

The background of the entire page is a dark teal color. In the upper half, there is a faint, semi-transparent financial chart. The chart features a green bar chart at the top, followed by a line graph with a green trend line. Various numerical values are scattered across the chart, including '259.48', '+0.45%', 'EFG 129.18', and '341.78'. In the lower half, a hand is shown holding a smartphone horizontally. The phone's screen is dark, and the hand is positioned as if it's about to interact with the device.

digital **money** inform

CENÁRIO DO NOVO ECOSSISTEMA FINANCEIRO DIGITAL

Pix e open banking abrem novas frentes de negócios para as teles

As operadoras de telefonia esperam transformar créditos pré-pagos em uma carteira digital, além de participarem como iniciador de pagamentos nas novas plataformas.

O boom do BaaS

Com o crescimento de infraestruturas tecnológicas Banking as a Service, qualquer empresa pode oferecer serviços financeiros com marca própria.

APRESENTAÇÃO

O quarto caderno do e-book Digital Money Inform completa a edição especial sobre a revolução vivenciada no mercado financeiro brasileiro. Nas quatro publicações que compõem o e-book, detalhamos o meio de pagamento instantâneo que tem a proposta de promover a inclusão de milhões de brasileiros no sistema financeiro, além de abrir novas oportunidades de negócio para empresas financeiras e não financeiras.

Neste quarto caderno, o Digital Money traz a aposta das operadoras de telecom que viram na oferta de serviços financeiros possibilidades atraentes para novos negócios.

As tendências para 2021 da inteligência artificial que suporta toda essa revolução digital e o conceito de omnicanalidade são tratados em reportagem sobre a tecnologia SAS.

O E-book Digital Money Inform é distribuído para uma ampla relação de stakeholders do mercado financeiro, reguladores, empresas de inovação, aceleradores, e empresas de tecnologia e informação.

Aproveite a leitura!

Equipe Tele.Síntese

3

OPERADORAS APOSTAM NO PIX

Novas possibilidades de negócios se abrem para as operadoras de telefonia com o novo sistema de pagamento instantâneo. Muitas delas já estão integradas ao Pix.

22

TECNOLOGIA QUE GARANTE A REVOLUÇÃO DIGITAL

As plataformas de orquestração da jornada do cliente permitem às empresas uma nova visão baseada em tecnologia de inteligência artificial, aprendizado de máquina e análise preditiva.

28

VISA ESTÁ OTIMISTA COM O MERCADO

Em entrevista ao Digital Money Inform, o VP de novos negócios da Visa comemora o aumento do e-commerce, o funcionamento do Pix e a bancarização de uma parcela significativa de brasileiros.

35

BAAS É SOLUÇÃO PARA FINTECHS E STARTUPS

São plataformas que permitem que empresas construam soluções digitais sem precisarem ser uma instituição de pagamento regulada pelo Banco Central.

EXPEDIENTE
momento
EDITORIAL

Editora-Executiva

Miriam Aquino

Edição

Cândida Bittencourt

Reportagem

Vera Franco

Edição de Arte

Rael Lamarques

Imagens/Ilustrações

Freepik | Banco de imagens das empresas entrevistadas

Publicidade

Zélia Maria

ZMC Representações

F.: (61) 99986.2467

zelia@zmcrepresentacoes.com

Web e Suporte de Rede

Ricardo Oliveira

Administrativo

Adriana Rodrigues

Distribuição

Camila Carvalho

O E-book Digital Money Inform é uma publicação da Momento Editorial.

O conteúdo pode ser reproduzido, mediante autorização. Jornalista Responsável Miriam Aquino (DRT 3746-DF) Rua da Consolação, 222, conj. 311 São Paulo, SP CEP 01301-000 Tel. + 55 11 3124.7444 momento@momentoeditorial.com.br.

OPERADORAS DE
TELEFONIA BUSCAM

NOVOS NEGÓCIOS COM O PIX

Com os serviços de telecom tornando-se cada vez mais comoditizados, a oferta de serviços financeiros torna-se a grande aposta das operadoras.

Por Vera Franco

O sistema de pagamento instantâneo, Pix, chega ao mercado com a promessa de reduzir custos e melhorar a experiência do consumidor com serviços bancários. A expectativa é a bancarização de cerca de 30 milhões de brasileiros. Além dos bancos, as instituições não financeiras que detêm uma grande carteira de clientes, como operadoras de telefonia, concessionárias de energia e redes varejistas serão agentes dessa inclusão. Muitas delas já estão integradas ao Pix com oferta de contas, incluindo o pagamento como parte da prestação dos serviços.

As empresas de telecomunicações, as telcos, esperam com a nova plataforma de pagamentos do Banco Central transformar créditos pré-pagos em uma carteira digital, além de gerar uma significativa economia com a simplificação de pagamentos de faturas e recargas ao participarem do Pix como recebedoras. Estima-se que o setor de telefonia gaste hoje cerca de R\$ 1 bilhão por ano com recolhimento dos boletos e comissões para parceiros, isso sem contar o consumo de papel e outros recursos.

“

Não basta integrar seu sistema com o do banco para receber pagamento na sua conta. Há todo o provisionamento de serviço e isso implica investimentos elevados.

”

Maurício Santos

Diretor de produtos e serviços financeiros da Claro



Além de atuar com sua conta digital no Pix, a Claro investiu pesado para operar como recebedora de pagamentos e faturas na nova plataforma. O QR Code do Pix já está disponível em sua fatura. “Não basta integrar seu sistema com o do banco para receber pagamento na sua conta. Há todo o provisionamento de serviço e isso implica investimentos elevados nos sistemas legados para que o pagamento de uma fatura em atraso seja reconhecido instantaneamente, e não mais em dois ou três dias, como de costume”, afirma Maurício Santos, diretor de produtos e serviços financeiros da Claro. Com o Pix em operação, a tesouraria da Claro, que operava de segunda a sexta das 9h às 18h, passa a funcionar no período 24x7x365.

Interoperabilidade

O novo sistema de pagamento instantâneo do Banco Central reforça a importância da interoperabilidade entre os serviços financeiros, contas digitais e wallets. Maurício Santos lembra que, no passado, os serviços de telefonia móvel SMS não foram adiante para o mercado financeiro por não serem interoperáveis.

Com os serviços de telecom tornando-se cada vez mais comoditizados, a oferta de serviços financeiros é a grande aposta das operadoras: Claro Pay, Vivo Money, TIM firmou parceria com C6 Bank e a Oi com a fintech Conta Zap. A TIM até cogitou a possibilidade de as teles se unirem em uma carteira digital conjunta para serviços pré-pagos.



Ao associar a marca TIM ao seu negócio, o C6 Bank deu um salto: saiu de 2 milhões de contas abertas, em junho deste ano, para 3 milhões, em setembro.

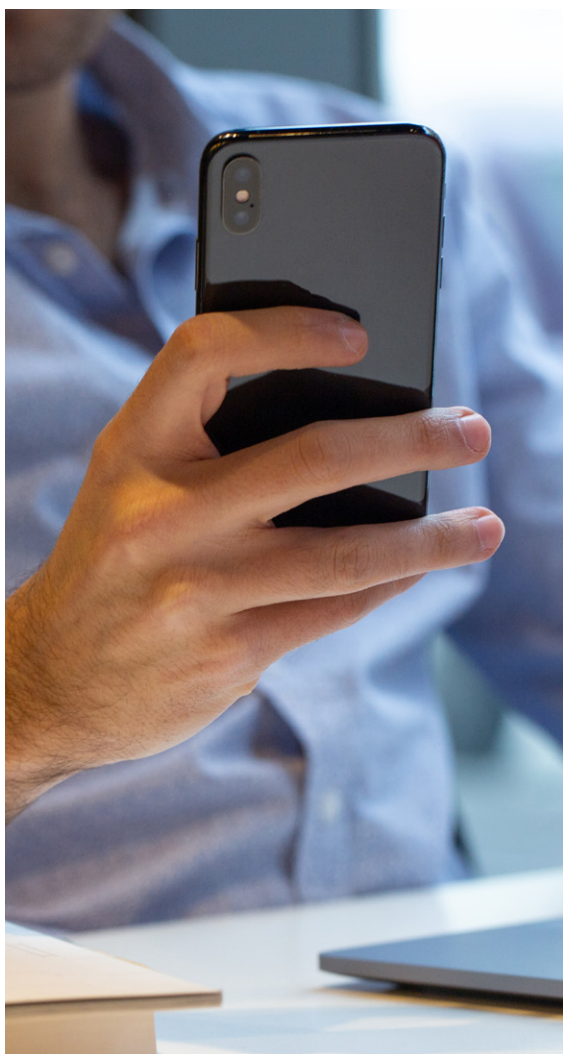
A Oi deverá lançar até o final do mês, em parceria com a fintech Conta Zap, a plataforma digital para operações financeiras via aplicativo de mensagem. Além do serviço de concessão de crédito para os usuários, previsto para entrar em operação no início de 2021, a plataforma traz as mesmas funcionalidades disponíveis na Conta Zap, primeira conta digital anunciada pelo Whatsapp e Facebook, mas ainda não liberada pelo Banco Central. O usuário não precisa apresentar comprovante de renda para abrir uma conta

e poderá realizar pagamentos de fatura, boletos recargas de celular e ainda solicitar cartões de crédito pré-pago, que também poderão ser ativados ou bloqueados diretamente via mensagens.

