segue sua marcha alcançando índices de crescimento constantes a cada mês.

Apesar disso, os incidentes de segurança relatados com frequência nos últimos meses estão gerando imagens que levam à incerteza quanto à confiabilidade destes ambientes. Na busca por identificar formas para manter o ritmo da jornada rumo à transformação digital, muitas empresas estão identificando no horizonte a possibilidade de utilizar soluções como a indexação de dados e a criptografia.

Isso amplia a possibilidade de avanço para corporações que não podem, por motivos de compliance ou de regulação, ou não querem ir para a nuvem por opção estratégica.

Uma pesquisa recente publicada pelo Uptime Institute, entidade reconhecida globalmente pela criação e administração do Padrão de Nível de Topologia e Sustentabilidade Operacional, por suas Certificações e pelas análises de Gerenciamento e Operações de Data Center, detectou que apenas um em cada sete gerentes

de TI (14%) consideram o ambiente cloud resiliente o suficiente para executar todas as suas cargas de trabalho.

Além disso, a mesma proporção diz que a nuvem não é resiliente o suficiente para executar nenhuma de suas cargas de trabalho. Outros 32% dizem que a nuvem só é resiliente o suficiente para executar algumas de suas cargas de trabalho.

Apesar de toda a efervescência em torno das discussões sobre a adoção de nuvens, também existe procura por oportunidades de uso estratégico de ambientes físicos protegidos.

Se por um lado a eliminação dos data centers internos traz vantagens como a redução de custos e a agilidade para expansão de uso, por outro lado, algumas organizações ainda preferem ser cautelosas com dados de determinados processos críticos, principalmente quando o tema vazamento de dados permanece em evidência.

Desta forma, é natural que muitos tomadores de decisão de grandes corporações neste momento estejam avaliando com muita atenção a possibilidade de otimizar seu processo legado ao invés de partir para uma mudança radical de infraestrutura.

Neste sentido, a busca é por soluções que combinem elementos de compactação e indexação de dados visando oferecer a economia de espaço necessária para grandes corporações.

Este tipo de solução permite o armazenamento de arquivos de áudio, vídeo, imagens, PDFs e documentos com redução do volume por meio da compressão de dados de até 97% com acesso em tempo real, gerando uma grande economia de recursos com storage e agilidade de acesso aos arquivos, que muitas vezes necessitam ser recuperados rapidamente.

É óbvio que a computação em nuvem permanecerá por muito tempo em sua posição de protagonismo no ambiente institucional por todos os benefícios que ela agregou às metas de crescimento exponencial do mundo corporativo.

Ainda assim, nada impede que outras soluções se desenvolvam e estejam à disposição quer seja por uma simples decisão estratégica quer seja para servir para clarear a situação caso as nuvens se tornem cinzentas por ação dos fraudadores.

(*) - É diretor de engenharia da Stone Age.

EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

#tenhacicatrizes

ESG, "pero no mucho".

Alessandro Saade (*)

Sempre defendi o livre mercado e a iniciativa dos empreendedores, que geram emprego, riqueza e solucionam problemas. Também sempre apoiei projetos sociais que fomentassem o protagonismo dos participantes na solução de problemas sociais.

A FORÇA DA SOCIEDADE CIVIL

Acredito fortemente que a **sociedade civil tem mais força e agilidade que o poder público** no direcionamento e implementação das soluções tão necessárias na busca de igualdade, de equidade.

E desde que assumi a Superintendência Executiva do **ESPRO** - uma instituição filantrópica e sem fins lucrativos, que atende a três políticas públicas de forma multifacetada - vim calibrando a minha visão sobre o segmento, sua gestão e sustentabilidade financeira e buscando uma forma de usar minha visão do ambiente e dos interlocutores para melhorar o nosso resultado e engajar mais as empresas nesta causa tão nobre e urgentemente necessária.

Logo, foi natural, mas revelador, **tratar cada iniciativa social como um produto,**

que resolve uma dor de uma determinada parcela da sociedade e que algumas empresas teriam interesse em patrocinar esta transformação.

