**Com crescimento de 150% em dois anos, fintech boletobancario.com amplia serviços e vira Juno**

*Startup curitibana mostra que cada vez mais as fintechs estão revolucionando o mercado financeiro*

Em tempos de inovação, saber se reinventar é uma arte. E quem garante isso é o mercado e, principalmente os consumidores. Para se ter ideia, uma pesquisa realizada pela ESPM-RS e o Jornal do Comércio mostrou que, quando o assunto é operação bancária, 49,5% das pessoas prefere realizar operações via aplicativo. E, foi pensando nisso que o BoletoBancario.com, plataforma que garantia exclusivamente a geração de boletos sem burocracia e sem excesso de taxas, expandiu seus serviços, tornando-se uma solução completa em pagamentos.

A virada foi justamente para atender pequenos e microempresários, que não tinham suas demandas atendidas por grandes instituições financeiras. Para isso, a fintech optou pela mudança de nome, e agora, a Juno passa a ofertar soluções diversificadas de cobranças online. Ou seja, além da emissão de boletos, oferece diversas outras operações, sempre com taxas diferenciadas e sem as burocracias que atrapalham a vida de pequenas e médias empresas.

E a fórmula vem dando certo. Prova disso é o crescimento que a plataforma atingiu em apenas dois anos. De 7.500 clientes em 2017, a Juno passou a contar com uma cartela de clientes ativos na faixa de 19 mil, e, com a expansão na oferta de serviços, a previsão é que o crescimento atinja 50% somente no primeiro semestre de 2019.

“Há vários aspectos que nos ajudaram a impulsionar o crescimento da Juno. Acredito que todos estão relacionados ao resultado do trabalho de uma equipe maravilhosa que foi forjada por nossa cultura de colaboração. Nossa essência é pensar em pessoas! Isso inclui nossos parceiros, clientes e funcionários. Nossos números são a prova de que investir em pessoas é o caminho a ser seguido”, garante Matheus Bernert, CEO da Juno.

Para se ter uma ideia, entre os serviços oferecidos atualmente pela Juno estão não somente a emissão de cobranças online por boletos bancários, mas também com cartões de crédito e débito, transferência de valores via conta virtual, além de facilidades como o envio de mensagens para que os clientes se lembrem de pagar suas cobranças e um relatório de pagamentos feitos. “Temos três principais funcionalidades financeiras principais hoje: cobrança por boletos, cobrança por cartão de crédito e pagamento de contas. Atreladas a elas temos diversas outras funcionalidades de automatização que formam nossa proposta de valor e diferencial. Citando algumas delas: envio automatizado por email, whatsapp, confirmação de leitura, split de pagamentos, lembrete de vencimento, registro em tempo real, confirmação de pagamento de hora em hora, antifraude, relatórios e filtros”, conta Bernert.

**Nova marca, novas possibilidades**

O novo posicionamento da startup tem como premissa principal trazer soluções rápidas e eficientes para seus clientes, que terão na fintech mais que uma solução única, mas sim um conjunto de operações que poderão garantir uma gestão mais eficiente dos recursos. “Os usuários da nossa plataforma antiga Boleto Fácil já foram convidados para experimentar a Juno. A Juno possui uma interface completamente nova, mais automatizada, intuitiva e simples de usar. Não pretendemos descontinuar o Boleto Fácil já que vários clientes já estão bem acostumados a usar a plataforma, mas todas as novas funcionalidades serão lançadas diretamente na nova plataforma da Juno de forma a torná-la cada vez mais atrativa para nossos atuais clientes”, explica Bernert.

A escolha do nome não foi difícil. Inspirado na deusa romana esposa de Júpiter, Juno era considerada a protetora dos recursos do tesouro e deusa da moeda e da prosperidade. “Era necessário um nome mais novo e mais amplo, a marca antiga também não representava nossa modernidade e simplicidade. Juno foi a escolha de um nome fácil, possível de ser internacionalizado, com domínio fácil de digitar e encontrar e com uma história intimamente ligada à criação de moedas em Roma”, diz ele.

**Queridinha entre os colaboradores**

O tratamento exclusivo e diferenciado, no entanto, não é dispensado apenas entre os clientes da Juno. Os colaboradores da empresa – junos como preferem ser chamados – têm no ambiente de trabalho o que de mais moderno existe na gestão de pessoas. Com mesa de ping-pong, cozinha, puffs, happy hour mensal, sala para descanso, não é difícil encontrar pessoas trabalhando só de meias, com seus cachorros e, é claro, sem a exigência de cumprir um horário rigoroso, desde que cumpram suas metas.

Tudo isso explica a empresa estar entre as 3 empresas melhor avaliadas pelo Love Mondays em 2018, site que recebe e premia as melhores empresas para se trabalhar considerando a avaliação anônima de colaboradores. Com uma pontuação de 4.96 (a nota máxima é 5), a Juno reforça a importância de valorizar talentos e proporcionar um ambiente saudável. “Fazemos regularmente ações que envolvem a melhoria no ambiente de trabalho, além de valorizar a questão da diversidade e da liberdade individual, o que garante que o ambiente de trabalho seja bem estimulante”, garante Rafaele Medeiros, coordenadora de marketing da Juno.

**Queridinha entre o público**

Além de figurar entre as três empresas mais amadas de se trabalhar, a Juno conseguiu uma proeza que não é muito fácil em tempos de internet e redes sociais, quando o público tem uma maior liberdade de realizar reclamações das empresas. Em seis meses, a fintech conseguiu atingir a nota 9.3 no site Reclame Aqui, e ainda, recentemente, conquistou o selo RA1000, criado com o objetivo de destacar as empresas que possuem excelentes índices de atendimento no reclame Aqui.

“Mudamos muito nosso posicionamento no último ano, com uma comunicação específica para nosso público alvo, mais informal, direta e efetiva. Melhoramos também nossos processos internos, para que conseguíssemos entregar uma solução em pagamentos para qualquer pessoa e qualquer negócio, sem burocracia, sem entraves e sem barreiras. Essa inovação se refletiu em nossos produtos, o público percebeu isso e hoje temos muito orgulho em uma *loved brand*”, diz Rafaele.

**Sobre a Juno**

Só quem precisa emitir boleto bancário pelo banco sabe a dor de cabeça que isso pode se tornar. Emite boleto, paga taxa, cliente esquece de pagar, paga taxa de novo para uma nova emissão, e assim as empresas acabam presas a um serviço que normalmente está associado a um banco, uma carteira de cobrança e todas as taxas e burocracias que esse processo envolve. E foi assim, com a ideia de facilitar esse tipo de serviço que a Juno nasceu.

E já nasceu para ser grande. Com o nome inicial de Boleto Bancário, a startup tinha, em 2015, apenas 3 funcionários. Hoje, são cerca de 100 funcionários e a cartela de clientes é impressionante. São mais de 340 mil clientes cadastrados e, somente em 2018, a fintech faturou mais de R$ 16 milhões. E o diferencial é simples. Sem taxas extras e sem burocracia. Na Juno qualquer empresa ou até mesmo pessoa física pode realizar cobranças online com boleto ou cartão de crédito.

A ideia surgiu durante a universidade, quando, despretensiosamente, Eduardo Simioni fez um projeto de inovação de pagamentos com tecnologia utilizada pelas redes. O projeto acabou sendo indicado pelo programa Promessas Endeavor e começou a ganhar mercado. Após um período dedicado a outros projetos, Simioni passou a se dedicar à empresa e, com a entrada do CEO Matheus Bernet para tocar a operação, o BoletoBancario.com foi ganhando corpo e, principalmente, mercado.