O serviço de crédito pessoal, Vivo Money, lançado em outubro, é estratégico e reforça o posicionamento da Vivo de se tornar um “hub de serviços digitais”, segundo Sandro Sinhorigno, diretor de Vivo Money. Voltado para os planos pós-pago e Controle, os clientes podem contratar crédito de até R\$ 30 mil, de forma digital, com segurança, rapidez e sem burocracia. A taxa de juros do Vivo Money começa em 1,99% ao mês, baseada na análise do perfil de crédito do cliente, que é informado via SMS sobre a aprovação. Basta acessar o site e concluir a contratação do crédito pessoal.

Parcerias estratégicas

O que credencia as operadoras de telefonia móvel para atuar na revolução do sistema financeiro é a forma de lidar com uma base de mais de 200 milhões de clientes, capilaridade e pontos de vendas espalhados por todo o país. Ao associar a marca TIM ao seu negócio, o C6 Bank deu um salto: saiu de 2 milhões de contas abertas, em junho deste ano, para 3 milhões, em setembro. Isso se refletiu também no share da TIM sobre o total de recargas de pré-pago feitas pelo app do C6 Bank: 55%, no terceiro trimestre.



O serviço de transferência via SMS do C6 Bank permite ao usuário repassar dinheiro para qualquer outro banco digitando apenas o número do telefone celular da pessoa que deseja enviar a quantia. O beneficiário resgata o dinheiro, após digitar seus dados. Com a funcionalidade exclusiva, o cliente faz a transferência instantânea para a conta do cliente C6 Kick TIM, sem custo adicional e necessidade de o beneficiário preencher seus dados cadastrais.

Com a missão de levar serviço móvel e acesso à internet para o público de baixa renda, em mais de 5 mil municípios onde atua, a MVNO Surf Telecom investe nas parcerias com os provedores de internet regionais (ISPs) para ampliar sua base. Fechou contrato com mais de 50 ISPs, espalhados por 16 estados do país, que passaram a oferecer serviços de telefonia móvel em plataformas White Label e cashback diferenciado. A empresa promove acesso fixo-móvel (FWA), em Paraisópolis (SP), com uma rede pronta para a tecnologia 5G e planeja participar do leilão da Anatel em 2021, segundo Yon Moreira, CEO da Surf Telecom ■■■



CLARO PAY

JÁ NASCE INTEGRADO AO PIX



Parceiro do Banco Inbursa, do mesmo grupo controlador da operadora, o Claro Pay tem a vantagem de poder ativar novos clientes móveis já com contas de pagamento associadas para pagamentos instantâneos.

O aplicativo de conta bancária digital da Claro, Claro Pay, funciona por meio de um app para Android e iOS e permite ao usuário realizar pagamentos presenciais e remotos, fazer transferências, sacar dinheiro e comprar recargas de celular da Claro e de outras operadoras.

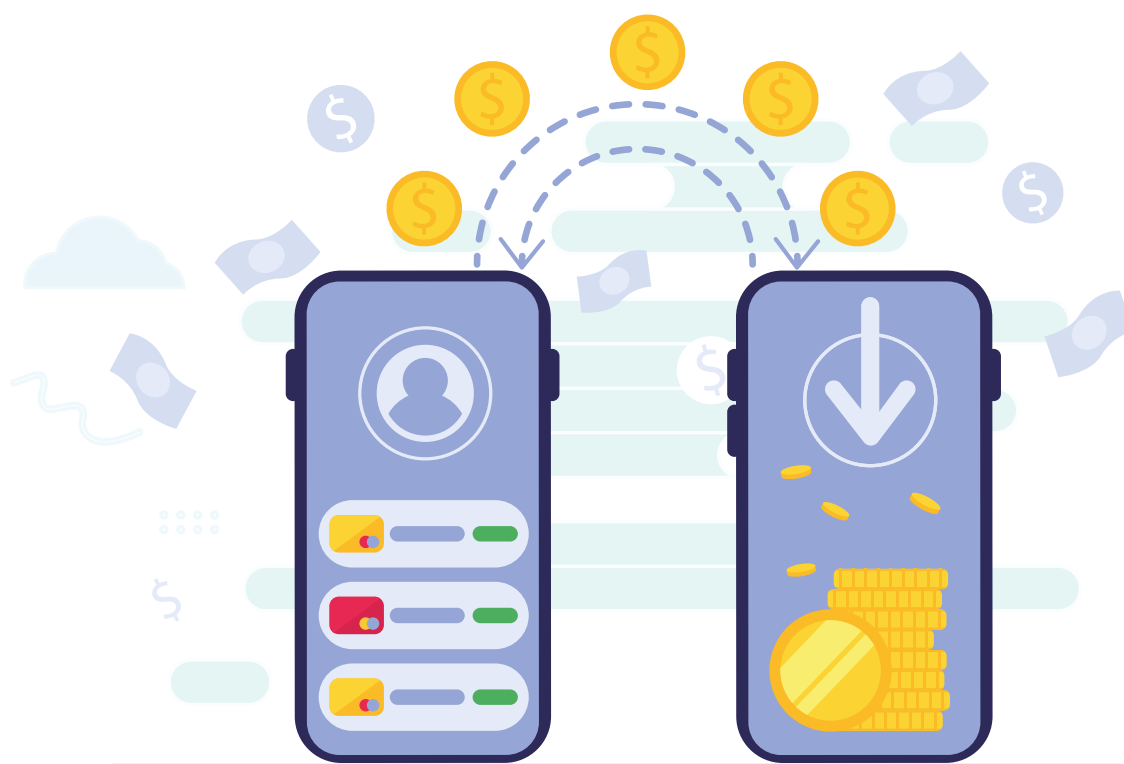
A operadora prevê a entrega de bônus de franquia de 10 GB para clientes que fizerem recargas pelo aplicativo, seguindo os mesmos preceitos estabelecidos pelas demais operadoras com seus parceiros do mercado financeiro. Além disso, espera estabelecer parcerias com outras instituições financeiras, seguradoras e fintechs. A intenção é revender serviços financeiros como seguros, cartão de crédito, empréstimo pessoal, financiamento, investimentos, câmbio, entre outros.

A Claro Pay é uma instituição de pagamentos, em conformidade com as regulações do Banco Central e tem como

parceiro o Banco Inbursa, que já opera com consignado e produtos de crédito para fornecedores e funcionários da Claro. O banco pertence ao mesmo grupo controlador da operadora, América Móvil, do bilionário mexicano Carlos Slim.

O serviço já nasce integrado ao Pix: o Banco Inbursa é uma das 762 instituições financeiras homologadas pelo Banco Central para a prestação do serviço de pagamentos instantâneos. Na plataforma Pix, as telcos contam com a vantagem de poder ativar novos clientes móveis já com contas de pagamento associadas aos seus números telefônicos como chave para pagamentos instantâneos. O Claro Pay está disponível para todas as operadoras e a proposta é focar nos desbancarizados.

“A taxa de conversão com a adesão do Pix e open banking no Brasil são variáveis incertas. É preciso adequar o produto e evoluir para entender as necessidades dos clientes”, diz Maurício Santos, diretor de



No open banking, a Claro participará como iniciador de pagamento, função prevista pelo Banco Central ao permitir que empresas não financeiras realizem pagamentos para o cliente.



produtos e serviços financeiros da Claro. Segundo ele, os grandes bancos, assim como as operadoras, têm problemas e reclamações, porém o NPS das operadoras, métrica de lealdade do cliente, mostra-se superior a do mercado financeiro.

Open banking

No open banking, a Claro participará como iniciador de pagamento, função prevista pelo Banco Central ao permitir que empresas não financeiras realizem pagamentos para o cliente, que seleciona com qual banco e conta deseja fazer a transação. A operadora poderá atuar em três linhas: B2B, via Embratel; na parte

de conectividade dos bancos, investindo na qualidade da rede para aumentar a cobertura em 4,5G e 5G e de banda larga; e transação fim a fim. Já estão definidas soluções para cada pedaço da transação, mas por enquanto o BC só homologou os bancos.

Além da oferta de serviços financeiros, as operadoras disponibilizam estratégias de publicidades, assim como as big techs Google e Facebook. As parcerias da Claro com o Banco Pan, PicPay, Banco Original e BanQi, por exemplo, baseiam-se em soluções para fazer mídia em sua base de clientes, com score e validação de endereço (VF)

TIM E C6 BANK

PARCERIA TRAZ MAIS AGILIDADE À OPERADORA

Clientes que efetuarem pagamento via Pix por meio do aplicativo do C6 Bank recebem um bônus de 4GB no Controle, 5GB no TIM Black e 10GB no TIM Black Família.

O banco completo e sem tarifas traz uma perspectiva de valor que está alinhada à intenção de inovação das empresas de telecomunicações com finanças. A experiência com o C6, por exemplo, antecipou para a TIM a tendência do Pix de facilitar a transferência de recursos sem a necessidade dos dados do recebedor.



“Experiências como essa criam o diferencial, pois agregam algo mais à gestão mais tradicional da TIM”, diz Janilson Bezerra, head de inovação da TIM. A operadora já está desenvolvendo múltiplos cenários internos e adotando modelos mais ágeis, como as startups.

