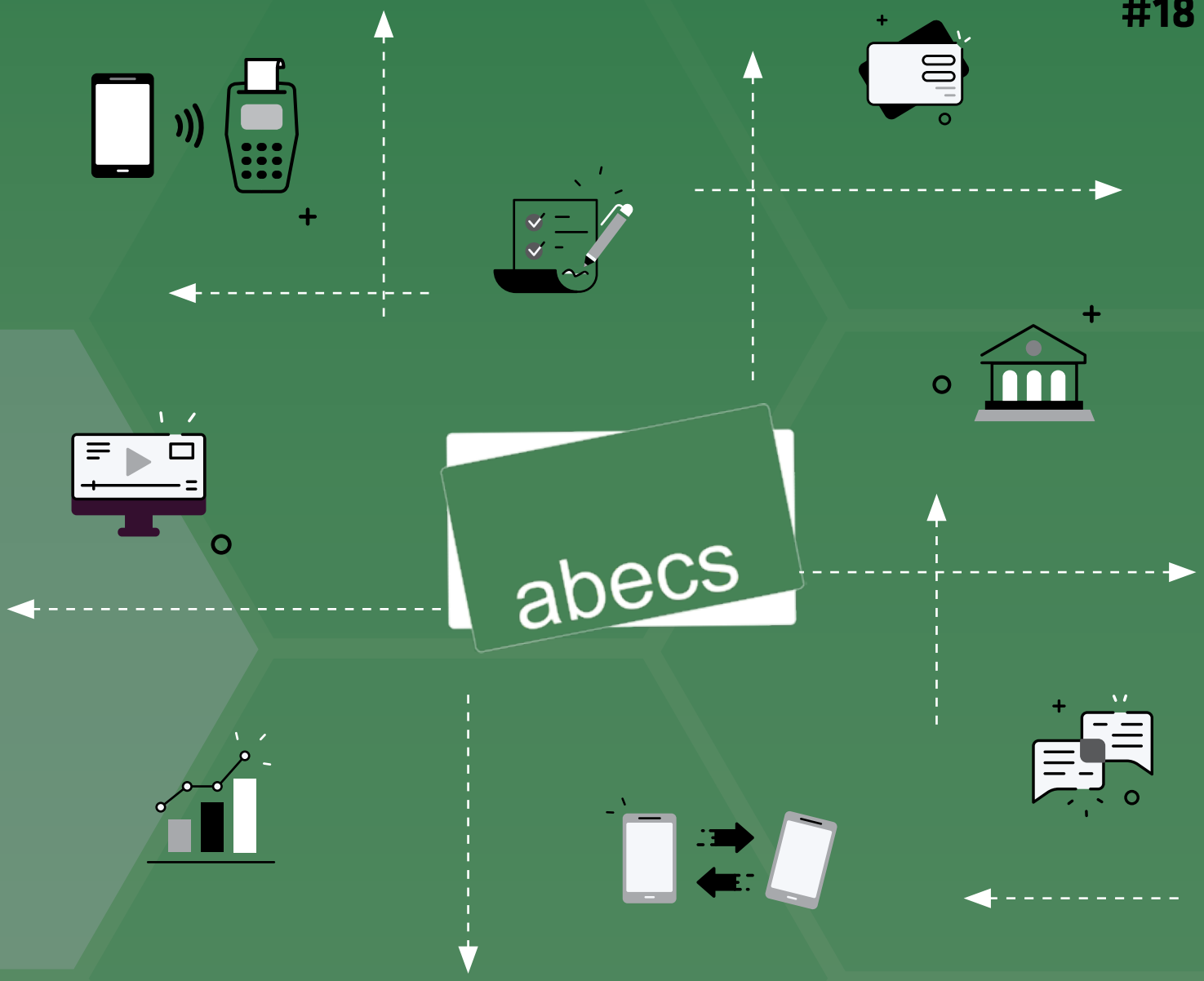
PANORAMA

ABECS
#18



NO CENTRO DO DEBATE

Como entidade que representa os meios eletrônicos de pagamento, Abecs conta com estrutura para promover debate e produzir conteúdo de qualidade

ENTREVISTA
O secretário de Desburocratização e a digitalização de processos

REGULAÇÃO
Diretor do Banco Central e as mudanças no sistema financeiro

SEGURANÇA
Transações online tão confiáveis quanto as presenciais

5º PRÊMIO abecs MELHORES PRÁTICAS

Valorizando as iniciativas de sucesso

36 PROJETOS INSCRITOS, concorrendo em 5 categorias.

Nesta edição, o Prêmio passa a ter 1 vencedor em cada categoria:

- **Novos produtos e serviços**
- **Segurança e prevenção a fraudes**
- **Atendimento ao consumidor (usuário)**
- **Atendimento ao cliente (estabelecimento)**
- **Inclusão e acessibilidade**

Confira a lista de projetos inscritos no site do Prêmio Abecs:
www.abecs.org.br/premio

Editorial

Muito além das cifras

NÚMEROS SÃO APENAS NÚMEROS sem uma história que os contextualize no tempo. Ao longo dos últimos anos, o setor de meios eletrônicos de pagamento construiu uma narrativa que tem diferentes indicadores como personagens marcantes, mas eles não são os únicos dados que importam. Além do que as planilhas e os gráficos dizem, essa é uma trajetória de muitas conquistas em inovação, inclusão financeira, competitividade e mudança de hábitos por parte das pessoas na relação com seus gastos e suas economias.