Me achei um gênio por um breve intervalo de tempo, até conversar com outros gestores do terceiro setor e receber o tiro de misericórdia do **Michael Porter, em seu TED de 2013!** Nele, o professor traz uma reflexão sobre tratar causas sociais como produtos que resolvem problemas, dores, das pessoas e das empresas, tornando-se assim economicamente interessantes para patrocinadores e doadores.

Se o apoio financeiro a determinada causa social produz alguma contrapartida da qual a empresa possa se apropriar, ela passa a considerar isso como uma opção sólida de investimento.

Pena que a premissa é mais teórica que prática. Na vida real, a grande maioria das empresas que defendem ou possuem políticas internas ESG ainda medem o investimento pela saída do recurso e não pelo seu impacto social. Triste, mas verdadeiro.

Não adianta gastar mais no anúncio de divulgação do que no próprio projeto social. Não faz sentido cumprir a cota da política pública da inserção do jovem no mundo do trabalho e não dar condições para que ele se desenvolva.

Ou ainda, não perceber que ele tem um grande potencial, mas chega na empresa com alguns gaps pela deficiência do ensino e suas limitadas condições de acesso.

Não tome minha fala como desanimada ou derrotada. O que quero é provocar em você o mesmo desconforto e indignação que sinto todos os dias, da cadeira onde sento no Espro, ao me deparar com situações como essas.

Mas temos boas iniciativas. E empresas comprometidas. Muitas. Inclusive já escrevi sobre isso em outro momento.

PACTO GLOBAL DA ONU

Fechando o cenário, a seção brasileira do Pacto Global da ONU, lançou há dois meses, na B3 uma iniciativa para avanços mais concretos no país no que diz respeito à sustentabilidade. O programa, chamado de "Ambição 2030", provoca as companhias brasileiras, listadas em bolsa ou não, a abraçarem e implementarem ações ligadas aos ODS, da ONU.

O programa busca impactar sete diferentes pilares: equidade de gênero, de raça, dignidade salarial, saúde mental, acesso à água, e medidas de transparência e anticorrupção. Também criarão um fórum especial composto por diretores financeiros de empresas, colocando no



Alessandro Saade

centro do controle financeiro das empresas a discussão ESG.

E você e sua empresa? Vão ficar só olhando?

(*) É Fundador dos Empreendedores Compulsivos, é também executivo, autor, professor, palestrante e mentor. Possui mais de 30 anos de experiência atuando com grandes empresas e startups brasileiras, tornando-se referência no universo do empreendedorismo no Brasil. Formado em Administração pela UUV-ES, com MBA em Marketing pela ESPM e mestrado em Comunicação e Mercados pela Cásper Libero, especializou-se em Empreendedorismo pela Babson College e em Inovação por Berkeley. Atualmente é Superintendente Executivo do ESPRO, instituição sem fins lucrativos que há 40 anos oferece aos jovens brasileiros a formação para inserção no Mundo do Trabalho.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/B805-A2F0-4BA1-ADBB> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: B805-A2F0-4BA1-ADBB



Hash do Documento

D8006BAB432B8F301D9B9DEF77105CF73853C58DE8F5128DCAB944DC489E82B4

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 24/08/2022 é(são) :

Jornal Empresas & Negócios Ltda - 008.007.358-11 em 24/08/2022 20:31 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Wed Aug 24 2022 20:31:13 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.4937715 Longitude: -46.7234698 Accuracy: 11.87

IP 177.189.44.17

Hash Evidências:

BAE3CB0735FD352F4F7ADA733960B484B72A6E386BC42D767D523CE1CE029237



LEIA O QR CODE ABAIXO E ACESSE A PUBLICAÇÃO EM NOSSO PORTAL



https://jornalempresasenegocios.com.br/publicidade_legal/ultracargo-logistica-s-a-7/

The logo for 'Empresas & Negócios' features the word 'Empresas' in a dark red serif font, '&' in a smaller grey font, and 'Negócios' in a blue sans-serif font. A blue triangle points down to the left of the ampersand, and a blue triangle points right to the right of the ampersand.

Empresas
& Negócios