Desde o anúncio da parceria estratégica, em março deste ano, a TIM e o C6 Bank já ofereceram serviços como navegação no aplicativo do banco, sem desconto de franquia, bônus de internet, e cartão de crédito sem anuidade, sujeito à análise de crédito. São mais de 50 milhões de clientes da operadora que podem contar também com internet adicional, ao efetuarem a recarga ou pagamentos via C6 Bank.

“Conversamos com todas as operadoras e também com MVNOs e consideramos a TIM a mais bem posicionada digitalmente e focada em tecnologia. Fechamos a parceria em março e lançamos em agosto o upgrade da oferta”, afirma Maxnaun Gutierrez, head de produtos e pessoa física do C6 Bank. O C6Kick TIM é o serviço de



transferência instantânea de dinheiro pelo aplicativo do banco via celular para clientes, lançado em setembro.

“O Pix vem dentro dessa jornada de transformação. O faturamento e recarga das transações são características típicas da empresa de telecom, mas com essa orientação transversal, a mudança impacta em ERPs, conta a pagar e a receber”, diz Bezerra. Ele olha o Pix como uma ferramenta que pode plugar uma série de oportunidades. “Se o cliente paga, a TIM tem de estar preparada para reconhecer o pagamento de forma instantânea”, afirma.



“

Experiências como essa criam o diferencial, pois agregam algo mais à gestão mais tradicional da TIM.

Janilson Bezerra

Head de inovação da TIM.

”

Transformação no mercado

Os serviços pós-pago e pré-pago têm se posicionado de forma mais protagonista em relação ao mercado. “A experiência do pré-pago já ocorre de forma instantânea como ocorre no Pix, ou seja, aquele determinado valor cai imediatamente na wallet do cliente”, diz. O grande diferencial do pré-pago é a comodidade oferecida ao cliente para fazer a gestão do controle financeiro no dia a dia. Como as jornadas são distintas, a mudança de como se relacionar no sistema financeiro vai acontecer com o pré-pago utilizar o Pix.

Clientes que efetuarem pagamento via Pix por meio do aplicativo do C6 Bank recebem um bônus de 4GB no Controle, 5GB no TIM

Black e 10GB no TIM Black Família. O Pix pode intensificar a já crescente adesão dos clientes à conta online. No terceiro trimestre de 2020, o volume de faturas entregues por canais virtuais — sem impressão de boletos — teve alta de 14,9%. E o número de usuários que pagam as contas por meio digitais também aumentou 15,3%.

O custo de servir

Entre os seis bancos sem agência física lançados entre 2014 a 2019, o C6 Bank foi o que atingiu mais rápido a marca de 1 milhão de clientes, alcançada nos seus primeiros seis meses, segundo estudo Brazil Digital Report 2020 da McKinsey. Para Gutierrez, o maior custo que existe no sistema financeiro é com agências físicas para levar capilaridade a todo país. “Adotamos o conceito de Distribution as a Service, por meio de parcerias com 3 mil pontos de vendas espalhados pelo país e construímos uma força de venda comparável a um banco de grande porte”, afirma.

“

Conversamos com todas as operadoras e também com MVNOs e consideramos a TIM a mais bem posicionada digitalmente e focada em tecnologia. Fechamos a parceria em março e lançamos em agosto o upgrade da oferta.

Maxnaun Gutierrez

Head de produtos e pessoa física do C6 Bank

”



Havia um tipo de segregação no atendimento financeiro que, segundo Gutierrez, a transformação digital tem ajudado a eliminar. Como o banco digital não tem agência física, o custo de servir é eliminado, e o mesmo cartão atende qualquer tipo de renda do cliente. Por meio de APPs e infraestrutura, é possível fazer uma oferta segmentada para todo os perfis de usuários, sem classificação, atendendo até os desbancarizados. “A tese de construção do produto, sem o custo de servir, reduz pela metade a tarifa de transações básicas, 2%, enquanto o mercado cobra 4%”, explica Gutierrez.

O C6 Bank anunciou no início de dezembro uma captação de recursos na sua holding de R\$ 1,3 bilhão. Os recursos serão usados para aumentar o capital do banco, o que está condicionado às aprovações regulatórias aplicáveis. Com mais de 4 milhões de contas abertas, o C6 Bank está presente em 99,7% dos municípios brasileiros. O banco tem cerca de R\$ 5,3 bilhões em ativos totais, e a carteira de crédito para pessoas físicas e jurídicas ultrapassa R\$ 4 bilhões.

Entre os seis bancos sem agência física lançados entre 2014 a 2019, o C6 Bank foi o que atingiu mais rápido a marca de 1 milhão de clientes, alcançada nos seus primeiros seis meses.

O volume transacionado na sua plataforma de pagamentos (o que inclui serviços de adquirência e outras soluções de pagamento para varejistas) atinge R\$ 1,5 bilhão por mês.

Se o cliente é TIM, ganha upgrade que envolve mais gigas, plano internacional e parcelamento de smartphone para pagar conta da TIM no C6 Bank. A parceria é baseada em oferta conjunta, sem integração de produto ■ (VF)





MOVIMENTO SOCIAL É START

PARA PARCERIA ENTRE OI E CONTA ZAP

Além da plataforma digital para aplicações financeiras via Whatsapp, parceira lança serviços de concessão de crédito para usuários, no início de 2021.

O Movimento Zap do Bem, uma ação social realizada por meio de uma plataforma tecnológica desenvolvida pela Oi e a fintech Zap do Bem, ajudou também a acelerar essa parceria. Durante a pandemia, o movimento levou auxílio emergencial de R\$ 200,00 para famílias da Comunidade de Vergel do Lago, em Maceió, Alagoas.

A Conta Zap ajudou a Oi a localizar pessoas de extrema pobreza por meio de mapa de densidade com dados de geolocalização para distribuir recursos. Além disso, a fintech apoiou o governo na distribuição do auxílio emergencial da Caixa Econômica Federal (CEF) em diversas capitais.

“Com o Zap do Bem em parceria com a Oi encontramos os chamados invisíveis. Em Maceió, eram 20 mil pessoas morando em palafitas, vivendo da pesca do sururu e que estavam passando fome,” diz Roberto Marinho Filho, CEO e fundador da Conta Zap. Segundo ele, a Oi pode fazer uma grande transformação social por meio do Oi Zap, que atualmente conta com mais de 200 mil usuários.

O Zap do Bem é uma plataforma simples, intuitiva e de grande alcance, que funciona como uma conta digital. Originalmente, foi desenvolvida de maneira inovadora pela Conta Zap, com base em chatbots (robôs de resposta) e





Com o Zap do Bem em parceria com a Oi encontramos os chamados invisíveis. Em Maceió, eram 20 mil pessoas morando em palafitas, vivendo da pesca do sururu e que estavam passando fome.

Roberto Marinho Filho
CEO e fundador da Conta Zap

”

menus interativos dentro do aplicativo de mensagens WhatsApp. Além de segura, já opera dentro das normas de meios de pagamento do Banco Central, tendo seus recursos inteiramente custodiados pelo Bradesco, que podem ser utilizados para pagar contas, boletos, fazer transferências ou recarregar créditos de celular, tudo pelo Whatsapp.

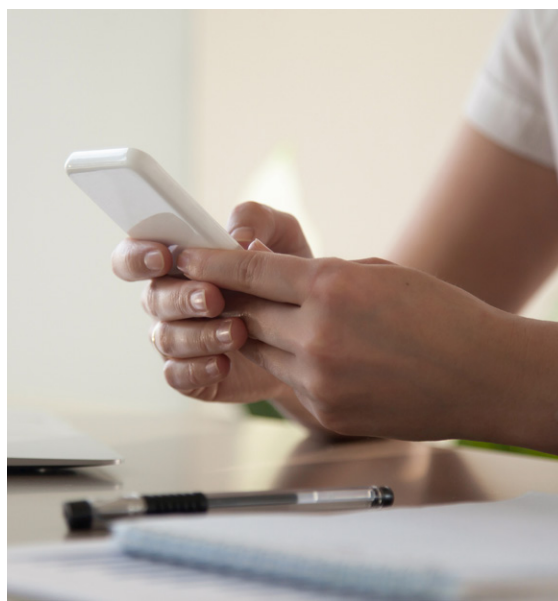
A Oi enxergou o potencial dessa plataforma para utilização no movimento Zap do Bem, e passou a gerenciar junto com a Conta Zap o desenvolvimento de um MVP (Minimum Viable Product) para viabilizar a iniciativa. Os beneficiados recebiam um convite via mensagem, abriam a conta, e mediante elegibilidade tinham acesso ao auxílio diretamente no celular.

Conforme Marinho, as tratativas com as operadoras para a unificação das wallets pré-pagas já estão bem avançadas. “Há muitas iniciativas do pós-pago de alta

renda, mas para trabalhar com o público de baixa renda é fundamental considerar a jornada do cliente e o custo do serviço”, observa. Segundo ele, todos falam em desbancarizados, porém mais de 85% dos celulares do país não têm memória para manusear os apps e cerca de 70% são pré-pagos.

Onboarding diferenciado

“O onboarding na Conta Zap leva menos de dois segundos, enquanto no C6 Bank, cinco segundos”, diz Marinho.



A Oi pode fazer uma grande transformação social por meio do Oi Zap, que atualmente conta com mais de 200 mil usuários.

A partir das informações como nome, CPF, e-mail, o sistema cruza as informações com os dados públicos e sabe onde o cidadão mora. A base desse cliente é enriquecida a partir do uso.

