

# 2021

***O ano das oportunidades  
para serviços financeiros  
embarcados***

***Zoop***



# Carta do CEO\_

Quando 2020 começou, certamente, ninguém imaginava os desafios que iríamos enfrentar.

A pandemia do novo coronavírus foi responsável por diversas transformações, incluindo uma adoção mais significativa dos canais digitais, tais como compras online e o processo de bancarização de muitos brasileiros.

Para se ter uma ideia, houve um aumento de **47% nas vendas online** no primeiro semestre. Além disso, **36 milhões de pessoas** que não tinham qualquer registro em programa social ou banco passaram a usar soluções digitais para receberem o Auxílio Emergencial.

Paralelamente a esses pontos, o Banco Central colocou em prática uma série de medidas que movimentaram (positivamente) o mercado de serviços financeiros. Aqui, estamos falando em ações como o **lançamento do Pix**, as **novas regulamentações** para fintechs, o **Sandbox Regulatório** e o **Open Banking**.

Todas essas mudanças, de comportamento e de legislação, abrem um mar de oportunidades para empresas que desejam embarcar serviços financeiros e construir novos produtos e serviços, centrados nas demandas do cliente.

É sobre isso, e muito mais, que vamos conversar agora!

**Fabiano Cruz,**  
**CEO da Zoop.**



01.

Página 04 – 08

## **OPEN BANKING E OPEN FINANCE: O CLIENTE NO CENTRO**

O compartilhamento de dados permite conhecer melhor o cliente e, com isso, oferecer soluções mais pontuais às suas necessidades.

02.

Página 09 – 13

## **EMBEDDED FINANCE: SUA EMPRESA SERÁ UMA FINTECH**

Empresas não financeiras oferecem soluções inovadoras de contas digitais, crédito e meios de pagamento embarcando a tecnologia das “fintechs as a service”.

03.

Página 14 – 20

## **A DIGITALIZAÇÃO DO DINHEIRO**

A adoção de carteiras digitais e dos pagamentos instantâneos ganha escala, tornando a circulação do dinheiro cada vez mais digital.

04.

Página 21 – 25

## **REGISTRO DE RECEBÍVEIS: COMPETITIVIDADE EM ANTECIPAÇÕES**

Alteração da regulamentação dando mais visibilidade aos recebíveis, maiores ofertas de crédito aos estabelecimentos comerciais e aumento na competitividade entre os players desse setor.

05.

Página 26 – 30

## **A TECNOLOGIA A FAVOR DA INCLUSÃO**

As soluções de Embedded Finance como ferramenta de inclusão bancária e social de milhões de brasileiros.

01

# **OPEN BANKING E OPEN FINANCE: O CLIENTE NO CENTRO DOS NOVOS PRODUTOS FINANCEIROS**



A **regulamentação do Open Banking**, o sistema financeiro aberto do Banco Central, trouxe uma série de oportunidades de negócios, mesmo para empresas que não têm o seu core business no mercado de serviços financeiros.

O Open Banking, que passará a se chamar Open Finance aqui no Brasil, devido a sua abrangência, é um conjunto de regras e tecnologias que vão permitir o compartilhamento de dados e serviços de clientes entre instituições financeiras por meio da integração de seus respectivos sistemas.

O princípio fundamental do Open Banking é o consentimento do usuário. Ou seja, as empresas só poderão compartilhar informações de um cliente (seja pessoa física, seja pessoa jurídica), se este solicitar e autorizar esse processo.

A partir do momento que o cliente bancário fornece essa autorização, a instituição bancária é obrigada a fazer o compartilhamento dos seus dados.

***O Open Banking permitirá que as grandes inovações em serviços financeiros venham de fora da indústria bancária. Quanto a isso, as fintechs estão prontas para oferecer soluções inovadoras, simples e centradas nas necessidades dos clientes.***



Com o Open Banking, todo o mercado financeiro deverá adotar uma camada de tecnologia padronizada – uma forma de comunicação fácil para simplificar a portabilidade de dados.



Com esta portabilidade, o cliente consegue levar todas essas informações para onde quiser, sem ter que começar um relacionamento do zero com uma nova instituição financeira.



