

OPINIÃO

Fintechs: 6 tendências que prometem moldar o mercado em 2024

Marilyn Hahn (*)

O ano de 2023 chegou ao fim num piscar de olhos e entregou exatamente o que prometeu para o setor de fintechs: um cenário desafiador, em que poucos cresceram, alguns se consolidaram e o mais do mesmo, não sobreviveu.

Vimos de forma gradual a retomada dos investimentos em startups, poucos grandes cheques e muitos M&As. Pode acompanhar uma série de empresas reformulando posicionamento e estratégia para se adequar à nova realidade regulatória e macroeconômica.

Para 2024, o contexto parece mais otimista, dado ainda a agenda de redução da taxa de juros. Por outro lado, após anos favorecendo a entrada de novas empresas e modelos de negócio, o mercado agora realiza um movimento de consolidação e uma tendência maior de parcerias estratégicas entre fintechs e incumbentes.

Mais serviços para empresas

A pessoa física parece ser um público já bem atendido em termos de serviços financeiros no Brasil. A saída da alemã N26 do segmento este ano provou que a situação está bem mais competitiva, e é difícil conseguir nesse estágio a tão sonhada principalidade do cliente, competindo com empresas já consolidadas como Nubank, Picpay, Inter, entre outras.

A diminuição da taxa de intercâmbio no cartão pré-pago, produto chefe na entrada de novas fintechs, e a dificuldade de monetizar produtos transacionais como, por exemplo, o PIX, fez com que muitos mudassem suas estratégias para alcançar um público PJ que ainda hoje é mal atendido no geral. O Open Finance deve ajudar essas fintechs a coletarem dados relevantes antes não tão acessíveis para melhor estratégia de penetração e distribuição de outros produtos, como microcréditos, seguros e até automações financeiras que possam facilitar o dia a dia do pequeno empreendedor.

Além disso, a agenda do PIX deve começar a trazer outras funcionalidades antes só encontradas em produtos mais caros, como o boleto e as maquininhas, diminuindo custos operacionais e deixando os negócios mais ágeis e performáticos.

Consolidação e parcerias estratégicas

Outros mercados também devem sofrer uma consolidação no próximo ano. Entre eles o de Banking as a Service, que já se mostra saturado e observa grandes players tomando o protagonismo do setor. Grandes bancos se movimentaram em 2023 para entrar no jogo, seja via estrutura própria ou adquirindo fintechs, como foi o caso da aquisição do Bankly pelo Banco BV e da Aarin pelo Bradesco, em 2022.

A tendência do embedded finance continua em forte crescimento, ainda existe um espaço grande a ser ocupado por outros produtos desse ecossistema, como o Investment as a Service, Credit as a Service e Insurance as a Service.

Foco na segurança

Enquanto as tecnologias evoluem, as ameaças cibernéticas também acompanham o mesmo passo. Por isso, as empresas têm investido cada vez mais em segurança para garantir que sua operação e seus usuários estejam protegidos. Segundo pesquisa da Deloitte, este ano 70% das companhias tinham como objetivo aumentar os investimentos em segurança, e isso não deve ser diferente em 2024.

O crescimento de fraudes tem feito com que as fintechs também gastem mais tempo não só educando melhor

os usuários, mas também elaborando ações criativas que abrangem o tema de forma mais sistêmica como, por exemplo, o Alô Protegido e o Modo Rua, novas funções de segurança do Nubank que visam apoiar o cliente em relação a ligações falsas e golpistas, permitindo limitar de forma autônoma o número de transações de PIX no aplicativo.

A contratação de ferramentas, empresas especializadas e recursos demandam altos investimentos para as fintechs, o que reforça a necessidade de capital para se manter no mercado já no early stage.

IA e machine learning

A ordem da vez é a tão buscada principalidade do usuário como já comentei acima, que nada mais é do que deter a maior parte da vida financeira do cliente em um só lugar. Tecnologias de inteligência artificial (IA) e machine learning podem ajudar em análises preditivas, trazendo maior customização de serviços e coletando feedbacks em tempo real e promover automação no atendimento e na própria análise de crédito, tornando essas etapas mais ágeis e eficientes.

Além disso, essas ferramentas podem apoiar na detecção de fraudes e automação de processos por meio do reconhecimento veloz de padrões de comportamento.

Uma pesquisa da Grand View Research estima que o tamanho do mercado global de inteligência artificial no ecossistema fintech atinja US\$ 41,16 bilhões até 2030, crescendo a um ritmo anual médio de 16,5%.

