

## BC continua jornada para entender como regular o BaaS – e isso é ótimo!

Fernanda Lacerda (\*)

A regulação do modelo “banking as a service” (BaaS), que envolve a oferta de serviços financeiros por empresas ligadas a instituições autorizadas pelo Banco Central (BC), é uma das discussões mais importantes dentro do mercado atual. Por isso, precisamos traçar uma linha do tempo e entender para quais caminhos esse debate pode seguir.

Se pararmos para lembrar, a própria legislação do Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB) é recente, uma vez que o BC iniciou o processo regulatório acerca do tema em 2013. Ou seja, pode-se dizer que o tópico ainda está em uma curva de aprendizado e é natural que outras perspectivas e obrigações surjam ao longo do tempo.

Além disso, o próprio regulador no país, que acompanha de perto as mudanças do mercado, já demonstrou a capacidade de aprimoramento e mudança de forma rápida em alguns temas, como a regulamentação do PIX. Depois da implementação das primeiras normas sobre essa modalidade, o BC entendeu que existiam algumas empresas que desvirtuaram a finalidade do serviço, por meio de terceirização, o que acarretou em novas regras para garantir mais segurança ao sistema.

Ou ainda podemos citar a questão da regulação prudencial que, a partir do ano passado, começou a ser aplicada também para as instituições de pagamento. Isso ressaltou alguns aspectos básicos a respeito do modelo de BaaS, ligados à obrigatoriedade da criação de estruturas de gerenciamento de riscos e patrimônio de referência, por exemplo.

Portanto, está claro que o BC enxerga com clareza que há uma necessidade de olhar para outras empresas como os novos bancos em vários aspectos. Obviamente, não se trata de substituir um pelo outro, e muito menos não ter cautela nesse olhar, mas, sim, compreender que o ato de pagar mudou no atual mundo digital.

• **Novas pautas** - Hoje, o BC traz uma consulta pública aberta para as melhorias sobre o sistema de BaaS. Algumas não são tão inéditas, como ocorre com a própria gestão de riscos, mas outras estão denotando para onde a regulação da modalidade deve seguir. Traçando um paralelo, é o caso da questão de subcredenciadores.

Atualmente, as bandeiras fazem um papel de fiscalizador o que, por sua vez, envolve uma gama de regras que costumam ser mais rígidas, porque o nível de responsabilidade é extremamente escalável. Imagine, por exem-

plo, uma credenciadora, que capta um subcredenciador que não possui processos adequados, podendo ser penalizada.

Além disso, se formos para o nível de um estabelecimento comercial que está credenciado ao arranjo, toda a cadeia pode ser responsabilizada, caso não haja uma diligência correta. Ou seja, não é incomum vermos instituições reguladas prestando documentos e informações para o BC de forma rigorosa, prevenindo problemas como a lavagem de dinheiro e certificando a governança corporativa.

Por outro lado, há também empresas menores que operam por meio das licenças de terceiros e acabam extrapolando os limites regulatórios, justamente pela possibilidade de saírem isentas de certas penalizações e fiscalizações.

A Operação Concierge, deflagrada pela Polícia Federal (PF) para desarticular uma organização criminosa relacionada a duas fintechs que eram ligadas a instituições financeiras autorizadas, é uma prova viva disso. E não se engane, casos emblemáticos como esse são primordiais para entendermos e apurarmos as brechas regulatórias.

• **Próximos passos** - O debate sobre regulação do BaaS deve ganhar cada vez mais força nos próximos textos. E, como é de se esperar, isso tende a trazer novos desafios. Um deles é sanar o gap de mão de obra especializada no tema. Recentemente, o BC abriu concursos para vagas de tecnologia, visando, principalmente, a automação de processos manuais.

No entanto, ainda existe um nível de análise intelectual que precisa ser feito por seres humanos e precisa ser preenchido. O surgimento constante de novos mercados e soluções, como o próprio PIX, que é um sucesso reconhecido mundialmente, deve incentivar essas formações. Afinal, a busca pela inovação não pode parar e, mais do que fiscalizada, ela deve ser acompanhada e adaptada.

É preciso mergulhar nas operações, procedimentos e estratégias de governança das instituições de pagamento, de forma que saibamos como garantir a segurança desse setor, mas também permitir o seu avanço. Somos parte de uma realidade dinâmica e que muda em um piscar de olhos, então vamos olhar para ela de uma maneira profunda, sem medo e fugindo de práticas tradicionais que já não funcionam mais nos dias atuais.

(\*) - É Diretora Jurídica e de Compliance do Pinbank (<https://www.pinbank.com.br/>).

# Benefícios que o Pix Automático trará para as transações empresariais

Segundo dados do Banco Central, o Pix bateu um novo recorde. A modalidade superou a marca de 227 milhões de transações em 24 horas

Diante desse crescimento expressivo, o lançamento de novas funcionalidades visa ampliar ainda mais o uso do sistema, não só para pessoas físicas, mas também para os negócios, como é o caso do Pix Automático.

A funcionalidade deve trazer inúmeras vantagens para as empresas, ao permitir a realização de cobranças e pagamentos recorrentes de forma automática, sem a necessidade de autorização manual para cada transação.

“O Pix Automático será especialmente útil para fluxos de cobranças recorrentes, como mensalidades ou contas de serviço. Para as empresas, as vantagens se concentram em eficiência na hora de cobrar, pontualidade, redução de erros e até mesmo facilitação do planejamento financeiro, pois saber entradas e saídas ajuda no controle de fluxo de caixa.