Open Banking reduzirá a barreira de entrada para novos serviços e produtos, criando um ambiente mais competitivo e com mais opções para o consumidor.

## A opinião do especialista\_

**Gustavo Gierun**, sócio da Distrito, destaca que uma das principais mudanças promovidas pelo Open Banking no Brasil é o fato de o cliente ter liberdade de escolher com qual instituição ou empresa vai se relacionar para consumir determinado produto ou serviço, sem ter que começar um relacionamento do zero.

*“Esse histórico do consumidor com diversas empresas será mantido e estará à disposição de novos concorrentes, para que novos produtos ou serviços sejam oferecidos da melhor maneira possível.*

*Com isso, é possível oferecer soluções mais customizadas e adequadas ao perfil de consumo daquele cliente específico.*

*Além disso, o Open Banking vai ser capaz de reduzir a barreira de entrada, principalmente para produtos financeiros, democratizando o acesso a empréstimos e a outros tipos de serviços que, muitas vezes, a pessoa não consegue hoje em dia.*





*As oportunidades são imensas e só dependem da criatividade dos empreendedores para encontrarem o melhor ângulo de como utilizar essas informações compartilhadas.*

*Pessoalmente, acredito que o varejo físico e online, além dos marketplaces, certamente serão muito beneficiados. Haverá uma fluidez muito maior no processo de compra, principalmente quando ela for parcelada.*

*Com o Open Banking qualquer empresa ou indústria, independentemente do seu setor, vai poder melhorar a experiência do seu usuário ou do seu consumidor. Ou seja, a tendência é que todos acabem, de uma maneira ou de outra, provedores de serviços financeiros — área de varejo, logística etc.*

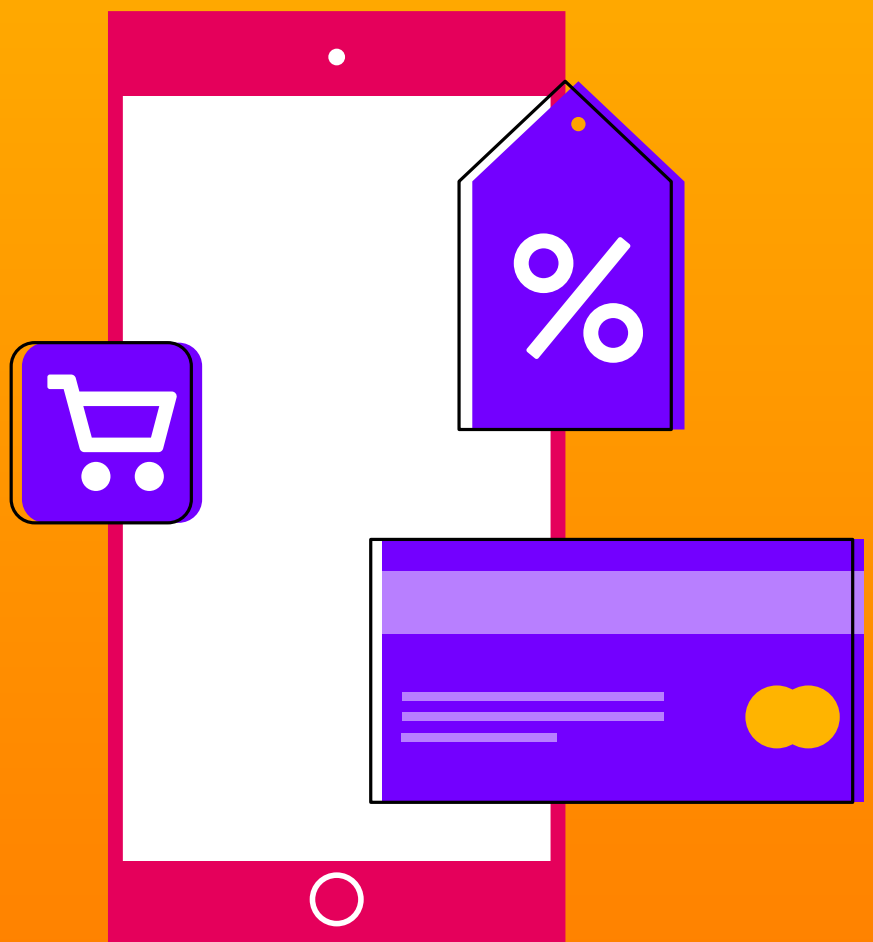
*Mas, para isso, será preciso um período de amadurecimento desse mercado, no qual os empreendedores e as próprias corporações vão testar as suas hipóteses e de como construir produtos e serviços, ou experiências melhores para os seus clientes”.*

