O FUTURO DOS MEIOS DE PAGAMENTO E SERVIÇOS FINANCEIROS:

o que rolou no nosso bate-papo



fsb

CONVIDADOS:



Paulo Vicente Alves
Professor da Fundação Dom Cabral

Formado em Engenharia Elétrica pelo IME, tem doutorado em Administração de Empresas e mestrado em Administração Pública, ambos pela FGV. Com experiência profissional nos setores governamental, defesa, aeroespacial, educação e energia, atuou como consultor para BAT (British American Tobacco), IADB/BID, Petrobrás, Shell e o Departamento de Comércio dos Estados Unidos. Foi membro da Strategic Planning Society (SPS-UK) e é membro fundador do Strategic Management Forum.



Marcelo Scarpa

Diretor de Risco e Crédito do digio

Responsável por liderar as áreas de crédito, cobrança e prevenção à fraude do banco digital do grupo Elopar, tem como principal desafio transformar processos analógicos em digitais, contribuindo com a estratégia de transformação da companhia em uma fintech. Formado em Administração pela PUC, com mestrado em Economia pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), Scarpa tem experiência na indústria de serviços financeiros, com foco em análise de crédito, prevenção à fraude, pagamentos, cartão de crédito e riscos de crédito. Trabalhou em empresas como Credicard, Hub Fintech (antiga Vale Presente S.A), Cetelem e Citibank.



Cauê Bispo
Gerente de Produtos da Hash

Iniciou sua carreira em tecnologia na Oracle. Entrou para o mundo de pagamentos no Pagar.me, onde colaborou com a montagem da equipe de Key Accounts após a fusão com a Stone Co. Atuou na Gemalto/Thales atendendo bancos digitais e processadoras. Formado em Engenharia pela Poli, com intercâmbio acadêmico na Universidade Politécnica de Valência, na Espanha, e na Concordia University, em Montreal, no Canadá, tem pós-graduação em finanças pelo Insper. Na Hash desde 2019, atua como Gerente de Produtos, além de desenvolver parcerias e participações em eventos como Bizdev.

TIME FSB



Ana Busch Sócia-diretora da FSB



Rizzo Miranda Diretora de Inovação e Digital da FSB

A extensão dos efeitos que a pandemia de COVID-19 causou na economia está cada vez mais evidente. E o setor financeiro foi fortemente impactado, não só pela queda no volume de transações, mas também pelas mudanças de hábitos que a pandemia provocou.

Esse mercado, que há anos caminha rumo à digitalização, precisou acelerar bruscamente.

Com os novos protocolos da vida cotidiana, difícil imaginar quem esteja confortável, por exemplo, em realizar transações em dinheiro. O que dizer de colocar os dedos nos botões das maquininhas de pagamento. A chegada da Covid-19 acelerou bruscamente o processo de digitalização, forçando empresas e pessoas a se ressignificarem.

Não à toa, vemos um crescimento nos meios de pagamentos online, via links e nas transações contactless, via QR Code ou aproximação. Cresce também a adesão ao uso de cartões de crédito e débito e, com o avanço da tecnologia, novas soluções permitem que transações sejam feitas em poucos cliques, via smartphone.

Com a distribuição do auxílio emergencial oferecido pelo governo, houve ainda um movimento de inclusão no sistema de uma população até então desbancarizada, especialmente pelas vias digitais.

E para movimentar ainda mais o setor, o Facebook fez um anúncio, no último dia 15, de que começa a disponibilizar no Brasil transações financeiras via WhatsApp, inclusive para pessoas físicas. Mais uma opção para consumidores e empresa e mais um passo em direção à democratização dos meios de pagamentos.

Resumo em cinco itens

- TECNOLOGIA E SEGURANÇA
- 2. MUDANÇA DE HÁBITOS
- 3. PESSOA FÍSICA
- 4. PEQUENOS E MÉDIOS EMPREENDEDORES
- 5. WHATSAPP PAY



TECNOLOGIA

- Até o fim de 2019, 45 milhões de pessoas utilizavam apenas dinheiro em papel. A pandemia acelerou a digitalização do setor financeiro, principalmente de meios de pagamentos. A preocupação e os cuidados com a saúde fizeram com as que pessoas não queiram mais lidar com o dinheiro vivo.
- Vivemos um período de DESTRUIÇÃO CRIATIVA. O capitalismo passa por uma intensa transformação, graças ao investimento maciço em tecnologia e a exigência de uma adaptação rápida. A barreira de entrada para o mundo digital caiu, e empresas e pessoas se viram forçadas a migrar quase que completamente para o mundo digital.
- O Brasil possui mais de um smartphone ativo por habitante. O mobile é a bola da vez. A tendência é que, cada vez mais, os dispositivos móveis se tornem o banco das pessoas. São inúmeras as possibilidades de transações que podem ser feitas. Já é possível, por exemplo, abrir uma conta bancária por meio de aplicativos.
- "Data is the new oil": A revolução tecnológica afeta diretamente o modo como lidamos com os dados. Dados serão a peça central da economia nos próximos anos. São eles que permitem o surgimento de novas soluções e que melhoram a experiência do que é oferecido para as pessoas, seja em bancos, meios de pagamento ou compras.
- É preciso ficar alerta ao modo como todos esses dados são captados, armazenados e utilizados. Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) surge para controlar a corrida desenfreada por esse tipo de informação.