Desde a sua fundação, em 1971, a Abecs ajuda a construir os meandros desse mercado, participando ativamente da sua constante evolução. Esse é o contexto da matéria de capa desta edição: a contribuição da entidade para a atualidade, que se traduz em cerca de 40 mil transações realizadas por minuto pelos brasileiros, com seus cartões de débito, crédito e pré-pagos, totalizando R$ 850 bilhões transacionados apenas no primeiro semestre de 2019.

Mais do que atuar pelos interesses diretos das suas associadas – que representam 96% do mercado de meios eletrônicos de pagamento no País –, a Abecs se envolve diretamente em debates sobre normas regulatórias, campanhas educativas que fomentam o uso consciente do cartão, intensa comunicação com todos os seus públicos, organização de eventos e premiações que incentivam as boas práticas do setor, além, é claro, de um intenso trabalho dos seus comitês e grupos de trabalho, em torno de questões amplas ou específicas do setor.

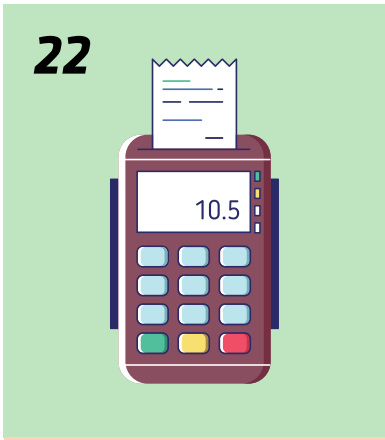
Todas essas conquistas explicam o motivo de, hoje, a Abecs ter um passado marcante e um futuro promissor – sem esquecer o presente, refletido nos demais temas da revista, como o open banking, o crescimento da competitividade na adquirência, os investimentos em segurança das transações e o uso da tecnologia de aproximação, entre outros temas.

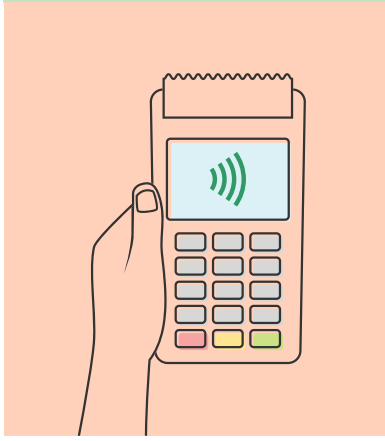
Ou seja, são muitos motivos para reconhecer que essa é uma narrativa que continua sendo escrita a muitas mãos, com a Abecs sempre no centro do debate. Boa leitura.

Pedro Coutinho
Presidente da Abecs

PANORAMA
ABECS

NOVEMBRO —— 2019





CONSELHO EDITORIAL
Ricardo de Barros Vieira | Bruno Nogueira | Bruno Rossi | Carolina Juzwiak | Comitê de Comunicação Abecs

PRODUÇÃO EDITORIAL

PROS

Edição - Leandro Rodriguez e Maitê Casacchi
Textos - Daniella Turano, João Pedro Petrini, Maitê Casacchi e Pedro Gavioli
Design - Vitória Bernardes
Impressão - Ipsis

SUMÁRIO

06 GIRO
O que é notícia na Abecs e no setor de meios eletrônicos de pagamento

10 REGULAÇÃO
O diretor do BC João Manoel Pinho de Mello fala sobre o momento vivido pelos meios eletrônicos de pagamento

16 ENTREVISTA
Paulo Uebel, secretário de Desburocratização, explica como a digitalização de processos beneficia a população