**[Clique e leia mais sobre o assunto no Zoop Blog\\_](#)**





# ***EMBEDDED FINANCE: SUA EMPRESA SERÁ UMA FINTECH***



O Embedded Finance consiste na oferta de serviços financeiros por empresas que não têm o seu core business nesse setor, tais como o varejo, bigtechs, entre outras. A aceleração desta tendência se dá graças à solução de **Banking as a Service** oferecida pelas fintechs, possibilitando que companhias de diversos segmentos criassem e entregassem as suas próprias contas digitais, por exemplo.

Essa adesão dos grupos varejistas aos serviços financeiros os coloca em uma posição bastante privilegiada quando comparados a bancos tradicionais, na disputa por novos clientes. Suas marcas têm uma reputação bastante sólida perante as classes econômicas C, D e E, fundamental para quem pretende gerenciar dinheiro de terceiros.

Somado a isso, dispõem de uma rede de lojas físicas (ou de vendedores porta a porta) que representam um importante canal “offline” de relacionamento com os clientes. Canal esse que pode ser utilizado, por exemplo, para saque ou depósito de dinheiro em espécie.

***Com soluções como o Banking as a Service, oferecidas por fintechs, empresas de diferentes setores podem oferecer serviços financeiros a seus clientes, sem ter que desenvolver plataformas próprias.***

## ***As maiores vantagens do Embedded Finance***

O uso de uma fintech embarcada a esses negócios também contribui para aumentar o volume de vendas, ampliando o acesso a crédito via financeira própria.

À medida que o mercado consumidor dessas empresas amadurece, ou seja, o seu financial deepening, esses negócios podem oferecer produtos de terceiros para os seus clientes, tais como seguros, previdência, financiamentos, entre outros.

Em termos de modelo de negócio, as fintechs embarcadas normalmente levam vantagem, já que têm um Custo de Aquisição de Clientes (CAC) mais baixo e podem obter maior valor por cliente (Lifetime Value, LTV), pois também oferecem produtos e serviços não financeiros.

***Empresas não financeiras – como varejistas, operadoras de telefonia e prestadores de serviço – ofertam soluções inovadoras de contas digitais, crédito e meios de pagamento embarcando a tecnologia das “fintechs as a service”.***

## A opinião do especialista\_

**André Calabro**, diretor executivo na Via Varejo, ressalta que os serviços financeiros embarcados, abrigados no conceito de Embedded Finance, representam oportunidades de novas receitas para empresas de diferentes setores, além de promoverem a fidelização de suas bases de clientes.

*“Seja um varejista, seja uma empresa de telecomunicação, o Embedded Finance diz respeito a como esses negócios conseguem proporcionar algo além dos serviços que já entregam.*

*No caso do varejista, é mais do que só vender um produto. É incluir na jornada do consumidor serviços financeiros que façam com que esse tenha uma relação muito próxima e duradoura com as empresas que não são do mercado financeiro”.*

A Casas Bahia, por exemplo, usou o seu histórico de crediário, que abrange um público muito grande não bancarizado (ou sub-bancarizados), para proporcionar a esses clientes inclusão financeira por meio de uma conta digital.