Desafios para a agenda de crédito

O Itaú divulgou no último mês que há uma expectativa do país continuar crescendo em 2024, porém em passos mais lentos, com uma taxa de juros próxima aos 10%. O maior banco do país também acredita que podemos verificar uma retomada na agenda de crédito de forma gradual, principalmente no segundo semestre.

Dessa forma, é possível alcançar um aumento na procura por fintechs de crédito, principalmente as relacionadas em prestação de serviços de infraestrutura, que podem viabilizar a chegada rápida de produtos no mercado para públicos específicos.

Agenda regulatória continua aquecida

A agenda de competitividade do Banco Central continua a todo vapor com o cronograma de lançamento do Drex. O Bacen já anunciou que ele não será a última peça no seu cronograma de inovação, mas será fundamental para a sua consolidação.

A expectativa é que o Drex chegue aos usuários no final de 2024 ou início de 2025, o que tem feito com que, principalmente grandes bancos, foquem investimentos em times e tecnologias especializadas. A plataforma de blockchain, que acompanha a nova moeda, impulsiona o setor de ativos digitais. Estes vem sendo movimentados por um novo perfil de investidores que só cresce no país.

A alta de soluções de tokenização e moedas digitais, além da consolidação da API Economy, tem permitido maior digitalização de setores tradicionais da economia, como o de facilities, agro e saúde.

Sendo assim, apesar dos investimentos de grandes bancos nas novas tecnologias, devemos observar nos próximos anos o surgimento de um novo perfil de fintechs voltado à consolidação desses novos modelos de negócio.

(Fonte: Marilyn Hahn é CRO e cofundadora do Bankly).



Lada: tecnologia que não deixou saudade

Tudo começou em 1966, quando foi assinado um acordo entre a Fiat e o governo da União Soviética para a constituição de uma empresa voltada à produção de automóveis populares, que foi batizada com o nome de VAZ – Volzhsky Avtomobilny Zavod algo como Fábrica de Automóveis do Volga.

Vivaldo José Breternitz (*)

Essa fábrica acabou se tornando o terceiro maior complexo automotivo-industrial do mundo e iniciou em 1970 a produção do Zhiguli ou VAZ 2101, um sedã de quatro portas, que nada mais era que o Fiat 124, fabricado ali sob licença da marca italiana.

A VAZ se notabilizou por ser uma fábrica altamente verticalizada, onde praticamente tudo era produzido por ela, de carburadores a vidros. Era uma organização industrial em que eficiência não era a maior preocupação, algo típico dos países comunistas.

Em 1976 foi lançado o Lada 2121, mais conhecido como Niva (que significa “campo” em russo), um jipinho utilitário compacto 4x4 com linhas simples e retas e motor de 1.6 litros a gasolina, e que foi o primeiro

projeto da montadora russa a não utilizar um modelo da Fiat como base. Rústico e competente, o modelo foi um dos carros mais marcantes já criados pela indústria soviética, tanto que até hoje esse projeto original é produzido, tendo sido exportado para o Brasil.

Outros modelos foram sendo lançados e também exportados para o bloco soviético, onde exigências quanto à qualidade não eram muito grandes; dentre esses, o Lada Samara, primeiro automóvel de tração dianteira produzido pela montadora e que também foi exportado para o Brasil, onde a marca chegou em 1990, logo após a abertura do mercado aos importados.

O primeiro carro a chegar ao Brasil foi o já defasado sedã Lada Laika, nome alusivo à raça da cadela Kudriavka, que os soviéticos enviaram ao espaço no Sputnik

II, em 3 de novembro de 1957. Porém, o design ultrapassado e a péssima tropicalização dos carros, que não eram adaptados à gasolina com álcool vendida aqui e geravam mau funcionamento e problemas constantes de carburador, decretaram o fim da marca no Brasil, após seis anos, apesar de seu preço baixo – ao chegarem aqui, os Laika custavam o equivalente a US\$ 7 mil da época – era o carro mais barato vendido no país.

Para encerrar, uma curiosidade: a marca Lada foi adotada pela AvtoVAZ apenas para exportação. No mercado interno russo os automóveis eram comercializados com a marca Zhiguli, cuja pronúncia semelhante a “gigolô” poderia prejudicar as exportações...

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas.