22 ADQUIRÊNCIA
Aumento da concorrência entre credenciadoras traz vantagens para lojistas e consumidores

24 MATÉRIA DE CAPA
Abecs é protagonista quando o assunto são meios eletrônicos de pagamento. Conheça a Associação

30 OPEN BANKING
A ideia de que o consumidor é dono de seus dados bancários chega ao Brasil

32 TRANSPORTE PÚBLICO
Em projeto piloto, paulistanos podem pagar o ônibus no débito e no crédito

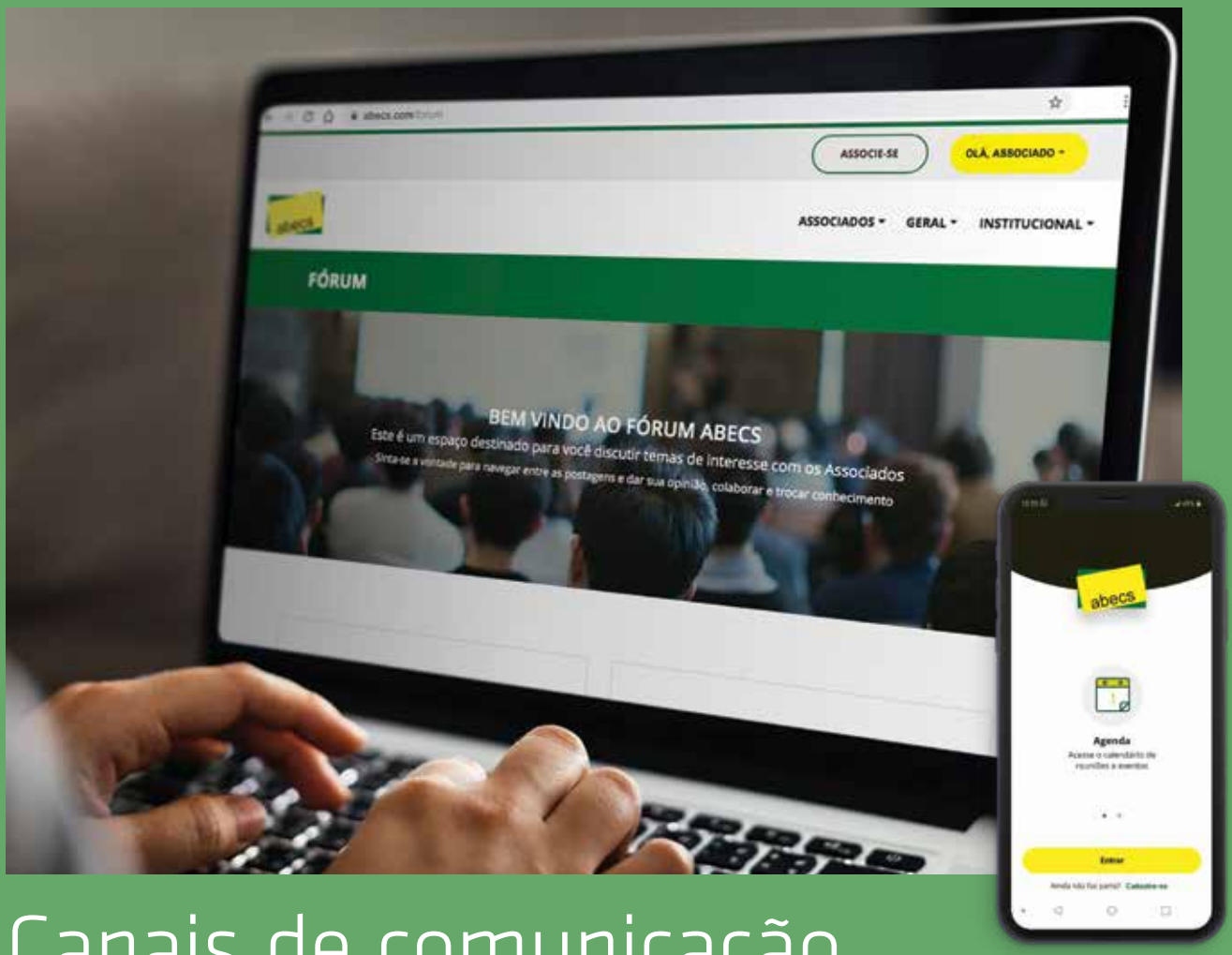
34 CONVENÇÃO DE REGISTRADORAS
Lojista agora pode negociar com qualquer instituição financeira a antecipação de suas vendas

36 SEGURANÇA
Depois de minimizar fraudes em transações presenciais, setor quer fazer o mesmo para compras online

40 INCLUSÃO FINANCEIRA
Projetos que estimulam a bancarização e o acesso dos brasileiros aos pagamentos eletrônicos

44 MONITOR ABECS
Os números do mercado de meios de pagamento no primeiro semestre de 2019

50 COLUNA
José Vicente, reitor da Faculdade Zumbi dos Palmares, fala sobre desigualdade racial no mercado de trabalho



Canais de comunicação mais próximos ao associado

O SITE DA ABECS (ABECS.ORG.BR) passou por uma reorganização. As informações disponíveis na página estão, agora, divididas entre as que são de interesse do público geral e as que são destinadas ao associado Abecs.

Interessados no assunto continuam tendo acesso às publicações da Associação, às ferramentas de educação financeira (simulador de despesas, cartilhas, tarifas de cartões), à agenda de cursos e CMEP, aos levantamentos e pesquisas feitos periodicamente pela Abecs e a notícias do setor.

Na aba Associados, os profissionais encontram diversas informações do interesse deles, reunidas em um só lugar: comunicados, agenda e atas de comitês, normas de autorregulação e programa de compliance – além de ter acesso a um fórum exclusivo para associados. É preciso estar cadastrado e ter uma senha para acessar essa seção.

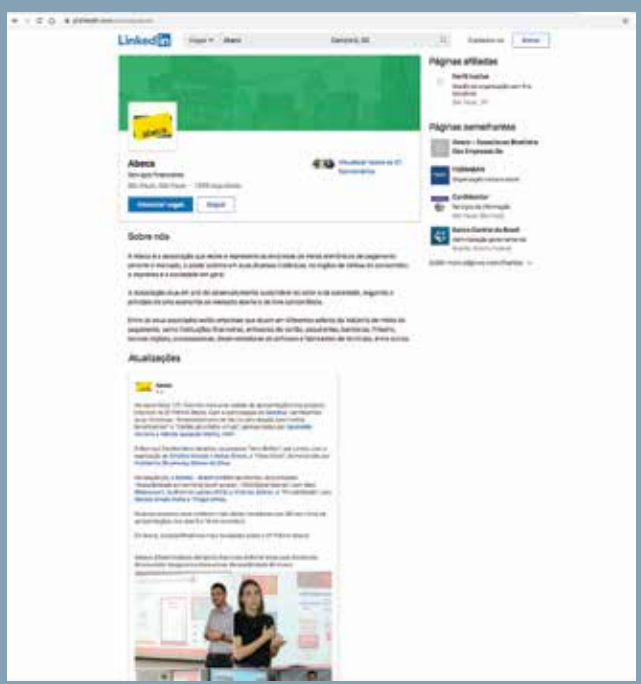
O design do site também foi atualizado e agora é responsivo. O usuário que entrar no abecs.org.br pelo smartphone verá um layout totalmente adaptado a esse dispositivo.