*“O varejo é um canal de democratização e de inclusão financeira da população de baixa renda brasileira. Esse setor tem uma responsabilidade e uma oportunidade muito grande de trazer essas pessoas que hoje estão fora do sistema financeiro e poder proporcionar serviços que façam diferença na vida delas.*

*Estamos falando de pessoas que não têm o meio digital como uma ferramenta fácil de lidar. Quando a gente faz uma conta digital simples, conseguimos agrupar esses dois conceitos, ou seja, que o consumidor tenha um serviço financeiro que esteja atendendo às suas necessidades por um meio fácil de uso que ele ainda não conhece.*

*Usamos as lojas das Casas Bahia para que, justamente, caso esse cliente tenha alguma dificuldade, possa usá-las como ponto de aconselhamento, de retirada de dúvidas. Em outras palavras, usar as lojas como uma agência bancária”, finaliza, Calabro.*

**[Clique e leia mais sobre o assunto no Zoop Blog\\_](#)**

03

# A DIGITALIZAÇÃO DO DINHEIRO



A adoção de carteiras digitais e dos pagamentos instantâneos ganha escala, tornando a circulação do dinheiro cada vez mais digital. Muitas pessoas realizaram compras virtuais ou movimentaram suas contas bancárias online pela primeira vez durante a quarentena.

De acordo com o [relatório](#) da Abecs (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços), nos três primeiros semestres de 2020 foi registrado R\$ 1,38 trilhão em pagamentos digitais, valor 8,1% superior ao mesmo período do ano anterior, mesmo em um contexto de crise.

Parte deste resultado se deve ao pagamento do Auxílio Emergencial, por meio do aplicativo Caixa Tem. A solução acelerou o processo de digitalização dos serviços financeiros, popularizando a utilização das carteiras digitais pelos consumidores de baixa renda.

A pandemia também acelerou a adoção de pagamentos por aproximação, segundo o mesmo estudo da Abecs. As transações Contactless cresceram +478,7% até o terceiro trimestre de 2020. Da mesma forma, houve avanços nos pagamentos por [QR Code](#), em especial por meio de E-wallets que dão direito a benefícios - por exemplo, Cashback.

Outro fator que tende a estimular ainda mais as transações digitais em 2020 é o Pix, sistema de pagamentos instantâneos do Banco Central, lançado em novembro passado. Em um mês de operação, 44 milhões de pessoas e 3 milhões de empresas já haviam cadastrado ao menos uma chave Pix.



# O avanço dos meios de pagamentos digitais no Brasil\_

**40%**

dos brasileiros já usam meios  
de pagamento digitais\*

**+8,1%**

em pagamento digitais  
(JAN-SET/20)\*\*

**+478,7%**

em pagamentos por  
aproximação (JAN-SET/20)\*\*

No Brasil, há mais de

**600**

carteiras digitais para uso\*\*\*

**44 milhões de pessoas e  
3 milhões de empresas**

já cadastraram ao menos uma chave Pix.\*\*\*\*

Fontes:

\* Estudo "Generation Pay"/Savanta

\*\* Abecs - (Associação Brasileira das Empresas de  
Cartões de Crédito e Serviços)

\*\*\* Distrito

\*\*\*\* Banco Central

## A opinião do especialista\_

Bruno Diniz, co-fundador da Spiralem

Bruno Diniz, co-fundador da consultoria Spiralem e professor da FGV, reforça que o crescimento dos meios de pagamentos digitais continuará acelerado em 2021.

*“Não podemos esquecer que 2020 acabou trazendo também uma forte mudança de comportamento. Muitas pessoas fizeram a sua primeira compra nesse período de isolamento, e a recorrência de compras online só tende a aumentar.*

*Outro ponto importante diz respeito à ajuda governamental. Com o programa Caixa Tem para distribuição do chamado “corona voucher”, tivemos muitas pessoas fazendo download do app e, várias, tendo o primeiro contato com o meio digital, com o jeito de consumir produtos e serviços financeiros digitalmente.*

*Segundo dados da Mastercard, houve um crescimento de 197%, entre janeiro e novembro, das operações contactless. Isso é, de fato, o legado que a gente acaba levando para os próximos anos”.*



Diniz também pontuou que o Pix será outra alavanca no processo de digitalização dos meios de pagamento.

