

# Fintechs e bancos tradicionais: o que esperar do futuro

Serviços mais personalizáveis a preços mais acessíveis e com menos burocracias. É com essa premissa que as fintechs se tornaram as queridinhas do mercado, especialmente entre os mais jovens

De acordo com a Abstartups, são quase 600 bancos digitais espalhados pelo país e, de acordo com o Instituto Locomotiva, em parceria com a TecBan, 42% dos brasileiros possuem contas em bancos digitais.

Só que nem tudo são flores e a popularização dos bancos digitais passou a causar desconforto nos bancos tradicionais. O capítulo mais recente desta novela, que está longe de acabar, foi quando a Zetta (associação fundada pelo Nubank, Mercado Pago e Google) e a Febraban (Federação Brasileira de Bancos) trocaram alfinetadas sobre as taxas de juros, o que evidenciou ainda mais a rivalidade entre os setores bancários.

Paulo Castro, CEO e cofundador do Contbank, fintech especializada em produtos para pequenas e médias empresas, aponta que as fintechs são apenas uma resposta à própria ineficiência e excesso de burocracia dos bancos tradicionais e que eles mesmos criaram a necessidade de uma alternativa a eles.



Essa briga entre bancos tradicionais e digitais está longe de acabar.

“Durante muitos anos, os usuários se viam presos em uma instituição que oferecia pouca flexibilidade e vantagens. O surgimento de fintechs, amparado por uma revolução tecnológica, permitiu então que novos serviços, mais baratos, menos burocráticos surgissem. É normal o incômodo dos bancos tradicionais, mas encaro isso como uma reação a um sistema obsoleto” acrescenta.

Castro ainda afirma que é bem provável que essa briga entre bancos tradicionais e digitais esteja longe de acabar com a chegada do marco regulatório das fintechs. Estudado pelo Banco Central, é apenas uma resposta à pres-

ção que a Febraban tem feito para que as perspectivas das fintechs sejam encurtadas.

“O Marco Regulatório quer igualar duas categorias que não são iguais. Não é justo cobrar de uma fintech que está tentando driblar a crise para sobreviver os mesmos impostos de um banco que está há 30 anos no mercado. Isso irá colocar um ponto final na história de várias fintechs que têm um imenso potencial de crescimento.” finaliza. Ainda que não exista um marco legal das fintechs propriamente dito, há um conjunto de leis que afetam diretamente as startups financeiras e por isso leva este nome.

Atualmente, o grande destaque está na Lei

nº 12.865/2013 que permitiu que várias instituições financeiras fossem reconhecidas e pudessem fazer transações, emissão de cartões e gestão de contas, por exemplo. Quase sete anos depois, o Banco Central criou o Sandbox Regulatório por meio da Resolução CMN nº 4685/2020 permitindo que as fintechs relizem testes e experimentos para inovar o sistema financeiro.

Em 2021 foi sancionado o Marco Legal das Startups que passou a respeitar as particularidades das startups em questões de investimentos, trabalhistas e tributárias. Ainda que tenha sido amplamente comemorada pelo setor, há pontos em que ficou a desejar: a Associação Brasileira de Startups (Abstartups), por exemplo, apontou em carta aberta que o Marco Legal não contempla incentivos a investidores anjos e tampouco a regulamentação das opções de participação em ações para colaboradores, as stock options. - Fonte e mais informações: (https://contbank.com/).

## O admirável mundo híbrido dos modelos operacionais na nuvem

Luís Albejante (\*)

Empresas têm em comum o desejo pela distribuição segura de dados em ambientes na nuvem, a fim de aumentar a agilidade e acelerar a inovação

Elas também buscam conselhos e melhores práticas sobre como fazer isso de forma eficaz para alcançar melhores resultados em seus negócios, evitando custos desnecessários.