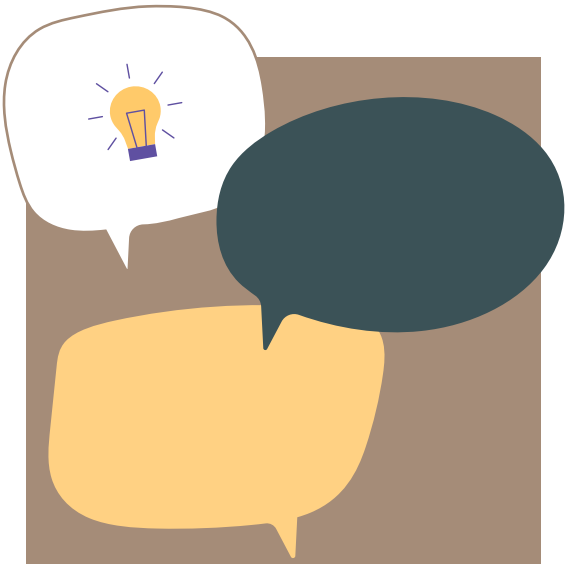
E para estreitar ainda mais a comunicação com seus associados, a Abecs lançou um aplicativo, para Android e iOS, de uso exclusivo desses profissionais. O app dá acesso às atas e agenda do comitê que cada associado participa, e ele pode incluir o calendário de reuniões em sua agenda pessoal, para não perder nenhuma data.

Abecs na rede

A ABECS CONTA AGORA com uma página no LinkedIn, principal rede social focada em relacionamentos profissionais e negócios. Trata-se de mais uma iniciativa da Associação com o objetivo de estar cada vez mais próxima dos seus públicos, gerando e disseminando conteúdo relevante sobre a indústria de meios de pagamento. A página traz informações sobre o universo dos pagamentos digitais, como números oficiais do setor, novidades regulatórias, estudos e pesquisas, divulgações à imprensa, tendências de mercado, campanhas e eventos, entre outras.

Siga a Abecs:





Café com presidente

COM O OBJETIVO DE PROMOVER um intercâmbio contínuo de ideias dentro da Associação, a Abecs tem realizado uma série de encontros entre representantes das empresas associadas e membros da Diretoria. A iniciativa abre mais um espaço para que todos possam dividir percepções, preocupações e sugestões, o que contribui para melhorias e para o fortalecimento do setor de meios eletrônicos de pagamento e da própria Abecs. Até o momento, cerca de 20 associados já participaram dos encontros, que devem continuar ocorrendo no próximo ano.

Crediário no cartão: você decide onde e como parcelar

youtube.com/abecsdicas

A ABECS LANÇOU, no segundo semestre deste ano, uma campanha online para divulgar o crediário no cartão de crédito, nova opção de financiamento oferecida pelo emissor do cartão.

Na videoaula *Crediário no Cartão – Como Funciona*, o Professor Pachecão explica a mecânica e a forma de contratação do produto. Além de mostrar o passo a passo da transação, o Professor ressalta que, antes de usar, é importante planejar, para que as parcelas caibam no orçamento familiar e o cartão de crédito não seja usado como complemento de renda ou segundo salário. Lançado há pouco mais de dois meses, o vídeo já conta com quase 10 milhões de visualizações.

A campanha conta também com uma página na internet (www.abecs.org.br/crediario), com um passo a passo do funcionamento, as perguntas mais frequentes acerca do produto e, ainda, uma lista de vantagens do crediário para o consumidor e para o lojista.

Abecs engajada na inclusão de jovens negros no mercado de trabalho

NO SEGUNDO SEMESTRE deste ano, a Abecs lançou o projeto Diversidade Racial: Capacitação de Jovens Talentos para o Mercado de Trabalho. Por meio de um programa educacional e do engajamento das empresas associadas, o projeto procura diminuir a desigualdade entre brancos e negros no setor empresarial.

O programa é fruto de uma parceria da Abecs com o Instituto Febraban de Educação (Infi) e com a Faculdade Zumbi dos Palmares.

Durante três meses, jovens negros inscritos no programa aprendem fundamentos sobre o mercado, visitam empresas potencialmente empregadoras e assistem a palestras de profissionais dessas entidades. Ao fim do curso, eles são chamados a participar de processos seletivos nas organizações engajadas com o projeto e, assim, a começar a conquistar mais espaço no mercado financeiro – e, mais especificamente, nas empresas de meios eletrônicos de pagamento.

5º Prêmio Abecs de Melhores Práticas já tem finalistas

A 5ª EDIÇÃO DO PRÊMIO ABECS de Melhores Práticas teve 36 projetos inscritos e está em fase de avaliações.

As iniciativas foram apresentadas a uma comissão avaliadora, composta por sete membros, que atribui pontuações de acordo com os critérios de inovação, sustentabilidade, relevância e institucionalização e abrangência.

Os dez projetos que receberam as maiores pontuações (dois finalistas por categoria) voltam à sede da Abecs em 11 de dezembro para mais uma rodada de apresentações – agora, a uma comissão julgadora, que escolherá o projeto vencedor de cada categoria.

