

### Adquirentes podem acompanhar o negócio de ponta a ponta em centro de monitoramento da Insert Payments



A Insert Payments, empresa do grupo New Space especializada em soluções para o setor de meios de pagamento, criou há três anos um centro de competências capaz de monitorar toda a atividade de uma credenciadora. Da venda da solução ao desempenho das transações, cada etapa do negócio é gerenciada para manter a eficiência e a sustentabilidade da adquirente. “Nosso objetivo é fazer com que o cliente mantenha o foco em seu negócio enquanto o Insert Payments cuida dos processos e serviços que compõem o ecossistema dos meios de pagamento”, diz o **diretor da Insert Payments, Eduardo Camasmie**.

Segundo o **presidente do Grupo New Space, Emilio Cominato**, hoje as empresas precisam estar atentas ao mercado e as tendências para enfrentar a concorrência, que em algum momento irá arrefecer e só restarão as marcas competitivas. “Na maioria das coisas há uma acomodação e a acomodação virá. Quando digo acomodação, me refiro a essa explosão de fintechs. Muitas vão sobrar pelo caminho”, acredita o executivo.

A seguir, confira entrevista com **Eduardo Camasmie** sobre o centro de monitoramento da Insert Payments:

**A ideia** - “A Insert Payments está em operação há três anos. Em 2016, muitas fintechs estavam surgindo, novas credenciadoras chegando ao mercado (recebendo certificações da Visa e da Mastercard) e muitos subadquirentes nascendo – na época, eram cerca de 400 e hoje temos cerca de 800. Olhamos para esse cenário e decidimos oferecer serviço para esse mercado.”



**A demanda** - “Os dois grandes pecados dos meios eletrônicos de pagamento são: primeiro, não autorizar - o cliente inserir o cartão no POS e não fazer a transação - isso é terrível para o adquirente. O que o comerciante vai fazer? Puxar o terminal da outra operadora. O segundo pecado é não pagar. Você faz a transação e não paga o seu estabelecimento no dia seguinte. Se você autorizou e depois não pagou, terá um problemão.”

**A oferta** - “Em um negócio de adquirência é muito importante saber se as transações estão sendo aprovadas, negadas, processadas em tempo adequado. Os parâmetros trazem muita informação sobre a saúde daquele negócio de autorizações. Nós criamos uma série de indicadores, dashboards cheio de informações, ferramentas em um serviço 24/7, que funciona como um centro de comando. Acrescentamos algumas coisas além do transacional. Temos esteiras de credenciamento, que implica em acompanhar quantas propostas entraram, quantas foram formalizadas, quantas tiveram consulta no birô, e tudo isso em tempo real. Precisamos de informações que sejam atualizadas com uma frequência mínima, do contrário, não faz sentido. Vira um BI [Business Intelligence]. Os dashboards são inteligentes e a gente parametriza lineares de atuação. Por exemplo, se o índice de negativo adequado for de 4% para determinada empresa, nós configuramos aqueles 4%. Quando esse indicador é ultrapassado, se dispara um alerta, que pode ser visual ou sonoro, um tíquete no sistema de servicedesk, um vídeo e-mail, enfim, qualquer tipo de ação.”

**O centro de monitoramento** - “Investimos em equipamentos, ferramentas, profissionais, em treinamento para implantar o centro de monitoramento. É um investimento muito grande para uma startup; com uma despesa mensal que pode chegar a R\$ 150 mil, dependendo do tamanho da unidade; e que pode não gerar receita em cima disso ou muito baixa - que não paga 1% do negócio. Diante disto, montamos o centro de monitoramento compartilhado, que reduz esse tíquete médio de R\$ 150 mil/mês para um que varia entre R\$ 30 mil/mês e R\$ 40 mil/mês, dependendo do tamanho da empresa”.

**O que é possível monitorar?** - “O cliente escolhe o que a Insert Payments monitora. É possível monitorar área comercial [metas e desempenho], fornecedores. Na área comercial é possível checar quantos formulários de credenciamento estão sendo introduzidos no sistema. Pagamento, Credenciamento, Logística, Produção (rotinas que rodam na madrugada), Portal de Clientes Estamos monitorando tudo isso para que, quando um cliente for usar, tudo esteja funcionando. Trabalhamos para garantir que o serviço do nosso cliente esteja funcionando quando o cliente dele for usar”.



**Monitoração de Rotinas** - “Monitoramos malhas de rotinas, inclusive as que são executadas na madrugada. Por exemplo, o adquirente tem que enviar todos os arquivos à CIP para que ela processe e faça todos os pagamentos no dia seguinte. Se acontece algum problema, a gente consegue detectar isso e avisar o analista responsável para que tome uma ação imediata, durante a madrugada mesmo. E quando chega a manhã seguinte, nosso cliente faz o pagamento normalmente”.