O desafio da Conta Zap agora é o desenvolvimento de uma solução por voz que mantém o dialeto regional de cada localidade. “É chato plugar uma API para fazer isso. É importante que os comandos sejam interpretados por dialetos”, explica. Para isso está sendo realizada uma pesquisa qualitativa por voz para coletar a emoção do entrevistado, usando os recursos da plataforma Watson da IBM, Google e Facebook para fazer a correlação com a voz do atendente. A previsão é de que, até janeiro do próximo ano, a customização da linguagem esteja concluída.

Marinho acredita no WhatsApp como ferramenta mais apropriada para atender usuários de baixa renda com segurança. “O Whatsapp nunca foi raqueado e sequer sofreu golpes de engenharia social, além do que a criptografia do FaceBook é muito segura”, diz. Esse perfil de consumidor costuma usar muito WhatsApp, Facebook e Instagram por não exigirem gastos do pacote de dados. As três principais demandas desse público é recarregar o celular, solicitar cartão de crédito e pré-pago.

Criada há três anos, a Conta Zap opera hoje mais de 850 mil ativos e mais de 1 milhão de cadastros. A fintech já conta com a autorização do Banco Central para operar como uma Instituição de Pagamento (IP). Está integrada ao Pix como participante indireto por meio do Bradesco.

“O modelo de parceria com a Oi tem sido um contraponto com a iniciativa da CEF, que não considero um banco digital, pois ainda opera com mainframe”, diz ■ (VF)





FOCO DA SURF TELECOM

É A POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA

Operadora conta com mais de 2 milhões de chips comercializados. Cerca de 40% dos clientes da Surf vieram de outras operadoras, 40% não tinham celular e 20% são o segundo chip.

Ao promover a transformação digital, o Banco Central exerce papel importante na democratização do crédito. “Não existe inclusão financeira sem o digital e, quanto mais o órgão regulador fomentar a competição, mais rápido ocorrerá a bancarização”, afirma João Bezerra Leite, consultor da Surf Telecom e ex-diretor de tecnologia do Banco Itaú.

Voltada para atender o público de baixa renda, a Surf Telecom, Enabler de operadora móvel (MVNE), tem promovido modelo de negócios com MVNOs e oferecido serviços financeiros com conta digital. Lançou em parceria com o Banco Inter uma MVNO que atende as operações móveis do Magazine Luiza, Correios, Dry Company e os times de futebol, São Paulo e Santos. No arranjo, o Inter vende os planos por meio de seu app, e a Surf opera os serviços em sua rede própria de 15MHz na faixa de 2,5 GHz, frequência adquirida em 2016. Mais de 400 mil clientes fazem recarga pelo aplicativo.

Atualmente, a operadora conta com mais de 2 milhões de chips comercializados. Cerca de 40% dos clientes da Surf vieram de outras operadoras, 40% não tinham celular e 20% são o segundo chip. São oferecidos cartões virtuais de crédito e débito – Surf Pay e Surf Correios Celular conta digital.

“O serviço celular é uma excelente ferramenta de fidelização, pois mantém sempre viva a relação com o cliente. Quanto mais o consumidor compra produtos, mais ganha pacotes de dados”, afirma Alexandre Pieroni, diretor comercial da Surf Telecom. Além da telefonia celular, a operadora oferece banda larga fixa por meio do Fixed Wireless Modem, transporte de voz e serviços financeiros.

Microcrédito sem garantia

As soluções digitais importadas de Israel baseadas em Inteligência Artificial e Analytics, foram determinantes para a



“

O objetivo do grupo Surf é que os serviços financeiros alcancem o mesmo patamar das operações de telecom, nos próximos três anos.

Yon Moreira
CEO da Surf Telecom

”

operadora lançar em agosto último o programa de microcrédito sem garantia para a população de baixa renda, garante Yon Moreira, CEO da Surf Telecom. Além de monitorar as transações e detectar fraudes, permitem traçar um perfil sobre hábitos e consumo do usuário, a partir dos dados de seu deslocamento. Com o cruzamento das informações é possível obter o score de crédito do usuário e avaliar sua capacidade de pagamento.

Para Moreira, o programa de microcrédito vem diversificar o portfólio de serviços e reforçar o foco da operadora em inclusão financeira. Os empréstimos do microcrédito variam de R\$ 200 a R\$ 500 e o pagamento

O serviço celular é uma excelente ferramenta de fidelização, pois mantém sempre viva a relação com o cliente. Quanto mais o consumidor compra produtos, mais ganha pacotes de dados.

das parcelas será incluído na fatura da conta de luz do usuário. O cliente pré-pago com conta digital há mais de dois anos tem direito a crédito de um ano. Os juros não passam de um dígito porque a inadimplência também se mantém em um dígito. Os fundos para a operação são bancados pela própria empresa, mas o plano é que sejam abertos para terceiros no futuro. O objetivo do grupo Surf é que os serviços financeiros alcancem o mesmo patamar das operações de telecom, nos próximos três anos.

Pix

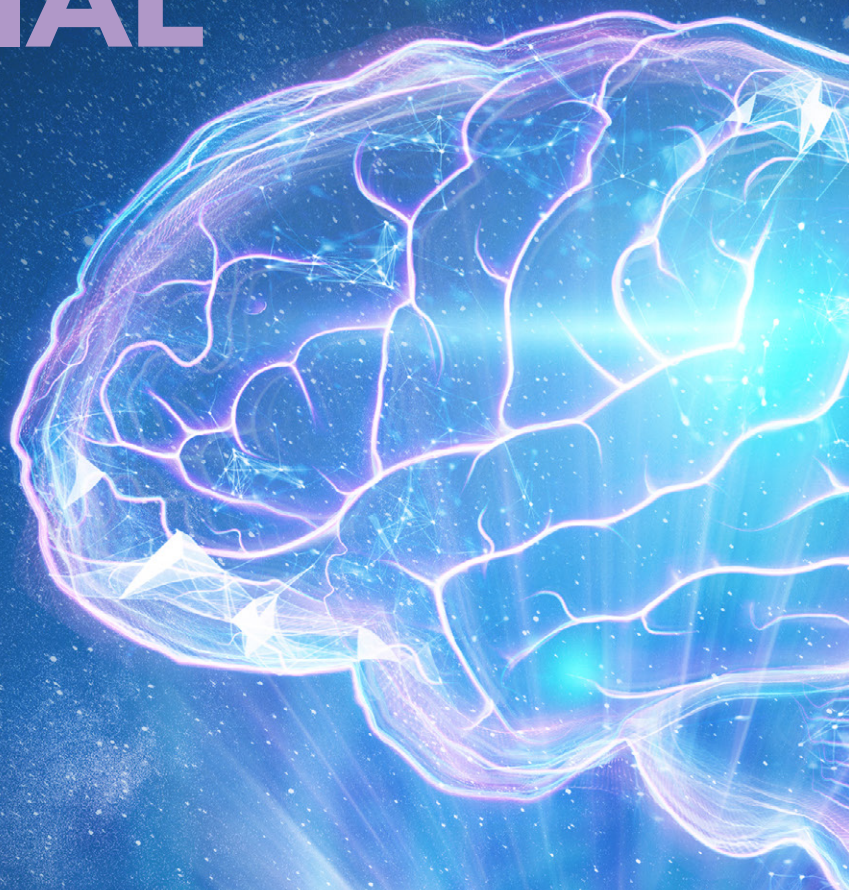
Para Moreira, o Pix é um complemento do Meio de Pagamento 1 (M1), a soma de toda a base monetária - cédulas e moedas em poder do público e em depósito à vista no sistema bancário. Segundo ele, no ano passado, o volume chegou a 300 bilhões de notas de 50 reais, representando um crescimento de 11,7%, em relação a 2018. “Com a pandemia o volume de numerário subiu mais de 20%, chegando a meio trilhão de notinhas. É isso que roda o país. Não tem cartão e nem máquina da TecBan. O Pix diminuiu o M1 para ter controle e vai digitalizando aos poucos”, observa.

Por se tratar de um super investimento em infraestrutura, Bezerra acredita que o Pix deverá apresentar custos, mais cedo ou mais tarde. “No final, é como o parcelado sem juros”, diz. Como toda disrupção é uma oportunidade, os bancos de maior porte na Inglaterra, segundo ele, estão fazendo marketplace de APIs de fintechs ■ (VF)



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

É DECISIVA PARA
OS DESAFIOS
DO MERCADO
FINANCEIRO



O crescimento de
24% do SAS em 2019
no Brasil foi impulsionado
pela demanda dos clientes
por mais soluções de análise
e customer experience.

Por Vera Franco

Com a transformação digital, tratar o cliente como único e proporcionar uma experiência positiva torna-se mandatório para empresas, especialmente as que lidam com uma grande carteira de cliente, como telcos, bancos e varejo.

Essa tendência se potencializa com as plataformas abertas de sistema de pagamento instantâneo, Pix, e o open banking, que concedem ao cliente o poder de decisão sobre seus dados, compras e pagamentos.

Nesse cenário, o conceito de omnicanalidade, estratégia de conteúdo entre canais de contato com

o consumidor, ganha relevância. As plataformas de orquestração da jornada do cliente permitem às empresas uma nova visão baseada em inteligência de dados e decisões centralizadas, que se apoiam em tecnologia de inteligência artificial, aprendizado de máquina e análise preditiva.