Os finalistas e as categorias são:

ATENDIMENTO AO CLIENTE (ESTABELECIMENTO COMERCIAL)
- → "Bom para quem vende, melhor para quem compra", Acqio
- → "Parceria Visa e Credz", Visa

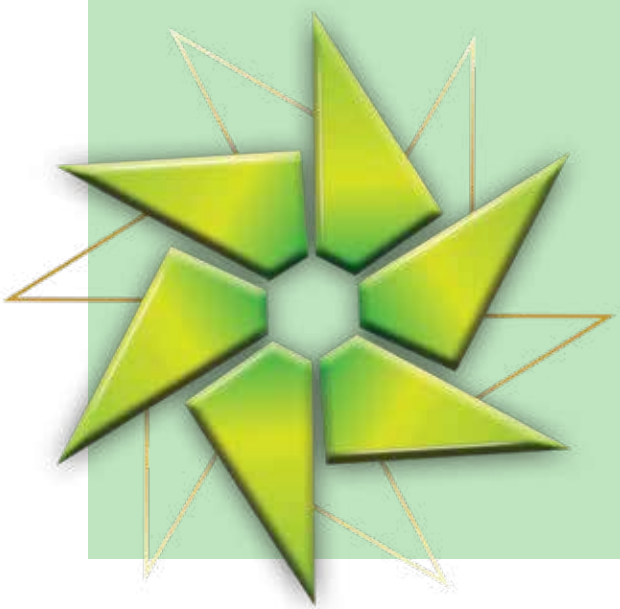
ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (USUÁRIO)
- → "Atendimento via WhatsApp com IA", Banco do Brasil
- → "Visa Causas", Visa

INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE
- → "Acessibilidade em terminal touchscreen – POS Digital Getnet", Getnet
- → "Voltando a Sonhar", Paypal

NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS
- → "Portabilidade", Getnet
- → "Agência Smart Cafeara", Sicredi

SEGURANÇA E PREVENÇÃO A FRAUDE
- → "3DS 2.0", Banco do Brasil
- → "Tokenização", Visa

O resultado final será apresentado durante a 14ª edição do Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento – CMEP, nos dias 24 e 25 de março de 2020.



Regulação

Concorrência, eficiência e inclusão financeira

EM ENTREVISTA EXCLUSIVA, O DIRETOR DO BANCO CENTRAL JOÃO MANOEL PINHO DE MELLO FALA SOBRE AS MUDANÇAS ESTRUTURAIS PELAS QUAIS O SISTEMA FINANCEIRO BRASILEIRO ESTÁ PASSANDO, COM OPEN BANKING, PAGAMENTOS INSTANTÂNEOS E AMBIENTE MAIS COMPETITIVO

por MAITÊ CASACCHI

DIRETOR DE ORGANIZAÇÃO do Sistema Financeiro e de Resolução do Banco Central (BC) desde o início deste ano, João Manoel Pinho de Mello é atuante em temas regulatórios que envolvem o incentivo à concorrência e a democratização do acesso ao sistema financeiro. Defensor de medidas capazes de baratear o custo do crédito ao consumidor, como o cadastro positivo e as fintechs de crédito, João Manoel espera que o cliente tenha cada vez mais serviços financeiros à sua disposição, por meio da "diminuição de barreiras à entrada de novos agentes econômicos e maior liberdade de oferta de produtos e serviços, seja pela inovação tecnológica, seja pelo desenvolvimento de novos negócios que requeiram a atualização da regulação vigente". Segundo ele, a competitividade – não por acaso, um dos quatro pilares da Agenda BC# – acarretará em mudanças profundas, com repercussões no sistema financeiro como um todo, "em termos de concorrência, ganhos de eficiência, inclusão financeira e custos de produtos e serviços".

Confira a íntegra da entrevista que o economista paulista concedeu à **Panorama Abecs**.

O SISTEMA FINANCEIRO BRASILEIRO PASSA POR PROFUNDAS MUDANÇAS EM SUA ESTRUTURA. DE FORMA GERAL, COMO O SENHOR ENXERGA O MOMENTO VIVIDO PELO SISTEMA FINANCEIRO NO BRASIL?

As mudanças tecnológicas são profundas e estão se refletindo especialmente no tocante à obtenção, custos e intercâmbio de informações.

Pelo lado da oferta, a revolução dos sistemas de conexão entre instituições financeiras e seus clientes vem se refletindo numa mudança estrutural da matriz do sistema financeiro. A estrutura vertical, em que cada instituição detém o controle dos seus processos e clientes, vai dando lugar a uma estrutura horizontal, ou modular, na qual os serviços financeiros são oferecidos por uma rede de fornecedores hiperconectados, conformando o ecossistema financeiro. Esse processo leva a uma diluição de custos e a um ganho potencial de eficiência nunca vistos. A escala de produção, um diferencial competitivo até então crucial no sistema financeiro, deixa de ser relevante para o produto final, já que parte dos custos pode

FOTO: RAPHAEL RIBEIRO / BCB

ser compartilhada ou adquirida no mercado. Essa mudança potencializa os ganhos da especialização e reduz os riscos de abuso de poder de mercado. Produtos como processamento e armazenamento de dados, análise e classificação de crédito e cobrança, que antes dependiam da escala de cada instituição para serem financeiramente viáveis, hoje podem ser compartilhados, num processo denominado de "comoditização" de custos.

Nessa nova estrutura, os grandes bancos vão deixando de ser ilhas autossuficientes de produção e comercialização de serviços para se tornarem vértices de uma ampla plataforma.

Ao quebrar a barreira da escala e dos custos e criar novos nichos de mercado, a modularização potencializa a entrada de novos competidores no sistema financeiro, cuja viabilidade depende mais do grau de inovação que podem oferecer do que do capital que conseguem mobilizar. Com isso, ganham os clientes, que passam a contar com produtos de melhor qualidade e menor custo, e as instituições de menor porte, que passam a atuar em mercados até então inviáveis por falta de escala, informação ou tecnologia. Um exemplo é a relação simbiótica que vem se estabelecendo entre empresas especializadas na análise de risco de crédito por meio de nuvens de dados e inteligência artificial e as pequenas instituições de crédito focadas na captação e intermediação de recursos, mas sem escala para desenvolver modelos próprios de risco.