Embora a maioria dos dados ainda se encontre nos próprios datacenters das empresas, e não na nuvem pública, outros tipos de dados coletados, processados e gerenciados na borda - fora dos data centers tradicionais ou nuvens públicas - devem crescer para mais de 50% na borda em 2023, de acordo com o Gartner - e gerenciar fluxos de trabalho nesses sites remotos, além dos locais, para garantir conectividade, conformidade e segurança sempre ativas da maneira mais econômica, não é uma tarefa fácil.

Requer plataformas, recursos e serviços de assessoria e consultoria para construir um modelo que permita que sistemas e aplicações se conectem e se comuniquem rapidamente, de forma que a organização possa gerenciar, proteger e capitalizar todos os seus dados, da borda à nuvem.

Abrirem caminho para diferentes experiências na nuvem, com uma estrutura mais abrangente é o modelo que permite que as organizações encontrem a combinação certa para suas estratégias híbridas, diminuindo o risco

em sua jornada de experiências, além de adotar modelos operacionais que visem o processamento de dados, geração de insights e garantia de proteção e soberania, não importa onde estejam localizados.

Ao contrário das estruturas, que são amplamente focadas na transição para ambientes na nuvem pública, é possível optar por transformações mais amplas. Na nuvem privada, nuvem pública e na borda, o que permite às empresas avaliarem seus níveis de maturidade em todos os domínios-chave é a comparação com seus pares e outros modelos do setor.

Os serviços na nuvem, que incluem suporte para armazenamento, IA, machine learning, computação de alto desempenho e gerenciamento de contêiner, permitem que as organizações executem perfeitamente qualquer tipo de aplicação e escalem onde haja demanda.

Empresas que adotam um ambiente na nuvem em qualquer lugar estão, ao mesmo tempo, não apenas reduzindo riscos, mas optando por agilidade e simplicidade, com a governança, conformidade e transparência. É uma adaptação que deixa de ser tendência para se tornar uma realidade global, independentemente do mercado, em diferentes setores.

Ao optarem por um conjunto mais robusto de metodologias, serviços e modelos operacionais da borda à nuvem do setor, estão transformando seus ambientes, gerando valor mais rapidamente e melhorando as experiências para seus clientes.

(\*) - É diretor de Produtos da HPE Brasil.

## Compras com cartões crescem 35%

A somatória dos valores das compras feitas com uso de cartões de crédito, débito e pré-pagos atingiram R\$ 687,3 bilhões no terceiro trimestre (julho, agosto e setembro), resultado 35,8% superior ao registrado no mesmo período de 2020, quando o setor sofria grande impacto negativo causado pela pandemia. Os dados são da Associação das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs).

Em quantidade de transações, ocorreram, ao todo, 8,2 bilhões de pagamentos com cartões no trimestre, o equivalente a quase 63 mil por minuto, 39,1% a mais do que no mesmo período do ano passado. O cartão de crédito foi o meio de pagamento que apresentou o maior valor transacionado (R\$ 420,1 bilhões), crescimento de 42,2%. Em seguida, o cartão de débito movimentou R\$ 235,3 bilhões (alta de 18,6%), e o

cartão pré-pago, R\$ 31,9 bilhões (alta de 153,6%).

No acumulado do ano, de janeiro a setembro, a somatória dos valores dos pagamentos com cartões atingiu R\$ 1,8 trilhão, um crescimento de 34,1% em comparação com o mesmo intervalo do ano passado. Em quantidade de transações, todas as modalidades de cartão juntas registraram 21,8 bilhões de pagamentos, com avanço de 33,6% (ABR).



## Via Digital Motors

### Citroën traça planos de crescimento

Com novos produtos e sob o comando do Grupo Stellantis, a Citroën anunciou planos ambiciosos para o Brasil, com expectativas de saltar do atual 1% de participação de mercado para 4% até 2024. Hoje, a marca só comercializa o C4 Cactus e modelos de sua linha comercial (Jumpy e Jumper).



Citroën E-JUMPY.