**Monitoração de operações logísticas** - “Você faz todo um credenciamento, tem um estabelecimento afiliado a esse credenciador. Você precisa enviar a solução de captura, de pagamento para aquela loja, um POS, um PinPad, e isso normalmente é feito por um parceiro de logística. Quando você manda o pedido para a logística tem toda uma esteira lá dentro até que o terminal seja entregue e instalado no estabelecimento comercial. A gente monitora essa esteira toda também: a entrada do pedido, se há o terminal no estoque, aloca aquele terminal, carrega ele com a aplicação, coloca as máscaras de identidade visual, montagem do kit (manual, chip da operadora, etc.) - tudo isso é uma esteira também. Se por exemplo, faltar o terminal, vamos perceber e soltar o alerta e vai buscar a pessoa responsável para corrigir aquilo”.

**Monitoração de acordos** - “Monitoramos acordos também. O cliente do nosso cliente disse que vai oferecer um montante de transações, em um tíquete médio tal, e vai entregar tantas lojas da rede que ele tem. Colocamos tudo isso na ferramenta e começamos a monitorar. Por exemplo, se esse varejista se comprometer a colocar 50 lojas em uma semana (10 lojas por dia), nós configuramos isso na ferramenta e começo a acompanhar. Se, no primeiro dia, ele não instalou as 10 lojas, no segundo dia fez o mesmo, a gente gera um alerta, um comunicado para o cliente, avisando que o cliente não está cumprindo com o acordo fechado. Quando uma credenciadora negocia com um grande varejista, por exemplo, ela oferece uma taxa de crédito de 2%, débito de 1%, mas em contrapartida quer um volume transacional, financeiro, tíquete médio, para que esse preço se sustente. É muito comum um adquirente novo não monitorar isso. Quando ele vai olhar de novo para aquele acordo, muitas vezes tem uma surpresa. Aquele mesmo grande varejista também negociou depois com outro adquirente e, ao invés de 2%, ele ofereceu 1,9% e 0,95% e levou o cliente embora.”



**Os problemas mais frequentes** - “Normalmente os problemas estão ligados a processos internos do adquirente ou dentro de um fornecedor. No credenciamento, por exemplo, formalização é algo que trava muito o processo. Você recebe a documentação digital e depois a documentação física, é preciso confrontar as informações, a assinatura do cliente tem que constar no formulário de afiliação, mas a pessoa não é localizada para assinar... Algumas coisas que eram para acontecer em um dia leva 15 dias para acontecer. Esse é um problemão: quando você credencia e não consegue instalar. Provavelmente, aquele que você credenciou vai pular para o concorrente. Aquele custo que você teve para adquirir aquele cliente é todo perdido”.

**Monitoração de contas digitais** - “Esse mercado de adquirência não vai morrer tão rápido. Existe a transição para o pagamento instantâneo e as contas digitais. Outro movimento que estamos fazendo é de agregar ao monitoramento de negócios a parte de monitoramento de segurança. Esse também é um assunto da pauta. Com esses novos sistemas de contas digitais, quais são os crimes que vão aparecer nesse novo cenário?”

### **Com a monitoração, as empresas conseguem ter alguns apontamentos?**

“Sim. Por exemplo, temos um cliente que trabalha muito com cartões private label. E o PL tem um crédito menor, mais controlado, normalmente tem tarja. Com a monitoração, percebemos que o índice de aprovação desses cartões é muito mais alto no começo do mês; a partir da segunda metade do mês ele vai caindo. Pouco limite. Passamos essa informação ao cliente, que tem a oportunidade de dar mais crédito.”



### **Saiba Mais**

Com mais de 30 anos de mercado, o grupo New Space atua na gestão de serviços de crédito, RH, cartões, segurança cibernética, além de possuir um centro de competência operacional e a sala-cofre mais segura da América Latina. A empresa possui cinco unidades de negócios:

- **NS BPO Digital Services** – Serviços e soluções digitais para front end de negócios, sistemas de apoio e controles operacionais;
- **NS Prevention** – Inteligência cibernética especializada em prevenção a fraudes pela internet e perícia forense;
- **Insert Payments** – Centro de competência operacional e business analytics para o mercado de meios de pagamento;
- **NS Tecnologia** – consultoria especializada em downsize, integração de ambientes/protocolos e soluções em alta plataforma;
- **NS Cloud Services** – destinada a ofertas de serviços de migração, gerenciamento e otimização de ambientes de Nuvem.