MUDANÇA DE HÁBITOS

- A forma de consumo das pessoas também mudou. Porém, nem tudo que é físico vai migrar imediatamente para o virtual. O valor da experiência ainda é muito importante e é o mais difícil de ser adaptado para o mundo digital.
- Por outro lado, o novo normal deve mudar definitivamente o comportamento dos brasileiros. A começar pelo dinheiro: historicamente, a relação do ser humano com o dinheiro muda a cada 50 ou 60 anos. Foi assim com o ouro e sua substituição pelo papel moeda, o surgimento de cheques e a chegada dos cartões de crédito e débito, a partir dos anos 90.
- A tecnologia permitiu a criação de novas modalidades e tem ajudado a disseminar o acesso. A pandemia e a crise foram decisivas na consolidação de novas formas de pensar e agir, mudando permanentemente alguns hábitos.
- O mundo precisou se reinventar e obrigou pessoas e empresas a testarem coisas novas, incluindo a forma como elas utilizam o dinheiro.



PESSOA FÍSICA

- No mundo pré-pandemia, os bancos digitais competiam pelo mesmo perfil de clientes que as instituições tradicionais: os millennials, os desbancarizados e as pessoas que estavam iniciando vida financeira.
- O novo cenário, porém, forçou a entrada de cerca de 50 milhões de pessoas para o universo digital. Essas pessoas precisaram baixar aplicativos e realizar os cadastros de forma 100% online. Essa parcela da população representa uma enorme possibilidade para os bancos digitais durante e pós-pandemia.
- Com o dinheiro fora de moda e a necessidade de atender a população, o digio disponibilizou QR Codes, links de pagamento, estendeu prazos de parcelamento e reduziu juros, além de trazer uma nova proposta de inclusão financeira, com contas totalmente gratuitas
- O desafio agora é segurança das transações. É preciso encontrar soluções para educar e informar a parcela de população que acabou de adentrar ao mundo digital de pagamentos. A tecnologia precisa ser pensada para afinar o padrão de conectividade e os novos modelos de negócio.

PEQUENOS E MÉDIOS EMPREENDEDORES

- Entre 2000 e 2010, os meios de pagamentos foram impactados pelo duopólio entre Visanet e Redecard. Com o marco regulatório de 2013, novos players entraram em cena e, desde então, protagonizam a chamada "guerra das maquininhas", em uma disputa por tarifas menores.
- A terceira onda deve ganhar destaque com as grandes empresas B2B se tornando meios de pagamento para seus clientes representados por pequenos e médios empreendedores.
- Crédito em alta: Em 2019, as transações realizadas por meio de cartões representaram 1/5 do PIB brasileiro, sendo 60% delas apenas em cartões de crédito. Com a digitalização acelerada e o aumento de comprar pela internet, essa porcentagem deve ser ainda maior ao final de 2020.
- A quebra forçada da barreira e as facilidades oferecidas por pagamentos via QR Code, links e por aproximação devem ser parte constante do novo normal.
- Com um modelo de negócios voltado para o universo B2B, a Hash é capaz de transformar grandes empresas em meios de pagamento que, por sua vez, podem oferecer aos pequenos e médios empreendedores novas linhas de crédito, novos canais de venda e saudabilidade financeira. É a porta de entrada para o universo digital.

WHATSAPP PAY

- A nova modalidade veio para somar. É mais uma opção de pagamento para consumidores e estabelecimentos comerciais
- Deve representar uma nova forma de pagamento instantâneo e competir diretamente com as transações via débito, boletos e TED/DOC
- A população brasileira ainda é muito dependente do crédito e do crédito parcelado. Justamente por isso, a nova solução não deve ser adotada imediatamente por uma fatia do mercado.





O CONTEÚDO COMPLETO DO WEBINAR ESTÁ DISPONÍVEL NO CANAL DA FSB COMUNICAÇÃO NO YOUTUBE.



Organização e edição:

Ana Busch, Rizzo Miranda e Gabriela Santi

Conteúdo:

Anne Fadul, Carina Morpurgo, Jennifer Queen, Luiz Filho, Maria Izabel Guimarães e Paula Alface

fsb