Para as empresas, o Pix Automático vem como uma solução que vai andar em paralelo a cobrança recorrente no Cartão, com os mesmos benefícios proporcionados pelo Pix”, destaca Fernando Nunes, CEO e cofundador da Transfeera, fintech de soluções de pagamentos para empresas. Nesse cenário, o especialista listou cinco benefícios que o Pix Automático trará para as transações financeiras empresariais. Confira!



## 1) Agilidade nas transações

O Pix Automático permite que pagamentos recorrentes sejam realizados em tempo real, facilitando transações imediatas a qualquer hora do dia, sem a limitação de horários bancários ou dias úteis. Para empresas que dependem de recebimentos regulares, como assinaturas ou pagamentos mensais, essa rapidez aumenta a eficiência financeira e o controle do fluxo de caixa.

## 2) Redução de erros manuais

Ao utilizar o Pix como método de pagamento recorrente, há uma minimização significativa de erros humanos. A eliminação de processos manuais como a geração de boletos ou preenchimento de dados reduz a chance de erros em valores, datas ou duplicidade de cobranças, garantindo mais precisão nas

transações e maior confiança entre empresa e cliente.

## 3) Aumento da segurança

O Pix é respaldado por tecnologias avançadas de autenticação e criptografia do Banco Central, o que oferece uma camada extra de segurança. Para pagamentos recorrentes, esse nível de proteção é essencial, uma vez que garante que transações sejam seguras e confiáveis, evitando fraudes e proporcionando tranquilidade tanto para as empresas quanto para os clientes.

## 4) Facilidade na conciliação bancária

A adoção do Pix Automático em pagamentos recorrentes simplifica a conciliação bancária, permitindo que as empresas acompanhem e verifiquem automaticamente os pagamentos recebidos e efetuados. Isso re-

duz o tempo gasto com conferências manuais e evita inconsistências no controle financeiro, além de garantir que as transações sejam corretamente associadas aos extratos bancários.

## 5) Melhoria no fluxo de caixa

A previsibilidade dos pagamentos recorrentes via Pix proporciona um controle mais preciso das entradas e saídas financeiras da empresa. Com pagamentos pontuais e frequentes, as empresas conseguem planejar de forma mais eficaz, tomar decisões estratégicas com base em dados financeiros confiáveis e gerir seus recursos com maior eficiência.

“É importante destacar também a flexibilidade do Pix Automático, que se adapta a diferentes tipos de negócios e permite a personalização dos pagamentos conforme as necessidades específicas de cada empresa, independentemente de seu porte ou setor de atuação.

Com as empresas buscando cada vez mais eficiência, redução de custos e modernização dos seus processos financeiros para se manterem competitivas, a adoção desse método tende a crescer rapidamente”, finaliza Nunes. - Fonte e mais informações: (<https://transfeera.com/>).

## Automação do marketing tem WhatsApp como ferramenta estratégica

Felipe Rodrigues (\*)

É inegável, as ferramentas para trocas de mensagens, como o WhatsApp, por exemplo, ganham um espaço cada vez mais relevante não só no cotidiano das pessoas, como se tornam meios estratégicos para o estabelecimento de relações mais próximas entre as empresas e seu público-alvo.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Opinion Box, plataformas como o WhatsApp estão instaladas nos smartphones de 99% dos brasileiros. Justamente por isso, há um crescimento exponencial na adoção de estratégias por profissionais de marketing e de vendas que envolvam diretamente o app.

Aliás, por se tratar de um canal versátil, a ferramenta também oferece uma taxa de sucesso e de oportunidades bastante relevantes, visto que acaba por se tornar um meio para captação de leads, follow-up de vendas e pós-vendas. O fato é comprovado ao analisar a quantidade de empresas B2C que adotam a ferramenta para comunicação e vendas: a adesão é de aproximadamente 72% das companhias.

A realidade é que o WhatsApp é estratégico para as empresas, especialmente, lojas online, que investem



na automatização do marketing. Afinal, essas tecnologias otimizam o desenvolvimento das campanhas de marketing para o e-commerce e apresentam maneiras eficazes de auxiliar as lojas online no aumento do volume de vendas.

Um exemplo bem palpável aparece nos casos em que o cliente enche seu carrinho virtual, mas por algum motivo não conclui a compra. As ferramentas que promovem a recuperação de carrinhos abandonados costumam produzir resultados interessantes ao acionar o cliente por meio de um endereço de e-mail previamente cadastrado com incentivos para a conclusão da compra. Ao usar, porém, o WhatsApp como meio para o estabelecimento desse contato, a eficácia costuma ser ainda mais interessante.

Há outras situações em que a automação do marketing pode – e deve – ser associada ao WhatsApp

para alcançar resultados expressivos. Essa aplicação é eficaz nos casos de clientes que sequer colocaram itens no carrinho de compras. Por meio do app de mensagens, torna-se possível iniciar uma jornada de automação do marketing em que os produtos já visualizados pelo cliente, em um fluxo de navegação anterior, passam a ser sugeridos ao consumidor.

O mesmo vale para ferramentas que geram gatilhos para compras e por aquelas que viabilizam a recompra de produtos de uso recorrente. Claro, todas essas ferramentas de automação do marketing para e-commerce funcionam muito bem quando associadas com outros canais de comunicação, tais como o e-mail, SMS e outros.

No entanto, quando essas soluções são empregadas de maneira estratégica e combinadas com a principal plataforma de troca de mensagens utilizada em diversos países e, especialmente, no Brasil, pode-se alcançar resultados extremamente interessantes, que chegam a um aumento de até 50% no volume de vendas da loja online, um resultado que não pode ser desprezado por nenhuma operação de vendas online em um universo tão competitivo como o que vivemos hoje.

(\*) - Especialista em e-commerce, é fundador e CEO do Enviou ([www.enviou.com.br/](http://www.enviou.com.br/)).