

OPINIÃO

Banking Revolution: a transformação no mercado financeiro está só começando

Carlos Netto (*)

Produtos e serviços financeiros nunca estiveram tão presentes em nossas vidas.

Abriu uma conta digital é tão fácil quanto criar um novo e-mail, realizar um pagamento pode ser mais rápido do que enviar uma mensagem de texto e até mesmo dar início à própria fintech deixou de ser algo improvável, mesmo para quem não tem muita familiaridade com o segmento.

Tudo isso caracteriza um momento muito especial no mercado financeiro brasileiro, no qual as instituições e a população estão protagonizando uma grande transformação, pautada principalmente pela inovação, competitividade, interoperabilidade e redução das barreiras de acesso. Por isso, chamar esse movimento de Banking Revolution é bastante apropriado - as mudanças estão acontecendo rapidamente, alterando de forma drástica as relações de todos os players deste grande ecossistema, que por muito tempo foi conservador.

Se antes só contávamos com os bancos tradicionais para guardar nosso dinheiro, fazer investimentos ou obter empréstimos, por exemplo, hoje o leque é bastante variado. A ascensão das fintechs na última década é um dos grandes motivos - são mais de 1000 instituições que se encaixam nesse perfil atualmente, oferecendo produtos e serviços financeiros na ponta, mas tendo a tecnologia em seu core.

Os bancos digitais também deixaram a disputa pelos clientes acirrada e não é raro encontrarmos correntistas que nunca estiveram em uma agência física - são tempos que ficaram para trás, tempos que ficam para trás, tempos que ficam para trás. As empresas do varejo também vêm puxando essa revolução, criando suas próprias contas digitais e aproveitando para rentabilizar as milhões de transações geradas por seus clientes, colaboradores e toda cadeia de valor diariamente.

Nada mais conveniente para o cliente final - você acessa o app da sua loja favorita, faz o pedido e paga pelo produto ali mesmo, com sua conta digital da própria loja e ainda ganha descontos por isso. Para as empresas, é mais controle sobre os dados e o dinheiro. Para os clientes, mais agilidade e praticidade. Com esse modelo, tudo passou a ficar concentrado no mesmo ambiente: marketplace, pagamento e publicidade - modalidades que antes estavam segregadas.

Os pagamentos não acontecem mais somente pelos bancos ou por meio de intermediários, a publicidade dos produtos não está mais restrita aos veículos tradicionais e os produtos não são encontrados exclusivamente nas lojas. Gosto de imaginar um futuro, não muito distante, no qual poderemos eventualmente colocar no mesmo carrinho de compras online uma garrafa de leite, uma peça de roupa e um CDB. Imagine só?

E essa "fintechização" vai além, atingindo as empresas

de telecomunicação, bens de consumo e serviços. Um dos grandes responsáveis por permitir que essas contas tão variadas estejam conectadas é o Pix, que viabilizou o surgimento do que venho chamando de Internet das Contas. Fazer transferências entre bancos e fintechs ou pagar contas de luz, água ou gás pelo app de qualquer fintech ou banco só é fácil hoje em dia por conta da rede de Pagamentos Instantâneos. O Pix conectou diretamente todas as contas transacionais, sem intermediários, habilitando um ambiente altamente inovador e competitivo.

O melhor de tudo foi a possibilidade de inserir a população desbancarizada no sistema financeiro com uma tecnologia acessível e de uso fácil. "Fazer um Pix" se tornou parte do nosso dia a dia. Como o Breno Lobo, um dos responsáveis pelo Pix no Banco Central, já comentou, suas possibilidades são tão vastas que o fato de ser instantâneo chega até a ser secundário.

O Banking Revolution conta ainda com diversos outros propulsores, que vêm ganhando mais atenção da mídia recentemente: temos o Open Banking, que já está dando seus primeiros passos, e a Moeda Digital (CBDC), que chegará nos próximos anos - novidades que serão complementares aos modelos citados previamente e que contribuirão ainda mais com a digitalização do sistema financeiro e com a experiência do cliente final.