A tecnologia e a modularização podem, ainda, dar origem a novos serviços ou modelos de negócios, também com potencial para alterar a lógica organizacional do sistema financeiro. Um exemplo são as contas de pagamento, que vêm substituindo as contas de depósito à vista como serviço financeiro de ancoragem do relacionamento com clientes. Com isso, instituições de pagamento de menor porte podem oferecer aos clientes soluções financeiras mais completas, integradas às suas necessidades de racionalização de custos e simplificação operacional.

> "A liberdade de escolha inverte a lógica negocial: não é mais o cliente que necessita se adaptar à experiência provida pela instituição financeira, mas as instituições financeiras que precisam conhecer, se adaptar e prover a melhor experiência para o cliente"

Do lado da demanda, o movimento permite que o cliente deixe a condição de "commodity" de instituições financeiras para a de agente ativo, com poder de escolha.

FOTO: DIVULGAÇÃO BCB

Essa inversão de sinais no relacionamento negocial impacta a concorrência, os ganhos de eficiência, os custos de produtos e serviços e a inclusão financeira. A disputa por clientes acirra a competição e força os preços para baixo. Além disso, força o sistema financeiro a prospectar clientes nos extratos até então excluídos e que, com as novas tecnologias e achatamento das margens obtidas com os clientes tradicionais, se tornam atraentes, rentáveis e até objeto de disputa. Um exemplo são os modelos de negócio de microcrédito baseados em alta tecnologia ou terceirização de parte da metodologia própria obrigatória, que alguns bancos vêm demonstrando que podem ser tão ou mais rentáveis do que as carteiras tradicionais de crédito.

E DO PONTO DE VISTA DA REGULAÇÃO, COMO ESSAS MUDANÇAS TÊM OPERADO?

Para o regulador, esse novo ecossistema impõe diversos desafios ao seu modelo tradicional de supervisão, focado na estabilidade: agora ele também é instado a garantir competição, eficiência, democratização do acesso e oferta de produtos e serviços moduláveis e a baixos custos.

Um primeiro desafio vem com a horizontalização do processo produtivo, que faz com que o ecossistema financeiro não obedeça mais ao perímetro regulatório formal. E não haveria como ser de outra forma, já que o nosso perímetro tem por base uma estrutura definida na lei bancária de 1964, que vem sendo adaptada ao longo do tempo, como ocorreu recentemente com a regulamentação das fintechs de crédito.

Além de lidar com um perímetro regulatório mais fluído, o regulador está sendo compelido a rever a própria estrutura interna desse perímetro. Como os processos passam a ocorrer de forma descentralizada, o foco da regulação passa das instituições para as atividades. Um exemplo é o sistema de pagamentos: não conseguimos visualizar plenamente as funções e os riscos de cada instituição sem considerar o processo de pagamentos como um todo, em que cada agente é elo de uma corrente de procedimentos, riscos e controles interconectados.

Por sua vez, a redefinição das funções dos agentes impõe a necessidade de rever os critérios de segmentação e autorização das suas atividades, de forma que reflitam a real organização da indústria financeira e sejam permeáveis às novas tecnologias e modelos de negócio. Supervisionar e monitorar a organização do sistema financeiro passa a ser parte do processo global de supervisão, junto com a supervisão de riscos e de conduta. O menu de autorizações do regulador financeiro precisa ser amplo e versátil, e atender à variedade de apetites, bolsos e gostos dos clientes, com modelos de negócio cada vez mais inovadores e especializados.

Além disso, a dependência crescente da tecnologia da informação e o fenômeno da hiperconexão mundial impõem ao regulador a necessidade de endereçar novos riscos, de natureza operacional, os chamados "cyber-riscos", que se tornam tão ou mais relevantes que os riscos tradicionais de crédito, mercado e liquidez. O controle desses novos riscos exige uma ação concertada do regulador em interação com os reguladores de outras jurisdições, já que as possibilidades de falhas e ações de hackers não obedecem fronteiras regulatórias ou nacionais.

A nova realidade exige uma estrutura regulatória flexível. Há vários exemplos de medidas regulatórias visando maior agilidade dos processos de licenciamento. Entre eles podemos citar a regulamentação, no ano passado, das sociedades de crédito direto e das sociedades de empréstimo entre pessoas (as chamadas fintechs de crédito), sujeitas a critérios menos exigentes de capital e outros requisitos, e o estabelecimento de prazos máximos para o licenciamento de todo tipo de instituição. Num

futuro próximo, teremos a regulamentação do regime de sandbox, um tipo de autorização experimental e limitado, para permitir o teste controlado de novas tecnologias.

Por fim, nesse ambiente cada vez mais diversificado, impõe-se como desafio ao regulador proteger e estimular a liberdade de escolha dos clientes e equalizar as condições de competição entre instituições financeiras. São vários também os exemplos de ações regulatórias nessa direção: as regras que garantem a portabilidade de operações de crédito; as exigências de interoperabilidade entre estruturas de pagamento; a obrigatoriedade de registro de ativos ou liquidação de transações em ambientes centralizados; e, num futuro breve, o compartilhamento amplo de informações entre instituições financeiras por meio do mecanismo de open banking.

