

PIX, a modalidade de pagamento instantâneo

Ferramenta reduz custos reais com boletos, cheques, TED e DOC

O PIX chegou para transformar o universo financeiro no Brasil, mudando completamente a percepção de bancos, empresários e consumidores. Entretanto, muita gente ainda não sabe como essa nova ferramenta funciona. Na prática, o PIX permite que o consumidor, empresa e respectivos fornecedores reduzam seus custos reais com boletos, cheques, Transferência Eletrônica Disponível (TED) e Documento de Ordem de Crédito (DOC), além de gerar impacto na redução das tarifas com cartões de crédito e débito. Ou seja, ele chegou para ser uma alternativa alinhada às modalidades de pagamento instantâneo do varejo.

A principal vantagem do PIX é que suas operações poderão ser realizadas 24 horas por dia, sete dias na semana, ou seja, todos os dias e horários, “sem limites”, cabendo apenas aos operadores financeiros e clientes definirem limites por questões de segurança.

Para o professor de Empreendedorismo e Inovação do ISAE Escola de Negócios (Curitiba/PR), Rafael de Tarso Schroeder, isso altera completamente as relações de negócio e traz vantagens operacionais para os empresários de diversos setores do varejo. “Com o PIX, as redes varejistas poderão praticamente eliminar etapas, intermediários e, consequentemente, os gastos”, diz.



DIVULGAÇÃO

Operações podem ser feitas em qualquer horário e dia

SEGURANÇA

Para quem está preocupado com a segurança da nova ferramenta, as operações do PIX seguem os mesmos protocolos do Banco Central e demais instituições financeiras, pouca coisa se altera. “Atualmente, o maior risco está sendo quanto ao cadastramento das chaves, pois o vazamento de dados permite que outro indivíduo realize transferências. No entanto, é fundamental ter

definido processos quanto ao alinhamento com o Código de Defesa do Consumidor. Lembrando que o cliente tem até sete dias para desistir de uma compra por telefone ou e-commerce. Se for pago via PIX, a empresa precisa realizar o estorno”, explica.

“Definir as regras e orientar os operadores de caixa pode evitar problemas jurídicos futuros. O ideal é que

MENOS TAXAS

Hoje, para um varejista realizar ou receber pagamentos por meio de uma carteira digital, é necessário um contrato de negociação com os fornecedores de pagamento, como PagSeguro, PicPay ou Mercado Pago, sendo que este processo gera taxas e o cliente acaba dependendo da disponibilidade das opções, bandeiras, etc. Segundo o especialista, ao adotar o PIX, basta que ambas as empresas estejam conectadas ao sistema para que o cliente decida como quer pagar, facilitando o processo de compra. “Existe ainda um cenário futuro de que a loja poderá emitir um QR code com o valor total da compra e o cliente, através do celular, poderá pagar. Basta perguntar a chave PIX ou escanear o QR code. A operação é confirmada praticamente em tempo real”, conta.

a devolução seja imediata. Além disso, acredita-se que o PIX irá estimular a adesão aos sistemas bancários de novos usuários. Isso pode gerar dúvidas, receios e até problemas operacionais. Reforço a importância de criar campanhas internas e preparar as equipes de vendas para atuarem com o novo meio de pagamento”, complementa Schroeder.

PAGAMENTO DE FORNECEDORES

O pagamento de fornecedores também poderá ser agilizado, facilitando a relação e o fluxo de caixa. Schroeder aponta que alguns dos principais benefícios para os empresários supermercadis-

tas serão a redução com os custos operacionais, como taxas, equipamentos e máquinas para crescimento da operação e do negócio; melhor gestão do fluxo de caixa, já que ao receber dire-

tamente do comprador há redução na dependência de crédito para capital de giro; e redução de tempo em relação a integração com novos meios e provedores de serviços financeiros, oferecendo

um número maior de opções de pagamento para o cliente. O PIX ainda não substitui o cartão de crédito, mas o próprio Banco central aponta que, em breve, terá a opção de PIX agendado.

**COLUNA DA
ABLAC**



Presença na Zero Grau

Lojistas de todo o País participam da Zero Grau, em Gramado, na próxima semana, com o objetivo de conhecer e adquirir os lançamentos de calçados e acessórios para o alto-verão 2020/2021. Trata-se da primeira experiência presencial do setor em plena pande-

mia, que deve servir de referência para as demais feiras previstas para 2021. Para o varejo, o contato direto com a indústria é sempre o mais adequado para negociações e pedidos, que neste momento precisam obedecer a uma série de protocolos de saúde.

Hora de se adequar à LGPD

O varejo, assim como outros setores que trabalham diretamente com os consumidores e utilizam dados pessoais para desenvolver as suas atividades, precisa adequar-se à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), em vigor desde 18 de setembro, e cumprir rigorosamente todas as suas determinações.

Isso significa garantir que a coleta, o armazenamento e o uso de dados estejam protegidos, por sistemas e pessoas, contra o uso inadequado e, especialmente, o vazamento, o que, se ocorrer, pode acarretar sanções administrativas e ações judiciais.

Ação típica do varejo, o envio de informações sobre promoções aos consumidores, seja por e-mail ou whats, pode continuar, mas deve-se ter o cuidado de não revelar qualquer dado que possa identificar outros destinatários, o que caracterizaria vazamento. Além disso, as lojas devem utilizar sistemas de proteção e protocolos rígidos de acesso aos dados por parte dos funcionários.

Ações para as empresas

A advogada Izabela Lehn, do comitê Jurídico da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha/RS (ACI-NH/CB/EV), destaca ações que as empresas podem fazer para se adequar à LGPD, confira:

1 - Crie um comitê multidisciplinar, integrado por um representante de cada setor, para encarregar-se do processo de implementação. Defina um responsável por coordenar as atividades do comitê.

2 - Faça um raio-x do uso interno de dados, para identificar quem coleta, onde são armazenados e com quem são compartilhados. Verifique que riscos existem na coleta, no uso e no compartilhamento de dados e adote medidas para eliminá-los.

3 - Saiba que dados são coletados/usados e limite ao mínimo necessário. Adote medidas que assegurem a proteção de dados pessoais. Revise contratos de trabalho.

4 - Crie um código de ética e um manual de segurança e proteção de dados. Crie uma cultura de proteção de dados. Por fim, eleja um encarregado de dados.

*Conteúdo publicado nesta coluna é de responsabilidade da assessoria de comunicação da Ablac – milton@gbmcomunicacao.com.br