*“O Pix entrou no ar em novembro de 2020, e ainda temos uma trajetória para percorrer até que as pessoas incorporem esse novo hábito e passem a utilizar mais frequentemente no seu dia a dia.*

*Ainda é cedo para avaliar os impactos e a mudança de comportamento das pessoas, até porque quando a gente olha toda a abrangência do Pix, ele pode substituir desde boleto a pagamentos no ponto de venda, transferências (TED) etc.*

*Digo até que quem vai ajudar no drive de utilização do Pix é o próprio varejo. Os varejistas, pequenos comerciantes, aos poucos, vão introduzindo essa nova ferramenta, compreendendo que ela pode impactar positivamente a questão das transações, e também na questão da instantaneidade do recebimento de recursos”, destaca Bruno.*



## A opinião do especialista\_

Vitor Magnani, presidente na ABO20 e do Conselho de Comércio Eletrônico da FecomercioSP

Vitor Magnani, presidente na ABO20 e do Conselho de Comércio Eletrônico da FecomercioSP, acredita que cada vez mais os meios de pagamentos digitais irão substituir a circulação de moeda em espécie.

*“As novas gerações estão usando cada vez mais as plataformas e meios de pagamento digitais. Além disso, essas tecnologias estão cada vez mais acessíveis”, opina.*

Além da diminuição da circulação do papel moeda, Magnani também acredita que as operações cartão de débito devem perder ainda mais espaço para novos métodos de pagamento, como o Pix, carteiras digitais e outras ferramentas semelhantes.





*“Hoje, com uma única experiência de pagamento digital, você não vê mais sentido em usar aquele cartão, seja por essa razão de sustentabilidade, seja porque é muito mais fácil, amigável e livre sair sem esse recurso no bolso”, explica.*

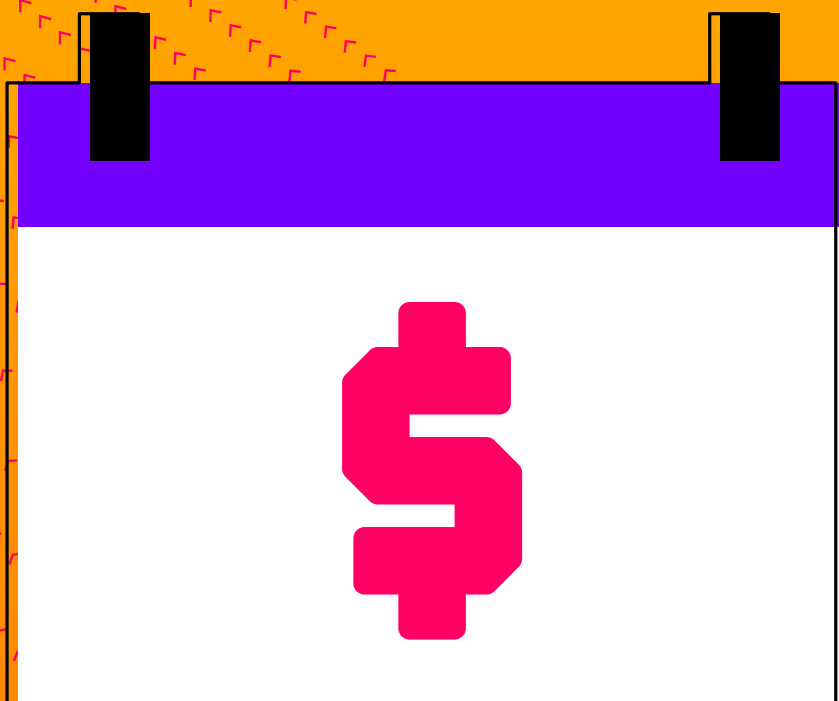
Além das mudanças para consumidores, o especialista também destaca que os novos métodos de pagamentos digitais também trazem inúmeros benefícios para as empresas. *“O Pix será uma grande alavanca para o empresariado brasileiro que vai poder ter um fluxo de caixa em poucos segundos, diferentemente dos pagamentos em outras modalidades, como crédito e até boleto”.*

***[Clique e leia mais sobre o assunto no Zoop Blog\\_](#)***



04

# REGISTRO DE RECEBÍVEIS: COMPETITIVIDADE EM ANTECIPAÇÕES



A partir de 17 de fevereiro de 2021, uma nova regulamentação do Banco Central do Brasil institui registro de recebíveis de cartões de pagamento. O recebível corresponde à receita que um lojista tem a receber com as vendas realizadas por meio de cartão de crédito ou de débito. Na prática, com o registro, os lojistas poderão acessar, de forma mais segura, empréstimos garantidos por esses recebíveis ou mesmo vendê-los no mercado.

