



FREEPIK

'FINTECHIZAÇÃO'

STARTUPS E FINTECHS, O COMEÇO DE UMA GRANDE REVOLUÇÃO



O mercado nacional está cada dia mais dinâmico. A movimentação em torno das startups segmentadas vem ganhando espaço, velocidade e aderência, especialmente nas áreas de finanças, seguros, indústria e varejo. O segmento financeiro já vem sedimentando sua atual rotação digitalizada e tem avançado muito na direção das fintechs, em temas como pagamentos instantâneos, carteiras digitais, criptomoedas, banking as a service e mobile payments.

Breno Barros (*)

Mas será que já podemos afirmar que a 'fintechização' está realmente revolucionando o mercado? Arrisco dizer que a revolução está apenas começando. Há ainda um espaço enorme a ser explorado. Em um universo de mais de 210 milhões de pessoas no Brasil, pesquisas atuais estimam de que quase 20% dos brasileiros já aderiram às contas digitais.

No entanto, o que vemos hoje é que tem muitas startups fazendo mais do mesmo, há fintechs resolvendo apenas o aspecto funcional, o chamado cash-In e cash-Out (pagar e receber), que não deixa de ser um processo válido e natural. Mas a grande revolução mesmo vai acontecer quando começarem a resolver as questões emocionais e sociais. Isso se explica com a teoria de Jobs to be done (JTBD), onde os fatores social, emocional e funcional influenciam de forma direta na decisão de compra do cliente.

Sabemos do trabalho sólido das grandes instituições financeiras na atuação de contas digitais, mas não há como alguns bancos atuarem com tanta penetração nessa imensa população. É aí que as fintechs vão poder avançar com mais força e poder explorar alguns nichos, falando diretamente com esse público e resol-



vendo dores emocionais e sociais.

Um exemplo que vemos é no segmento de logística, onde o caminhoneiro que está na estrada tem vários cartões para diferentes contas para cada frete que precisa negociar ainda na estrada. Mas há também um aspecto emocional que é ele andar com segurança e, neste ponto, é possível ativar outros serviços como um seguro familiar, assistência para o caminhão dele ou para

a sua residência. É possível oferecer serviço para esse profissional e para outros que tenham independência e autonomia no seu ramo de atuação.

Outro modelo que ganha cada vez mais aderência e vem rompendo fronteiras é o Banking as a Service (BaaS), onde dentro de uma plataforma com APIs (bancos, seguradoras, empresas de crédito) temos a capacidade de ter tudo plugado, que permite fazer a custódia e criar uma eWallet (carteira eletrônica que possibilita ter uma conta pré-paga online para armazenar dinheiro e realizar transações online e off-line, tanto em computador ou smartphone) ou ainda podemos executar pagamento no modelo white label, em um ambiente que funciona como uma espécie de 'aquário de cliente'.

Nesse sentido, mais do que o aspecto funcional de transações, você consegue engajar e fidelizar o consumidor, permitindo realizar experiências incríveis e conhecendo muito mais o comportamento deste público, que está mais no seu radar, com um olhar focado em suas necessidades. E, considerando a análise de risco, temos um banco por trás, há as camadas, tem um conhecimento muito maior e isso diminui o risco de crédito dele. Além do cash-In e cash-Out, há meios de embutir seguros, assistências, serviços que vão plugando e aumentando o nível e satisfação de experiências do cliente.

Claro que tudo isso passa por uma questão cultural que levará o brasileiro a absorver e a popularizar esses pagamentos instantâneos. As empresas estão buscando sair do cartão de análise de riscos, conceder microcrédito para estimular a recorrência de consumo no varejo, sem a burocracia de abertura de um cartão de crédito, por exemplo.

Mas a conexão com todo esse ecossistema provoca um processo de transformação, a revolução que falamos no início deste artigo, e podemos sair do patamar de serviços de tecnologia para criar plataformas para alavancar negócios digitais. O Banking in a Box proporciona que fintechs, varejo, bancos, logística possam criar transações financeiras para seus nichos, para seus clientes, de forma democrática, facilitada e com total segurança.

E como avançar para uma revolução concreta e ter uma eWallet para chamar de sua? Acredito que a interoperabilidade é o grande passo para seguir nessa direção, com sistemas com capacidade de se comunicar entre si de forma transparente e plural, complementando algo de um serviço financeiro que já existe, resolvendo as dores que se apresentam, buscando a redução de custos, gerando eficiência operacional e promovendo a chamada automação financeira e as disrupções que tanto esperamos.

Desta forma, podemos democratizar o mercado de pagamentos no Brasil e na América Latina.

(*) - É diretor global de Inovação e Negócios Digitais da Stefanini.