Muitos me perguntam se acredito que os bancos tradicionais são os grandes prejudicados nesse novo contexto. Sempre respondo que "não", pois acredito que terão a chance de se posicionar com verdadeiras plataformas. Além disso, gosto de reforçar a importância de uma postura que vá além da preocupação apenas com os regulatórios, mas que se dedique a identificar novas oportunidades de negócio, inclusive por meio de parcerias com fintechs.

Por fim, não podemos deixar de mencionar a liderança do Banco Central. Com a Agenda BC#, o órgão regulador vem promovendo a inovação, concorrência e inclusão, com um ritmo acelerado e de forma colaborativa com as instituições e a sociedade. Incentivando o diálogo e focando na melhoria de vida da população por meio da evolução do nosso sistema financeiro, a autarquia desempenha um papel essencial no Banking Revolution.

São muitos assuntos quentes, que seguem em plena evolução. A revolução está em curso, mas ainda longe de acabar. Os próximos anos serão intensos e de muitas novidades - utilizar e trabalhar com produtos e serviços financeiros fará cada vez mais parte das nossas rotinas. Você já percebeu como as coisas estão mudando? Então se prepare, porque estamos só no começo!

(*) - Especialista em Banking, Fintechs e Pix, com experiência na transformação digital do mercado financeiro, é cofundador e CEO da Matera (www.matera.com).

Tentando identificar os problemas gerados pelo uso excessivo de redes sociais

Há a percepção generalizada de que as redes sociais trazem benefícios, mas também muitos problemas, especialmente quando usadas de forma excessiva.

Vivaldo José Breternitz (*)

Buscando entender esses problemas de forma ampla, a University of Technology Sydney (AUJS) desenvolveu estudos a respeito do assunto, cujos resultados foram publicados no Journal of Global Information Management.

Os pesquisadores analisaram publicações acerca do tema produzidas a partir de 2003; em 2003, as redes sociais engatinhavam e a primeira que se tornou popular, o MySpace, foi criada naquele ano; o Facebook surgiria apenas em 2004.

As pesquisas apontaram 46 problemas relacionados ao uso excessivo de aplicativos como Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram. Dentre eles, ansiedade, depressão, assédio, incitamento ao suicídio, perseguição cibernética (cyberstalking), ciúme, sobrecarga de informações, violação de privacidade, fraudes, conflitos com outras pessoas e até mesmo uma maior propensão para



assumir riscos financeiros.

Esses efeitos nocivos trouxeram impactos negativos não apenas à vida pessoal, mas também no trabalho e desempenho acadêmico.

Os pesquisadores estão agora estudando os fatores que levam as pessoas

a se tornarem dependentes das mídias sociais e a seguir tentarão desenvolver e testar aplicativos, recursos de design e outras soluções que possam reduzir esses efeitos negativos

(*) Vivaldo José Breternitz, Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Quatro motivos das empresas terem dificuldades em encontrar bons profissionais

O momento de contratar um novo talento para uma empresa é um processo ao qual o departamento de RH está habituado, mas que sempre causa um 'frio na barriga' nos recrutadores. Há o receio da contratação não ser a correta e do candidato escolhido se desligar da empresa em poucos meses e todo o processo seletivo ter sido um tempo jogado fora.

De acordo com a 16ª edição do Índice de Confiança Robert Half, 61% dos recrutadores entrevistados afirmaram que está difícil ou muito difícil contratar profissionais qualificados. Para 62% deles, a situação não vai mudar nos próximos seis meses.

Apesar da dificuldade de encontrar profissionais qualificados, o mercado possui bons profissionais em busca de oportunidade. Então, por que a conta não fecha? "Um dos principais motivos para essa inconsistência é a gama de erros no processo de recrutamento. A alta transformação digital no setor de RH nos últimos anos afetou diretamente nas contratações bem-sucedidas. A automatização não é usada a favor dos processos seletivos, já que possuem metodologias obsoletas, cansativas e que não avaliam de verdade o profissional" sugere Pedro Pezoa, CEO da Pointer, HRTech especializada na indicação de profissionais de alto nível no setor de tecnologia.