Atualmente, todos os recebíveis de um lojista ficam à disposição da instituição financeira de pagamento na qual esse obteve crédito. Com a nova regulamentação, a partir de fevereiro, os estabelecimentos comerciais poderão utilizar essas operações como garantia quando forem pedir crédito em diferentes instituições credenciadas no SFN (Sistema Financeiro Nacional).

A flexibilização das regras para a antecipação de recebíveis de cartões promovem mais liberdade ao comerciante para escolher o banco, o adquirente ou a instituição de pagamento no qual prefere fazer a sua antecipação de recebíveis.

***Em 2021, os lojistas terão acesso a realizar a antecipação dos seus recebíveis (crédito) com preços mais competitivos. Graças às novas condições do registro de recebíveis, os comerciantes terão liberdade para escolher com que banco ou instituição farão as suas antecipações, gerando, assim, oportunidades também para novos entrantes nesse mercado.***



# *O potencial do mercado de Recebíveis*

## *R\$ 1 tri*

é o valor movimentado em recebíveis de  
cartão de crédito em 2019

## *R\$ 1,8 tri*

por ano é o potencial do mercado de  
crédito garantido por recebíveis de cartão

## A opinião do especialista\_

**Leiziane Oliveira**, coordenadora de Regulatório da Zoop, destaca que essa mudança na regulamentação de recebíveis será bastante benéfica para os estabelecimentos comerciais, que terão acesso melhor a crédito com tarifas menores.

*“As negociações baseadas em recebíveis já existem hoje – esse mercado de antecipação é de mais de R\$ 1 tri. No entanto, têm taxas muito altas e uma procura reduzida pelos próprios estabelecimentos, porque os bancos não incentivam tanto esse modelo de concessão de crédito.*

*Isso acontece porque o banco não tem a visualização se, de fato, aquele recebível existe, bem como não tem a certeza se aquele estabelecimento já não negociou esse montante com outro banco ou até mesmo com a credenciadora. Por isso, acaba tornando as taxas de concessão de crédito mais altas.*

*Com essa visibilidade, aumentará a oferta de contratos de crédito, da própria antecipação dos recebíveis pela instituição financeira, porque a visibilidade diminui o risco de negociação”.*



Leiziane explica que, com a nova regulamentação, as credenciadoras e subcredenciadoras são obrigadas a registrar, junto a uma registradora autorizada pelo Banco Central, todos os valores a serem recebidos pelos estabelecimentos comerciais relativos a transações via cartão de crédito.

*“Acredito que haverá um crescimento no número de concessões de crédito com garantia de recebíveis, e com taxas menores para os estabelecimentos comerciais devido à diminuição do risco para a instituição financeira de esse crédito não ser quitado”.*

Com relação às novas oportunidades geradas, Leiziane destaca que, na verdade, a cessão de crédito em si, que é a compra desse recebível por alguém que tenha dinheiro para pagar por ele, pode ser feita por qualquer pessoa.

*“Ou seja, não precisa, necessariamente, ser realizada por uma instituição financeira, banco, financeira etc. Esse processo pode ser efetuado por qualquer pessoa jurídica, ou mesmo física, que tenha condições de pagar por esse recebível, assumindo, assim, o lugar do estabelecimento no momento de receber esse valor posteriormente”, finaliza.*

**[Clique e leia mais sobre o assunto no Zoop Blog\\_](#)**



05

# A TECNOLOGIA A FAVOR DA INCLUSÃO



Ainda que a adesão aos serviços financeiros digitais tenha aumentado nos últimos tempos, o número de pessoas desbancarizadas ainda é alto no Brasil.

Esse problema ficou ainda mais claro com o pagamento do Auxílio Emergencial, que expôs de forma mais evidente o número de pessoas que, até então, não tinham nenhum relacionamento bancário. Com movimento de aberturas de contas digitais, por meio do aplicativo Caixa Tem, 9,8 milhões de pessoas foram incluídas no sistema bancário.