Comprar ou alugar? Celular por assinatura é solução inteligente em um mundo hiperconectado

Já migramos da “era dos produtos” para a “era dos serviços” há algum tempo. Aderindo aos novos comportamentos dos consumidores, todas as indústrias já abraçaram ou estão prestes a abraçar o modelo de negócio de assinaturas digitais. De alimentos a roupas, celulares e imóveis. Com o *as a service*, sobretudo no ramo dos smartphones, a tecnologia prova ainda mais o seu valor, e a facilidade de acesso a soluções eficientes se mostra mais importante do que a posse de produtos.

O lançamento constante de novos modelos de aparelhos também torna mais difícil a decisão de comprar um celular. Diante disso tudo, a assinatura de smartphones surge como alternativa inteligente e promissora em comparação a uma aquisição, ainda mais quando nos deparamos com um mundo cada vez mais digital e em constante evolução.

Mas quais são, de fato, as principais vantagens de aderir a uma assinatura de celular?

Economia

Em vez de gastar uma quantia significativa na compra de um celular de última geração, os consumidores podem optar por pagar uma taxa mensal mais acessível. Isso favorece o acesso aos smartphones mais recentes sem comprometer o orçamento.

O iPhone 14 Pro, por exemplo, com armazenamento de 128 GB, chegou a custar 38% da média salarial anual de um brasileiro. A informação é do *World of Statistics*, que realizou um estudo para determinar o impacto financeiro da compra de um celular da Apple no orçamento das pessoas ao redor do mundo.

**Atualização constante**

Ao assinar um celular, os usuários têm a flexibilidade de atualizar para um modelo mais recente assim que possível, sem os obstáculos financeiros associados à compra. Isso permite que as pessoas desfrutem das últimas inovações, como melhorias na câmera, processamento mais rápido e recursos adicionais, sem se preocupar com a obsolescência do dispositivo.

Manutenção e seguro

Quando se compra um celular, a responsabilidade pela manutenção e reparos recai sobre o proprietário. Isso pode se tornar um fardo financeiro e logístico expressivo, especialmente em casos de danos acidentais, defeitos de fábrica ou problemas de software. No entanto, ao assinar um smartphone, a empresa

oferece todo o suporte e ainda o consumidor pode contar com proteção completa contra roubo e danos físicos inclusos no valor da mensalidade. Ou seja, a companhia responsável cuida do envio, do gerenciamento, do reparo, da reposição e da segurança, com processos customizados para simplificar a operação.

Sustentabilidade ambiental

Esse modelo de negócio também se consagra uma escolha mais sustentável. Quando os consumidores optam pela assinatura em vez da compra, estão contribuindo para a redução do lixo eletrônico, uma preocupação ambiental. Ao assinar um plano, os celulares são usados por mais tempo, reduzindo o número de aparelhos descartados prematuramente.

Contratação facilitada

A partir da escolha de um plano, o pagamento pode ser feito mensalmente ou anualmente com cartão de crédito. No anual, paga-se 12 mensalidades de uma vez e, se optar pelo mensal, a conta será cobrada sem comprometer o limite do cartão.

A permanência mínima são 12 meses e, após o prazo, o consumidor pode receber até 10% de desconto para continuar com o mesmo aparelho, fazer um *upgrade* para qualquer outro modelo disponível no catálogo ou cancelar o plano e devolver o dispositivo.

Em resumo, considerar a assinatura de celulares em vez da compra se trata nos dias de hoje de uma decisão inteligente para quem busca benefícios da tecnologia móvel sem os inconvenientes financeiros e logísticos da compra de um novo aparelho a cada lançamento.

(Fonte: Leticia Bufarah é Gerente de Marketing da Leapfone – leapfone@nbpress.com.br)

News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

TeamViewer anuncia integração com Lansweeper

A TeamViewer, provedora líder global de soluções de conectividade remota e digitalização de ambientes de trabalho, anuncia integração da plataforma de gestão de ativos de TI Lansweeper à tecnologia TeamViewer de monitoramento e gerenciamento remoto (RMM). O objetivo é fornecer uma solução de gerenciamento abrangente e uni-

ficada para suporte às operações diárias dos departamentos de TI em empresas e indústrias de vários portes e segmentos. Os administradores de TI usuários das soluções TeamViewer poderão usufruir dos recursos potentes de detecção e inventário de ativos de TI da Lansweeper para mapeamento preciso de cada dispositivo conectado à rede, com informações detalhadas de hardware e software que fornecem visibilidade aprimorada de toda a infraestrutura de TI e favorecem a otimização de recursos e a tomada rápida de decisões (www.teamviewer.com).

Editores

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); *Comercial:* Tatiana Sapateiro – tatiana@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)

Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.