Batizado de Citroën 4 All, o plano é baseado em lançamentos nacionais e importados. Um deles será o novo C3, que vira um SUV compacto, será feito em Porto Real (RJ) e iniciará vendas no primeiro trimestre de 2022.

Mais dois modelos serão produzidos nessa planta ou na Argentina. Outra novidade é a importação do comercial e-Jumpy para o fim deste ano ou início de 2022, o primeiro do segmento 100% elétrico.

“Esse é somente o primeiro movimento do planejamento de eletrificação da Citroën no Brasil e na América do Sul. Temos uma forte estratégia nesta direção para todos os países da região, tanto para veículos comerciais, como para veículos de passeio. Estamos sempre atentos para aproveitar da melhor forma essas oportunidades e seguimos estudando formas mais sustentáveis de trazer cada vez mais essas soluções aos consumidores da nossa região”, afirma Vanessa Castanho, Head da Citroën na América do Sul.

O Citroën 4 All está sustentado em quatro pilares: inovação acessível, marca confiável, marca cool e marca sustentável. Já a rede de concessionárias será expandida das atuais 123 lojas para 175 já no próximo ano.



Vanessa Castanho (Citroën).

### Interior sedia museu das duas rodas

O Centro Cultural Movimento (CCM), museu inteiramente dedicado ao segmento de duas rodas, abriu suas portas para o público na cidade de Socorro (SP). A Abraciclo, associação que reúne as fabricantes de motos e bicicletas, é uma das mantenedoras do espaço que reúne amplo acervo de motocicletas, bicicletas, documentações, fotos e publicações sobre a história desses veículos no Brasil.

Idealizado pelo piloto e jornalista Carlãozinho Coachman, o centro cultural está sediado na antiga estação ferroviária que passou por profunda reforma. Construído pela Companhia Mogiana de Estradas de Ferro, em 1909, o prédio histórico teve as estruturas originais mantidas na reforma, incluindo as paredes de alvenaria e o antigo madeiramento do telhado.

De acordo com o presidente da Abraciclo, Marcos Ferமானian, uma das missões da associação é colaborar com iniciativas que ajudam a manter viva a memória do setor de duas rodas e valorizam a história e a importância da motocicleta no país. “Preservar a história sempre é um grande desafio e os museus representam um importante instrumento de preservação da memória de um povo. É um lugar onde podemos ver o que foi feito no passado, aprimorar o nosso presente e aperfeiçoar nossos conhecimentos e tecnologias para garantir um futuro melhor”, afirma Ferமானian.

### Lucia Camargo Nunes (\*)



Centro Cultural Movimento.

### Plataforma lança aplicativo

O iCarros, marketplace de veículos do Itaú Unibanco, lança o aplicativo iCarros Club, voltado para concessionárias e revendas. A ferramenta conta com a possibilidade de autovistoria e cotação dos veículos para quem estiver anunciando, sem cobrança de mensalidade.

Os vendedores não pagam para anunciar e ainda podem ganhar um cashback bônus de até 50% do valor da taxa paga pelo comprador, caso o negócio seja efetuado.

O iCarros Club já conta com mais de 15 mil lojas cadastradas e mais de 3 mil concessionárias que operam com financiamentos de veículos.

### Linha 2022 da Hilux tem novidades

A Toyota lança a linha 2022 da Hilux com novidades. Uma delas é a retirada de linha da versão 2.7 flex de 163 cv e mantendo o 2.8 turbodiesel de 204 cv, com opções de transmissão manual e automática, ambas de seis velocidades.

A picape feita na Argentina virá com a segurança reforçada em seu pacote Toyota Safety Sense (TSS). A versão SRX adicionou um sensor que detecta pedestres e ciclistas para o sistema de pré-colisão frontal e monitor de visão 360 graus.

São seis versões disponíveis que partem de R\$ 208.090 e vão até R\$ 306.990.

\*Lucia Camargo Nunes é economista e jornalista especializada no setor automotivo. E-mail: lucia@viadigital.com.br