A saída, para Pedro, é não descartar a tecnologia, e sim utilizá-la de forma inteligente, com a certeza de que



empresas estão de portas abertas para profissionais de alto nível, basta saber encontrá-los. Pedro ainda listou quatro grandes erros que as empresas estão cometendo que impedem a contratação de bons profissionais, confira abaixo:

Salários incompatíveis com o mercado

Bons profissionais querem ser valorizados e procuram remunerações e benefícios que sejam compatíveis com seu comprometimento, entrega e habilidade no trabalho, e diversas empresas não oferecem o quanto o colaborador sabe que merece receber. Profissionais realmente sêniores são raros e a empresa terá que investir alto nessas contratações. Essa falta de reconhecimento faz com que ótimos profissionais se afastem das empresas, desistam de processos seletivos ou abandonem o cargo logo no início.

Processos seletivos exaustivos

Existem processos que duram meses e se tornam cansativos, com dezenas de etapas, envio de vídeos, etapas infinitas

e que na maioria das vezes o candidato não recebe sequer um feedback sobre sua participação. Tamanha burocracia pode afastar o profissional que seria o ideal para a vaga, unicamente pela exaustão do processo. A análise do currículo, um teste, boas referências e conversas olho no olho do candidato podem ser suficientes para realizar uma ótima contratação.

Falta de transparência sobre a cultura da empresa

No momento da entrevista é fundamental que a empresa seja transparente sobre sua cultura, caso contrário, um funcionário competente fique insatisfeito, não se encaixe no trabalho e peça demissão precocemente. Esse tipo de comportamento prejudica a imagem da empresa e faz com que talentos evitem se candidatar em suas vagas, com receio do que podem encontrar pela frente. Não há cultura certa ou errada, mas é preciso que haja um match entre candidato e empresa para a relação funcionar.

Falta de humanização

Processos seletivos completamente automatizados, falta de feedback durante as etapas de contratação - ou feedbacks genéricos - tratar o candidato com desdém, como se a vaga fosse um favor para ele, não atrai bons profissionais. O RH precisa tornar o processo de contratação agradável e humano para o candidato, para que ele sinta o seu reconhecimento e entre na empresa confiante e em sua melhor forma.

News @ TI

Sistema de gestão para concessionárias de máquinas agrícolas e de construção

@ A Linx, líder em tecnologia para o varejo, reforça sua presença no mercado de varejo de máquinas agrícolas e de construção com o lançamento do Linx DMS Máquinas, por meio de parceria firmada junto a Simova, empresa que desenvolve soluções de gestão de serviços de campo, essenciais para a otimização de performance do atendimento no pós-vendas para esse mercado. Com a colaboração entre as empresas, a solução da Simova foi totalmente integrada à plataforma Linx DMS para impulsionar o Linx DMS Máquinas, um novo sistema de gestão completo para atendimento a concessionárias, varejistas de peças, revendedores de implementos agrícolas e centros de serviços que atende demandas dos usuários de maquinário. A solução permite maior transparência e fluidez na comunicação entre quem está no campo e nos escritórios, facilitando o processo de assistência técnica de máquinas pesadas, tradicionalmente com mobilidade mais complexa (www.linx.com.br).

inDriver chega a 100 milhões de downloads

@ inDriver, aplicativo de mobilidade russo, acaba de conquistar um importante espaço dentro a categoria ao atingir o marco de 100 milhões de downloads no mundo. No Brasil há apenas três anos e presente em todos os estados, o inDriver passa agora a ser um dos três aplicativos mais utilizados, tanto em número de downloads quanto em alcance geográfico, de acordo com a Sensor Tower e App Annie. Com modelo diferenciado e único em relação aos outros aplicativos de mobilidade, o inDriver é pioneiro em proporcionar que passageiros e motoristas negociem os termos da viagem de modo independente, especialmente sobre os valores das corridas. O aumento acelerado nas instalações de aplicativos é o resultado de uma expansão internacional que começou em 2018, em várias regiões do mundo como América Latina, África, Oriente Médio, Sul da Ásia e Sudeste Asiático. Além disso, a exclusividade do modelo de negócios em tempo real do aplicativo, que vai contra algoritmos usados por outros serviços do segmento, ajudou a empresa a ganhar uma base grande e leal de usuários (www.indriver.com).

ricardosouza@netjen.com.br