O SENHOR É UM CONHECIDO DEFENSOR DE UM AMBIENTE FINANCEIRO PRÓ-CONCORRENCIAL. ALÉM DA RECENTE REGULAMENTAÇÃO DAS FINTECHS DE CRÉDITO, QUE TIPO DE MEDIDAS O BANCO CENTRAL PRETENDE ADOTAR PARA INCENTIVAR ESSE AMBIENTE?

A promoção da concorrência se constitui em uma política pública que visa prover eficiência na alocação de recursos e, consequentemente, a competitividade de um determinado setor econômico. No caso do Sistema Financeiro Nacional, há de se destacar que a competitividade é um dos quatro pilares da Agenda BC#. Nesse sentido, destaco o decreto que simplificou o procedimento de autorização para atuação de instituições financeiras estrangeiras no Brasil, assim como o Cadastro Positivo, que possibilitarão melhores condições de oferta no mercado de crédito.

Considerando as ações que já foram encaminhadas, o BC trabalha nos Projeto de Lei das Infraestruturas do Mercado Financeiro (LIMF) e de Resolução Bancária, nos Sistemas de Pagamentos Transfronteiriços, no aprimoramento das Linhas de Assistência Financeira de Liquidez (AFL) e no Sandbox Regulatório.

Essas medidas têm como foco a diminuição de barreiras à entrada de novos agentes e maior liberdade de oferta de produtos e serviços, seja pela inovação tecnológica, seja pelo desenvolvimento de novos negócios que requeiram a atualização da regulação vigente.

> “A regulamentação do open banking no Brasil é apenas a ignição de um processo de ruptura, não o marco de uma mudança imediata. Essa é uma iniciativa regulatória que trará benefícios crescentes ao cidadão brasileiro ao longo dos próximos anos”

QUE PAPEL A ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES NO MERCADO FINANCEIRO TEM NO TÃO NECESSÁRIO PROCESSO DE INCLUSÃO FINANCEIRA?

As novas tecnologias contribuem para acelerar o processo de inclusão financeira ao reduzirem custos de transação e criarem novos modelos, adaptados às necessidades de cada cliente. A redução dos custos de obtenção e processamento de informações por meio de plataformas mobile permite às pessoas de mais baixa renda adquirir serviços financeiros que antes não conheciam ou com os quais não podiam arcar. Os serviços de pagamento e as contas pré-pagas são um bom exemplo disso.

Por outro lado, recursos como inteligência artificial e cadastro positivo estão dando às instituições financeiras um volume de informações sobre clientes a custos e com amplitude bastante favorecidos, permitindo-lhes reduzir a assimetria de informações que tradicionalmente existe nessa faixa de entrada ao sistema financeiro.

Nesse processo, as novas instituições podem atuar de duas formas: de um lado, provendo soluções tecnológicas diferenciadas para o mercado, seja como prestadoras de serviços ou parceiras de outras instituições financeiras; de outro, concorrendo diretamente com as instituições já estabelecidas, com produtos diferenciados ou mais competitivos. De ambas as formas, os novos concorrentes atuam na chamada franja competitiva, que são as fronteiras de mercado com espaço ainda para ocupar. Esse processo limita o poder de mercado das instituições que já atuam nesses nichos e as estimula a oferecer condições igualmente favoráveis aos clientes, sob o risco de perdê-los para os concorrentes.

> Bigtechs como Amazon e Google são prestadoras de serviços de informação para diversas instituições financeiras, mas se discute se e como serão reguladas como prestadoras de serviços financeiros. Enquanto se discute, elas vão aumentando o escopo de atuação e a rede de relacionamentos, estabelecendo riscos sistêmicos cada vez mais relevantes

OS PAGAMENTOS INSTANTÂNEOS ESTÃO PRESTES A SE TORNAR REALIDADE NO BRASIL. QUE IMPACTO TERÃO NO JEITO QUE O BRASILEIRO FAZ SUAS TRANSFERÊNCIAS FINANCEIRAS? E TAMBÉM PARA OS PARTICIPANTES DO SETOR DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO?

O ecossistema de pagamentos instantâneos será um ambiente aberto, em que vai ser possível a transferência de recursos de uma conta transacional de qualquer participante diretamente para uma conta transacional de qualquer outro participante (sendo o Banco Central, enquanto provedor do sistema de liquidação, o único intermediário). A estrutura aberta, incluindo a possibilidade de participação de iniciadores de pagamento (que serão regulados no âmbito do projeto de open banking), garantirão o acesso e o surgimento de participantes que ofertem serviços diferenciados que atendam às necessidades dos usuários.

Do ponto de vista do usuário, o objetivo é construir soluções que tornem o pagamento instantâneo tão fácil, simples e rápido quanto uma transação em dinheiro. Para tanto, os pagadores poderão iniciar pagamentos por três formas: utilizando chaves ou apelidos para a identificação da conta transacional, como o celular, o CPF, o CNPJ ou um e-mail; por meio de QR Code; ou por meio de tecnologias que permitam a troca de informações por aproximação, como a *near field communication* (NFC).

A utilização de chaves facilitará a iniciação do pagamento, em comparação com TED ou DOC. Para utilização de QR Code, será estabelecido um padrão de QR Code para que sua leitura seja realizada a partir de qualquer tipo de smartphone, inclusive os mais simples. Os pagamentos também poderão ser iniciados a partir da leitura, pelo recebedor, de QR Code gerado pelo próprio usuário pagador.