Especialistas apostam que o ModelOPs – governança de dados –, IoT, Cloud para ModelOPs, análise preditiva e análise prescritiva e tecnologia de linguagem natural serão as cinco principais tendências da inteligência artificial para 2021.

Por décadas, os cientistas de dados têm usado aprendizado de máquina para apoiar e facilitar os processos analíticos a gerar insights para as corporações. A grande



“

As telcos conseguem redução de custos na interação dos canais de atendimento por enxergarem cada celular como um cliente único. Já a abordagem dos bancos é segmentar o consumidor por linhas de produtos.

Fernanda Benhami

Head de customer intelligence
na América Latina do SAS

”

Produtos de análise para esferas de IoT, customer intelligence, risco e fraudes foram as verticais que geraram mais lucro para a organização, no ano passado.

novidade agora é o uso dessa tecnologia para acelerar processos de dados e agilizar os esforços analíticos. Essas soluções estão presentes em diversos segmentos da instituição financeira, como crédito, cobrança, fraude, compliance entre outros.

A expectativa do Gartner é que o mercado global de aprendizado de máquina e inteligência artificial chegue a US\$ 3,9

trilhões, em 2022. Os números mostram o quanto as empresas tendem a incorporar cada vez mais esses métodos em seus processos analíticos.

“As telcos conseguem redução de custos na interação dos canais de atendimento por enxergarem cada celular como um cliente único. Já a abordagem dos bancos é segmentar o consumidor por linhas de produtos – crédito, seguro, cartão de crédito”, afirma Fernanda Benhami, head de customer intelligence na América Latina do SAS.

Segundo ela, os bancos conseguem observar as preferências do cliente em suas plataformas – o CRM conhece o seu ciclo de vida e recomenda o que faz sentido em cada interação com ele – mas não se apropriam da informação por uma questão de estratégia comercial do negócio, que ainda é focada em quantidade e não qualidade. “Isso precisa ser mudado logo”, adianta.





O grande desafio das instituições bancárias é levar uma experiência positiva para o consumidor. Para Benhami, os bancos têm feito o movimento inverso, criando plataformas de experiência em que oferecem produtos de diversos provedores que o cliente pode comprar com os pontos acumulados em seu programa de fidelidade. “Essa troca promovida pelo banco é muito ampla e traz o usuário para o mundo do varejo”, diz.

Ela destaca o protagonismo de bancos, telcos e educação na demanda de soluções de inteligência artificial embarcada para a prevenção a fraude, segurança cibernética e comunicação omnichannel do SAS. A empresa trabalha com os bancos na implantação de modelos estatísticos e aprendizado de máquina. Foi nomeada líder mundial em análise preditiva multimodal e aprendizado de máquina em 2020 pela consultoria Forrester, empresa de pesquisa.

Décadas de tecnologia

O relatório avaliou as plataformas SAS Visual Data Mining & Machine Learning (VDMML) e SAS Model Manager. O SAS ficou em

primeiro lugar na categoria presença de mercado e recebeu a pontuação mais alta no critério ModelOps. Analisando os recursos da plataforma SAS Viya redesenhada, o relatório também afirma que “o SAS pode inovar mais rápido, oferecer soluções em nuvem e se integrar com serviços externos e ferramentas de código aberto.”

A próxima versão do SAS Viya, que será lançada no próximo ano, foi projetada para ser entregue e atualizada continuamente, permitindo que as organizações tomem decisões mais assertivas e rápidas. Tudo por meio de soluções de analytics avançadas nativas em nuvem e com recursos de inteligência artificial acessíveis para usuários de todos os níveis de conhecimento.

Há mais de 40 anos operando com algoritmos de inteligência artificial e linguagem de máquina, o SAS orquestra a jornada do cliente – desde os dados aos insights e ações – para ajudar a reduzir sua rotatividade, aumentar a rentabilidade e agilizar as operações. O crescimento de 24% do SAS em 2019 no Brasil, sua principal operação latinoamericana, foi impulsionado

A tecnologia SAS não requer que os dados dos consumidores estejam hospedados em seu ambiente, mas no parque tecnológico da empresa que está interagindo com seu cliente.

pela demanda dos clientes por mais soluções de análise e customer experience.

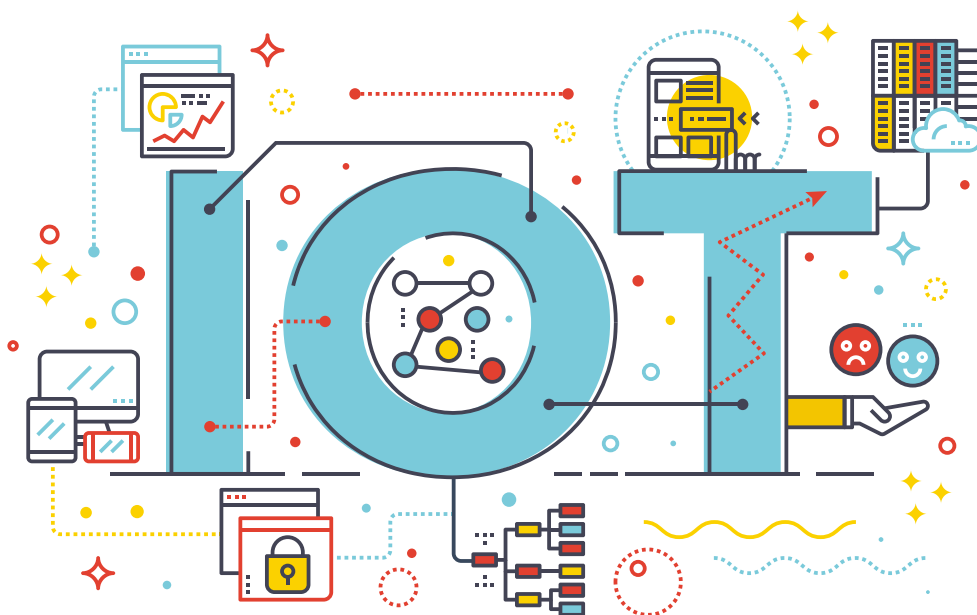
O Brasil responde por 6% da receita global da empresa e 34% América Latina. Produtos de análise para esferas de IoT, customer intelligence, risco e fraudes foram as verticais que geraram mais lucro para a organização, no ano passado. Antes da pandemia, a estimativa de crescimento era de 10% para 2020.

Agilidade telcos

Inteligência artificial e tecnologia de gestão foram consideradas as principais tendências do mercado, segundo pesquisa Global Business Barometer da The Economist Intelligence Unit com o apoio do SAS, realizada com 2.758 executivos de 118 países.

Para Benhami, as operadoras costumam ser mais ágeis e inovadoras na gestão de seus clientes, muito pelo acesso a tecnologia, mas também por serem avaliadas pelo número de usuários ativos em sua carteira. “O cliente tem de pagar pelo serviço e se não está satisfeito, basta trocar o chip. Além disso, quanto mais digitalizado o usuário, menos leal torna-se aos programas de marketing, mesmo assim permanece leal à marca”, diz Benhami.

O principal objetivo da aplicação de técnicas de aprendizado de máquina ao processo de preparação de dados de maneira inovadora é encontrar tesouros escondidos nos dados. Eles podem trazer vantagens competitivas, requisitos de regulamentação, cumprimento e otimização do negócio.



As estratégias de retenção de clientes baseada em descontos, prática de muitas teles, foi avaliada pelo SAS, a partir de estudos analíticos realizados para uma telco, na Inglaterra. A pesquisa mostrou que a operadora teria melhores margens e valor percebido pelo cliente se incrementasse ao plano produtos antigos e não mais lucrativos, mas que oferecessem mais volume e melhores serviços para o usuário que os descontos. “Ao implementar a estratégia de recomendação, a operadora conseguiu aumentar em 30% o que retinha normalmente no processo tradicional de só conceder o desconto”, afirma Benhami.

Novas plataformas

O Pix Paf Pack é a solução SAS desenvolvida especialmente para o Pix. Combina Inteligência Artificial, modelos preditivos e regras de negócio para identificar o risco de fraude de cada transação, antes que seja efetivada.

Baseada em tecnologias de prevenção a fraudes e inteligência analítica, a solução é voltada para bancos, instituições de meios de pagamentos, fintechs e cooperativas de crédito. Entre os benefícios contam o score de fraude acurado, melhor experiência do cliente, menos perdas e redução de riscos para a imagem das instituições.

Para Benhami, o SAS encontra-se em uma posição vantajosa com a chegada das novas plataformas de serviços financeiros. A tecnologia SAS não requer que os dados dos consumidores estejam hospedados em seu ambiente, mas no parque tecnológico da empresa que está interagindo com seu cliente.



Diferentemente do Google, Facebook e da própria Apple, que têm dados do cliente armazenados em suas plataformas, o SAS só provê a tecnologia para clientes fazerem seus estudos e análises. “A grande vantagem é não trazer risco para o consumidor de que seu dado possa ser usado indevidamente”, diz.

O SAS investe no segmento de serviços para impulsionar sua receita nos próximos anos. Para isso, oferece em cloud como modelo híbrido em nuvem privada. Fechou parceria com a Microsoft para rodar soluções Analytics SAS na nuvem. Ao unir as tecnologias é possível migrar soluções e plataformas do SAS para a Microsoft Azure, que passa a ser o provedor da nuvem do SAS. Em parceria, as empresas entregam soluções escaláveis de IoT na nuvem ■ (VF)

VISA SE MOSTRA OTIMISTA COM PIX, 5G E NOVOS NEGÓCIOS

Eduardo Abreu

VP de novos negócios
da Visa Brasil

Por Vera Franco



O aumento exponencial do e-commerce, a entrada em funcionamento do Pix e a consequente bancarização de uma parcela significativa de brasileiros trazem um leque enorme de possibilidades de novos negócios para a indústria de cartões.