Segundo o Banco Central, 175,4 milhões de pessoas têm algum tipo de relacionamento bancário. Porém, a instituição contabiliza todos os relacionamentos ativos (não encerrados), mesmo que possuam saldos muito baixos ou que não registrem movimentações por longos períodos. Ou seja, mesmo havendo vínculo bancário, grande parte destas contas não são efetivamente utilizadas.

Um caminho para modificar esse cenário é utilizar a tecnologia como ferramenta para promover essa inclusão bancária, ponto que também leva à inclusão social e à melhoria de diversos campos da vida das pessoas. Utilizando a tecnologia é possível criar serviços bancários para atender a população de menor renda de forma justa, simples e transparente.

# *Dados sobre a tecnologia a favor dos desbancarizados\_*

## **45 milhões**

de brasileiros são desbancarizados, ou seja, não movimentam a conta bancária há mais de seis meses ou que optaram por não ter conta em banco.\*

## **9,8 milhões**

de cidadãos que não tinham qualquer vínculo com instituições financeiras foram bancarizados por meio do Caixa Tem, para pagamento do Auxílio Emergencial\*\*

## **24 milhões**

de cidadãos foram efetivamente bancarizados pelo Caixa Tem, entre os que não tinham qualquer relacionamento bancário e os que tinham contas sem movimentações recentes.

## **35 bilhões**

foram movimentados em operações de débito no Caixa Tem (MAR-SET/2020)\*\*\*

Fontes:

\*Instituto Locomotiva

\*\* Caixa Econômica Federal

\*\*\* Abecs - (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços)



## A opinião do especialista\_

A Conta Black é um exemplo de solução que, amparada na tecnologia, surgiu com o objetivo de atender uma parcela da população que não se sentia contemplada pelo modelo bancário tradicional. Ou seja, desde de sua concepção, a solução foi desenvolvida para atender necessidades específicas de seus clientes: empreendedores e profissionais liberais negros.

**Fernanda Ribeiro**, co-fundadora da instituição, explica:

*“A Conta Black surgiu dentro de uma associação de empreendedores e profissionais liberais, todos negros, com o objetivo de conectar essas pessoas para gerar o que a gente chama de ‘black money, que é a circulação do dinheiro dentro da comunidade negra.*

*Com isso, começamos a notar alguns gaps financeiros dentro do meio que a gente vivia. Por exemplo, constatamos que a maioria não tinha conta bancária ou não tinha acesso a ferramentas financeiras que permitissem recebimento de pagamentos, utilização de cartão, etc. A partir desse fio condutor nasceu a Conta Black, como uma ferramenta de inclusão financeira por meio de uma conta digital”.*







Fernanda também destaca o papel da tecnologia promover a inclusão financeira:

*“Embora o mundo inteiro tenha encontrado um cenário totalmente diferente por conta da pandemia, o ano de 2020 foi muito útil para dar luz a temas relacionados ao financeiro que a gente já vinha falando há muito tempo, como a desbancarização, por exemplo.*

*As fintechs estão conectadas às pontas (clientes) e conseguem enxergar melhor os problemas e os desafios, com uma lupa diferente dos grandes bancos, que têm a sua lucratividade inalterada independentemente do cenário.*

*Por conta disso, cada vez mais a tecnologia será uma aliada dos processos financeiros. Cada vez mais as fintechs começam a olhar essas questões e trazer novas soluções. Acho que, para 2021, devem surgir diversas possibilidades e o cliente final é quem vai sair ganhando”*

**Clique e leia mais sobre o assunto no Zoop Blog\_**



# *Como a Zoop pode lhe ajudar a criar os serviços financeiros do futuro, em 2021?*

Na Zoop, desenvolvemos tecnologia para que nossos parceiros criem, hoje, os serviços financeiros do futuro.

Converse conosco sobre as soluções que temos para o seu negócio!

Acesse o site da Zoop



**Zoop**

Tecnologia para  
os **bancos do futuro.**

