

## 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.