Não por acaso, a área de novos negócios da Visa Brasil, criada há dois anos, é a que mais cresce dentro da empresa. Em entrevista exclusiva ao Digital Money Inform, o VP de novos negócios da Visa Brasil, Eduardo Abreu, demonstra otimismo com o mercado e aposta na tecnologia 5G como a próxima onda tecnológica seguida da revolução do smartphone.



Como a Visa se preparou para a chegada do Pix?

Nossa principal aposta são as soluções de segurança, que já existem nas linhas de cartões de crédito e débito da Visa, mas que deverão ganhar um novo impulso com o sistema de pagamentos instantâneos do Banco Central. A ideia é estender as soluções de segurança da Cybersource, empresa de segurança da Visa, para o Pix. Analisamos mais de 260 variáveis diferentes para garantir a integridade da transação com a ajuda de inteligência artificial. As soluções abrangem ofertas para credenciadoras, estabelecimentos e emissores, o que torna possível analisar as transações em tempo real para proteger os participantes do Pix contra fraudes, incluindo uma modalidade de golpe comum no Brasil, o roubo de identidade. No que se refere à transação normal de compra com cartão, não há qualquer tipo de dor a ser resolvida para o cliente que possa ser substituída pelo Pix, além de contar com segurança já estabelecida.

A Visa Brasil tem investido em fintechs e firmado parcerias estratégicas para movimentar o negócio. Quais são os projetos em andamento?

A área de novos negócios foi criada há dois anos na Visa para identificar oportunidades de negócios no mercado brasileiro, que se encontra muito fértil no momento. Atualmente, é a que mais cresce. A área tem apoiado a Visa Brasil em seu posicionamento como uma empresa de tecnologia, e não apenas

O investimento faz parte da estratégia da Visa de abrir seu ecossistema e apoiar novos parceiros que estão ajudando a redefinir e melhorar a experiência de compra para consumidores de todo o mundo.

de cartão. O sucesso dos programas de aceleração da Visa no mundo nos motivou a implementar a solução de fast track no país, permitindo que empresas emitam seus próprios cartões e iniciem suas operações de forma mais rápida. Isso é possível devido à parceria com empresas emissoras de cartão Visa que funcionam como plataformas de processamento tecnológico para varejistas, bancos e outras instituições no Brasil, todas focadas em emitir diferentes tipos de cartão ou digitalização de pagamentos. Um dos benefícios para o mercado é facilitar o acesso às soluções Visa de segurança, transferências instantâneas, pagamentos por aproximação e tokenização, entre outras. Há um ganho de agilidade em todo o processo.

E o investimento e a parceria com a Conductor são voltados para esse projeto?

Com a Conductor construímos um sólido ecossistema para o desenvolvimento de novos produtos e soluções para a indústria de pagamento no país. A parceria inclui o desenvolvimento de soluções centradas no emissor que permite a tokenização de pagamentos em carteiras digitais, além do acesso às APIs da Visa, expansão dos push payments com Visa Direct, maior aceitação de pagamentos digitais

Fechamos uma parceria com a XP, uma das empresas mais inovadoras do segmento financeiro, para oferecer conta digital e o cartão de crédito XP.



entre pequenas e médias empresas, e outras iniciativas. O investimento faz parte da estratégia da Visa de abrir seu ecossistema e apoiar novos parceiros que estão ajudando a redefinir e melhorar a experiência de compra para consumidores de todo o mundo.

A Visa está muito focada na oferta de soluções para as PMEs?

A Visa oferece uma licença principal a um adquirente, que teria que pagar por ela. A validação de crédito pode demorar e ser custoso para fintechs, enquanto as empresas maiores passam mais rápido por esse fluxo. Então, decidimos nos focar em empresas de menor porte com mais apetite por inovação, tecnologia e aceleração. A Agilitas, hub de inovação, coloca um parceiro no ar em 60 dias, sem precisar de muita robustez. A Brasil Pre Pago (BPP), nossa aceleradora, oferece credenciais Visa para as empresas prestarem os serviços. O BPP já está conectado ao Pix e acelera empresas integradas a ele na plataforma. A Dock, braço de infraestrutura da Conductor, oferece esse tipo de serviço, como Banking as a Service (BaaS).

Quais são os benefícios dessa parceria para a Visa?

Além da proximidade com a comunidade fintechs e startups, coloca a Visa em uma posição inovadora na medida que democratizamos junto aos nossos parceiros uma grande quantidade de negócios. Atualmente, são mais de 100 empresas na Dock fazendo carteira digital. Algumas delas serão unicórnios.

Tem muitos clientes do segmento varejista?

O varejo está em alta por lidar com uma base grande de clientes. Porém, a maioria das empresas varejistas já têm parcerias estabelecidas com bancos tradicionais e quando identifica oportunidades já coloca nas mãos do cliente uma carteira digital. Para os clientes desbancarizados,

oferece ferramentas de loyalty cashback. Mas temos de admitir que 40% dos pagamentos no país ainda são feitos em dinheiro. O volume de cheques emitidos decresceu muito. Em contrapartida, com o isolamento potencializou o uso de cartões de crédito e de débito em função da explosão do e-commerce.

Como é o programa de aceleração da Visa?

Nosso programa de aceleração seleciona todos os anos startups e fintechs. Cada empresa participante conta com um padrinho, que é um funcionário da Visa. Ele faz monitoria para ajudar a melhorar o modelo de negócio e apresenta a startup de maneira formal para todos os parceiros da Visa, sendo que algumas empresas fazem imersão em nosso escritório em San Francisco. Já temos 70 startups aceleradas.



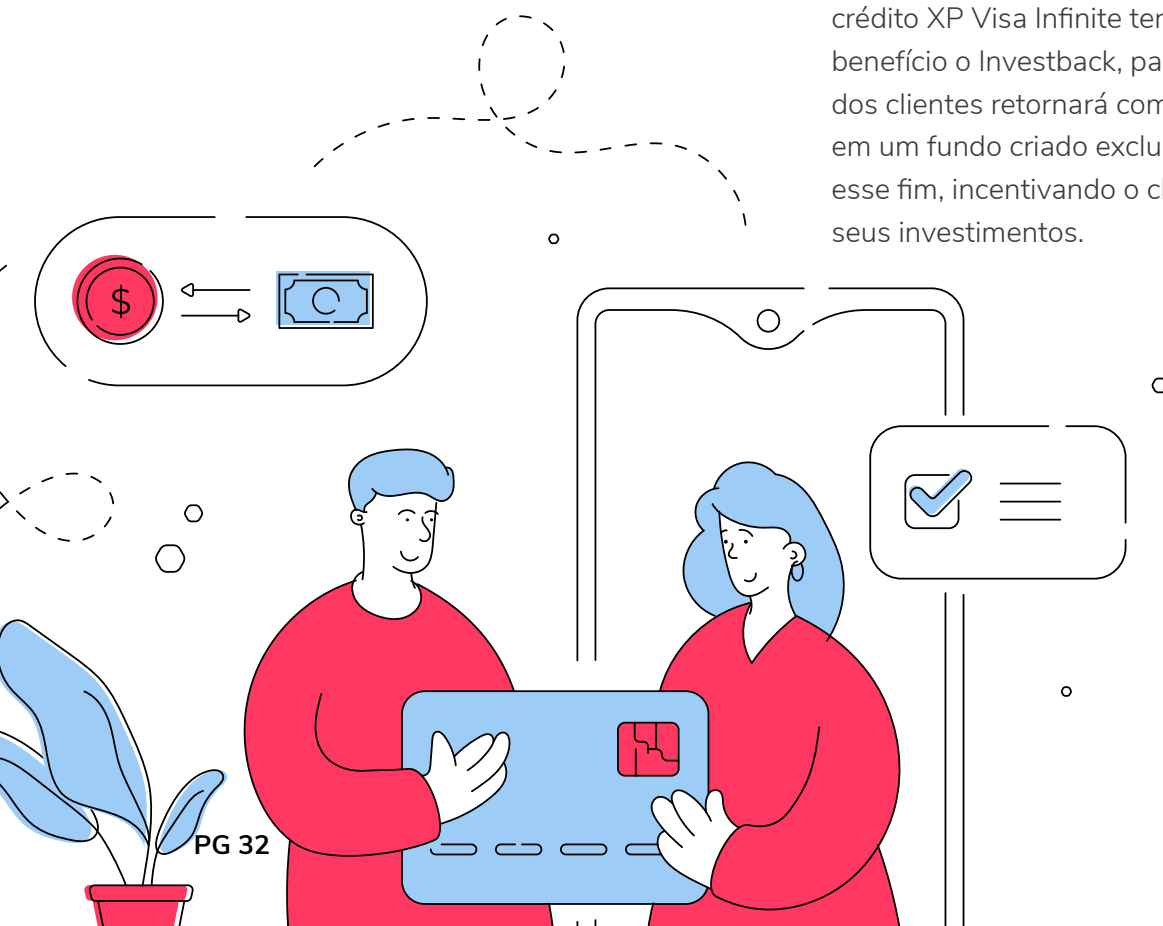
E o cartão Visa exclusivo para restaurantes lançado em parceria com o iFood e MovilePay por meio da plataforma da Zoop?

Essa parceria permite que estabelecimentos long tail (cauda longa), que não estavam acostumados a trabalhar com cartão de crédito e débito, tenham uma conta digital e recebam pagamentos de forma mais rápida. O Visa iFood Facilita, cartão pré-pago para donos de restaurantes cadastrados no iFood, possibilita saques e compras sem mensalidade. Atualmente, já está disponível em mais de 212 mil estabelecimentos. Por ser em parceria com a Visa, os gestores de restaurantes poderão se beneficiar da tecnologia inovadora, segurança e aceitação global da marca. Com a tecnologia de Banking as a Service oferecida pela Zoop, fintech do grupo Movile, qualquer empresa pode criar serviços de conta digital com marca própria para seus clientes.

Esse tipo de solução possibilita também que pequenos e médios varejistas possam oferecer contas digitais para seus funcionários. As empresas de telemarketing, por exemplo, que costumam apresentar um turn over muito alto, poderão criar uma conta digital para seus novos funcionários no momento da contratação. A carteira digital sai imediatamente com o cartão, e já traz creditado os vales transporte e alimentação.

O que a Visa ganha com essa parceria?

Para a Visa o ganho se reflete no volume de transações. Estudamos os modelos de negócio para substituir o numerário por soluções. A área foi criada com o propósito de identificar oportunidades e correr atrás delas. Tanto que hoje já somos mais procurados. Fechamos uma parceria com a XP, uma das empresas mais inovadoras do segmento financeiro, para oferecer conta digital e o cartão de crédito XP. Essa parceria nos credencia de forma disruptiva, pois marca a entrada da XP no segmento de pagamentos digitais. O cartão de crédito XP Visa Infinite terá como principal benefício o Investback, parte dos gastos dos clientes retornará como investimento em um fundo criado exclusivamente para esse fim, incentivando o cliente a aumentar seus investimentos.



Tivemos que desenvolver soluções de link de pagamento por meio do WhatsApp. Criamos soluções para os que não estavam conectados. Nosso foco é ajudar os pequenos e médios comerciantes.

Quais os impactos para a Visa do crescimento do e-commerce durante a pandemia?

O e-commerce cresceu e foi muito acelerado durante a pandemia. Os consumidores gostaram da experiência digital. Nossas pesquisas apontam que 54% dos brasileiros concentraram suas compras de final de ano no e-commerce. Com relação aos estabelecimentos comerciais, 78% dos empreendedores de pequeno e médio portes no país mostraram-se otimistas com as oportunidades de vendas, nos próximos dois meses. Este será o natal do e-commerce e por isso trabalhamos cada vez mais para que essas transações sejam seguras e convenientes. As soluções de segurança são os principais diferenciais da indústria de cartões. As ferramentas tiveram que ser reajustadas para um perfil novo de comportamento de fraude. Isso nos obrigou a olhar autorização por autorização de todos os bancos. Além do chip e senha nas transações presenciais, existem muitas soluções de autenticação no e-commerce

que protegem as transações, como o protocolo 3DS 2.0. As conversões de venda pela internet com o uso dessas ferramentas de segurança e autenticação já atingem cerca de 90%, sem qualquer fraude. Houve também crescimento do cartão não presencial. Tivemos que desenvolver soluções de link de pagamento por meio do WhatsApp. Criamos soluções para os que não estavam conectados. Nosso foco é ajudar os pequenos e médios comerciantes.

Como está o comportamento do consumidor diante das novas tecnologias?

O consumidor está mais maduro com relação ao uso de todas as tecnologias. A tecnologia de contactless cresceu cinco vezes, concentrando 65% das transações no Visa crédito, em junho, com um ticket médio de gastos de R\$ 86. No entanto, nota-se que as transações por débito dobram a cada mês, com um ticket médio de R\$ 46. Isso mostra que os brasileiros de diferentes perfis passam a reconhecer





mais os benefícios dessa tecnologia e incluí-la em seus hábitos de compra. O uso acentuado do pagamento por aproximação ganha mais representatividade do total dos pagamentos eletrônicos, especialmente na região Norte do país. O estado do Amapá se destacou com o uso da inovação, com 161%, seguido do Rio Grande do Norte, 147%, e Tocantins, 144%, segundo pesquisa da Visa Consulting & Analytics.

Qual será o impacto do 5G na indústria?

Qualquer coisa que acelerar a velocidade das transações vai potencializar as tecnologias, como o IoT. A tecnologia 5G será a próxima onda tecnológica seguida da revolução do smartphone.

A quantas anda as negociações da Visa com o Banco Central em relação às soluções de pagamento pelo WhatsApp?

Compartilhamos com o Banco Central todas as informações dessas características das soluções, logo que fomos questionados. Permanecemos no aguardo e à disposição para esclarecimento de quaisquer dúvidas sobre o material apresentado, no início de julho.

O Visa Tap to phone chega com a promessa de mudar a forma como vendedores aceitam pagamento no mundo todo. Quando será lançado no país?

O produto já está disponível em 15 mercados e com lançamento previsto em 2021 nos Estados Unidos e Brasil. A solução aceita pagamento por aproximação usando dispositivo Android com NFC, troca de dados sem fio, sem precisar de outro equipamento. Trata-se de uma solução de baixo custo que transforma a geração atual de smartphones ou tablets Android em terminais de ponto de vendas (POS) baseados em software que os torna aptos a aceitar pagamentos por aproximação sem a necessidade de equipamentos adicionais. São 2 bilhões de dispositivos Android no mundo que poderiam se transformar em máquinas de aceitação de pagamento. É uma solução ideal para micro e pequenos estabelecimentos comerciais. Nossas pesquisas mostram que 63% das PMEs estão propensas a adotar o Tap To Phone em seus negócios ■

PLATAFORMAS BAAS

POSSIBILITAM NOVOS ENTRANTES NO
MERCADO FINANCEIRO

Muitas fintechs e startups passaram a existir porque puderam oferecer seus serviços apoiados nessa infraestrutura tecnológica.

Por Vera Franco



Os avanços regulatórios promovidos pelo Banco Central para aumentar a competitividade no setor financeiro, somado ao barateamento da infraestrutura tecnológica têm contribuído para o crescimento acelerado da oferta de serviços de Banking as a Service.

O BaaS, como é conhecido, chegou ao Brasil há dois anos, por demanda das bandeiras Visa e Mastercard, que estavam com muitos pedidos de licença de empresas para emitir cartão.

Tratam-se de plataformas que permitem empresas de diferentes setores construir suas soluções digitais para seu público de interesse, sem precisar tornar-se formalmente uma instituição de pagamento regulada pelo BC.

Suas soluções vão desde a emissão de cartões, criação e gestão de contas digitais, oferta de soluções de crédito, viabilização de estruturas de pagamentos, incluindo até preparação para o novo sistema de pagamento instantâneo, Pix.

“Essas empresas possibilitam a atuação de novos entrantes no mercado por meio de prestação de soluções de tecnologia e de interface regulatória, sendo um grande atalho e, muitas vezes, a alternativa mais viável considerando custo-benefício para quem quer começar a oferecer serviços financeiros”, diz Bruno Diniz, consultor da Spiralem.

“

Fomos os primeiros a oferecer BaaS no mercado. Muitas empresas usam nossa infraestrutura para prestar serviços de banking, o que consideramos maravilhoso, pois os concorrentes/clientes acabam promovendo o mercado.

”

Ricardo Longo

Diretor de marketing
da Conductor



Em outubro, a fintech levantou U\$ 150 milhões em uma rodada de captação privada liderada pelo Viking Global Investors.

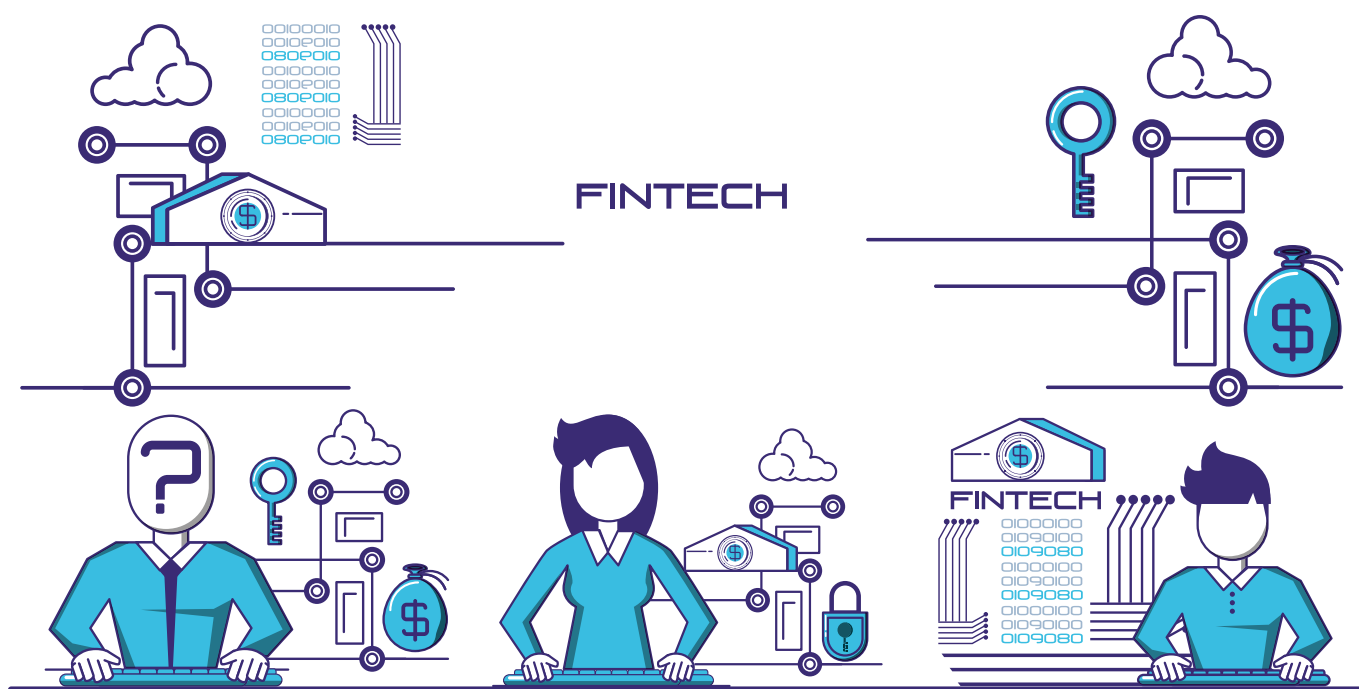
Muitas fintechs e startups passaram a existir porque puderam oferecer seus serviços apoiados nessa infraestrutura, que demanda investimentos elevados, expertise regulatória, técnica, financeira, entre outros. Empresas tradicionais de diferentes setores, como indústria, logística, telecom, adquirentes e até startups unicórnios conseguem captar valor dessas plataformas.

Pioneirismo da Conductor

“Fomos os primeiros a oferecer BaaS no mercado. Muitas empresas usam nossa infraestrutura para prestar

serviços de banking, o que consideramos maravilhoso, pois os concorrentes/clientes acabam promovendo o mercado”, diz Ricardo Longo, diretor de marketing da Conductor.

Há mais de 20 anos atuando como processadora de pagamentos e BaaS, a Conductor posicionou-se bem no mercado por ter aberto sua plataforma de processamento em APIs na nuvem, desde 2016. Há dois anos, criou a Dock, instituição de pagamento que presta serviço de BaaS para instituições financeiras, bancos, fintechs e varejo.



Em outubro, a fintech levantou U\$ 150 milhões em uma rodada de captação privada liderada pelo Viking Global Investors. Os recursos serão usados para acelerar o desenvolvimento de produtos e expandir sua operação na América Latina iniciada neste ano, com negócios no México, Peru, Colômbia, Equador e Argentina. Esta parece ser a última captação privada da empresa antes de realizar uma Oferta Pública (IPO) nos Estados Unidos, seguindo os passos da Stone e da PagSeguro.

O anúncio ocorre em um ano emblemático para a fintech que, além da operação internacional, apresentou crescimento acelerado do BaaS com a Dock e comprou a Muxi, empresa de software. O Goldman Sachs assessorou a Conductor na captação de recursos.

Na operação de BaaS, a Dock oferece licenças, estrutura administrativa, compliance, além de assumir a responsabilidade total pelo processo. O cliente cria sua própria experiência baseada em API's aderente ao seu público de interesse.

“Colocamos o business de banking nas mãos do cliente e cobramos pela tecnologia. Ele é quem decide como vai tocar e monetizar seu produto”, explica. A Dock opera com dois portais de API – negócio e técnico – e não cobra pelo percentual de transação, apenas o fee mensal pelo volume transacionado e set up da solução.

Há dois anos, a fintech atendia mais o varejo, mas com a revolução do setor financeiro aumentaram as demandas por contas digitais e soluções de onboarding.



Com uma plataforma global de transações multimoedas, baseada em APIs, a empresa é responsável por 85 milhões de contas e processa mais de US\$ 20 bilhões em volume de pagamentos.

As informações processadas pela plataforma atendem às solicitações e necessidades dos clientes. Basta liberar o acesso para quem o cliente determinar. Os diferenciais da fintech baseiam-se na maturidade tecnológica e credibilidade da Conductor. A Dock é um participante indireto do Pix e já integrou mais de 100 clientes como Participante Direto e IP.



“

A Zoop exerce um papel fundamental dentro desse modelo BaaS, já que atua como uma plataforma tecnológica para meios de pagamento e serviços financeiros.

”

Rafael Lavezzo

Chief revenue officer (CRO)

Com a Riverwood Capital e a processadora de pagamentos Visa entre seus acionistas, a Conductor tem 30 milhões de usuários ativos e processa 1,5 bilhão de transações ano.

Embora tenha participação na Conductor desde 2018, Longo faz questão de frisar que a Visa não faz qualquer tipo de ingerência na direção da empresa. “Trabalhamos com todas as bandeiras de cartão, mas temos que admitir que a chancela e o aval da maior empresa de pagamento do mundo atestando nosso negócio é promissor”, diz.

A Conductor já gera caixa positivo e não utiliza o dinheiro como meio para alavancar o negócio. Em parceria com a Visa, iniciou o projeto de expansão na América Latina.

Zoop cresce com o Pix

A carioca Zoop espera terminar o ano com 100 mil contas devido a velocidade do fechamento de novos contratos, que se intensificaram com a entrada em operação do Pix. Em setembro, recebeu aporte de R\$ 60 milhões da Movic, dona do iFood, Sympla e MovicPay. Esse foi o terceiro

investimento da Movic, desde 2018. Com a nova injeção de capital, planeja acelerar novas formas de pagamentos digitais, serviços de banking e crédito para clientes. Tudo na nuvem.

Fundada em 2013, a Zoop cresceu quatro vezes o volume total de 2018 e processou mais de R\$ 1,6 bilhão por mês em 2020. Com 560 parceiros na plataforma, atende o iFood e as startups Medicinae Solutions e Avec.



Fundada em 2013, a Zoop cresceu quatro vezes o volume total de 2018 e processou mais de R\$ 1,6 bilhão por mês em 2020.

A Zoop exerce um papel fundamental dentro desse modelo BaaS, já que atua como uma plataforma tecnológica para meios de pagamento e serviços financeiros e habilita empresas de tecnologia para varejo, marketplaces e negócios B2B a se tornarem fintechs, conforme Rafael Lavezzo, chief revenue officer (CRO).



A fintech opera com três verticais de serviço: embeved finance – fintechização de uma empresa não financeira, que passa a ofertar produtos financeiros para a sua base de usuários, adicionando novas linhas de receita, whitelabel BaaS e pagamentos omnichannel – maquininha, frente de caixa, online, boletos e Pix. A Visa é um grande parceiro de negócio do grupo. A recente parceria entre Visa, IFood e Zoop tem como objetivo bancarizar o dono do restaurante oferecendo o acesso ao crédito.

“Com as compras mais instantâneas, haverá impacto no produto assim como no cliente, por isso as soluções de UX serem tão importantes”, diz. Para ele a experiência passa a ter maior relevância e com isso a possibilidade de aumentar a margem. O consumidor passa a não se importar em pagar mais caro por um produto ou serviço mais interessante, contanto que tenha uma boa experiência.

Hub: banco transacional e adquirente

Posicionando-se como uma empresa “one stop shop” de transação bancária, a Hub Fintech opera como o banco transacional do cliente e, também, adquirente. Recebeu autorização do órgão regulador, em julho,

“

As fintechs que não têm tecnologia própria acabam terceirizando para fornecedores que, por falta de experiência em meios de pagamentos, acabam não oferecendo as APIs necessárias.

Alexandre Brito
CEO da Hub Fintech

”



para atuar como Instituição de Pagamento e oferece serviços de BaaS com caráter white label voltado para o mercado B2B2C.

O modelo vertical da Hub Fintech cobre toda a cadeia de meios de pagamentos, com embossing, autorização, processamento, gestão de risco, segurança, atendimento e APIs. Como as ofertas são suportadas por uma arquitetura modular, a fintech é capaz de viabilizar a rápida criação de serviços complementares à conta digital de seus clientes. “Por operarmos com tecnologia proprietária, somos capazes de colocar o serviço no ar em apenas 45 dias”, afirma Alexandre Brito, CEO da Hub Fintech.

Controlada pelo Sforza, gestora de investimentos do empresário Carlos Wizard Martins, conhecido pela escola de inglês, a fintech aumentou em dez vezes sua capacidade de processamento de 2019, investindo R\$ 150 milhões em sua operação. A Hub ganha uma taxa por cada transação realizada por meio de seu sistema. Entre seus clientes constam o 99, Rappi, RecargaPay e CargoX. A empresa espera fechar o ano com R\$ 7,5 bilhões de volume transacionado. “Houve o momento de evangelização, mas o mercado agora está aquecido. Todos querem ter sua própria fintech. Cabe a nós mantermos a inovação para que o cliente se foque em seu core”, diz Brito.

O fato de possuir uma infraestrutura proprietária lhe permitiu criar um sistema só para cartões pré-pago. Segundo Brito, as fintechs que não têm tecnologia própria acabam terceirizando para fornecedores que, por falta de experiência em meios de pagamentos, não oferecem as APIs necessárias, dificultando a integração das tecnologias legadas do cliente ■■■