Espera-se que a diminuição do número de intermediários na cadeia de pagamentos leve a um custo de aceitação menor que o dos demais meios eletrônicos. A disponibilização imediata dos recursos otimizará a gestão do fluxo de caixa dos recebedores, reduzindo sua necessidade de crédito. Outro benefício é a facilidade de automação e de conciliação dos pagamentos. As informações agregadas, que cursarão junto com a ordem de pagamento, permitirão o desenvolvimento de soluções tecnológicas que integrem os sistemas dos usuários recebedores, automatizando e dando agilidade aos processos.

Usuários pagadores e recebedores podem ser qualquer pessoa natural, jurídica ou ente governamental que possua conta transacional (conta corrente, poupança ou de pagamento) em qualquer instituição financeira ou instituição de pagamento.

O OPEN BANKING É CAPAZ DE IMPULSIONAR A INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E DE MODELOS DE NEGÓCIO DENTRE OS INSTRUMENTOS FINANCEIROS E OS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO?

O desenvolvimento do ecossistema do open banking é comparado à jornada da própria internet: no início, não se vislumbrava a extensão de possibilidades que o novo ambiente oferecia; hoje, a ferramenta é onipresente na jornada digital cotidiana. Esse é o cenário para o open banking: ainda não é possível vislumbrar todas as possibilidades que se abrem quando a criatividade de empreendedores se encontra com o acesso autorizado a dados de clientes.

Estamos falando em reduzir a tradicional barreira à entrada relacionada à assimetria de informações. Desse modo, viabiliza-se o ingresso de novos players que vão

competir pelo cliente, ofertando produtos e serviços de melhor qualidade, mais customizados, mais convenientes e a preços mais razoáveis. Conceitos como customer centricity (centralidade do cliente), persona (perfil do cliente) e pain points (pontos de dor) a serem endereçados, apenas para citar alguns, entrarão cada vez mais no vocabulário dos provedores de produtos e serviços financeiros e de pagamentos. Como resultado, tem-se não apenas mais inovação, mas uma inovação centrada na agregação de valor para o consumidor.

Um segundo aspecto diz respeito à potencialização do uso das novas tecnologias hoje disponíveis, como a inteligência artificial, a aprendizagem de máquina e ferramentas de big data. Quanto mais dados estejam disponíveis, mais e melhores informações serão geradas em benefício do cidadão.

EM TERMOS REGULATÓRIOS, QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES DO BC EM RELAÇÃO À IMPLEMENTAÇÃO DO OPEN BANKING NO PAÍS?

Além da preservação da segurança do sistema financeiro e da proteção dos consumidores, o Banco Central tem a preocupação de que o open banking seja implementado na forma e no prazo necessários para assegurar que os objetivos de política pública sejam alcançados. Isso significa que tanto a regulação como a autorregulação precisarão ter como metas o aumento da eficiência e da competição e a diminuição do custo de prover serviços financeiros, tudo isso para benefício do consumidor. O compartilhamento de dados não é um fim em si mesmo, mas um meio para que esses objetivos sejam alcançados.

FOTO: DIVULGAÇÃO BCB

Um processo que garanta a segurança da informação é essencial para que o open banking tenha credibilidade. Mas é igualmente relevante encontrar o delicado equilíbrio entre segurança, eficiência e conveniência na jornada do usuário. Além de segura, a jornada precisa ser o mais simples e mais fluida possível. Como assegurar que o cliente será informado de maneira clara sobre o que será compartilhado, por que período e com que finalidade, ao mesmo tempo em que se assegura que não haverá prejuízo à fluidez da sua jornada? Esse é um ponto de atenção do BC, que será abordado tanto na regulação como na autorregulação que darão suporte ao projeto.

Pleno alcance dos objetivos de política pública, segurança e experiência do cliente; essas são as preocupações que hoje estão no topo da nossa agenda.

MESMO COM TODOS OS AVANÇOS DOS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO, O DINHEIRO CONTINUA SENDO LARGAMENTE USADO NO BRASIL. QUAIS SÃO OS EFEITOS DISSO E COMO A ATUAL GESTÃO DO BC LIDA COM A QUESTÃO?

Não se pode negar que o dinheiro é considerado cômodo por parte dos usuários. Ele tem aceitação compulsória, é anônimo, e, em geral, não tem seu o custo claramente percebido. Movimentar dinheiro de um lado para outro e disponibilizá-lo aos clientes requer uma enorme logística, agravada por seu risco inerente. Isso sem falar no custo para o Estado, com a emissão de notas. Outro ponto diz respeito ao mal uso do dinheiro (como sonegação fiscal e lavagem de dinheiro), o que também acaba trazendo custos para nossa sociedade.

Nesse aspecto, a função do Banco Central é coordenar os agentes de mercado para permitir uma maior substituição do dinheiro pelos instrumentos eletrônicos de pagamento. Esse papel é exercido de diversas formas, seja regulando o setor; promovendo a cidadania financeira (para usar instrumentos eletrônicos de pagamento, é preciso ter acesso a algum tipo de conta) ou, ainda, provendo serviços diretamente, a fim de garantir que os instrumentos eletrônicos de pagamento sejam mais baratos e atendam às necessidades dos usuários, como é o caso de nossa atuação nos pagamentos instantâneos.

Assim, acredito que é pela atuação conjunta do regulador e dos agentes de mercado, em uma saudável interação, que será possível diminuir a necessidade de uso do dinheiro para a realização de pagamentos em nosso País.

Entrevista

Por uma sociedade mais digital e inclusiva

PAULO UEBEL, SECRETÁRIO ESPECIAL DE DESBUROCRATIZAÇÃO, GESTÃO E GOVERNO DIGITAL, FALA SOBRE A A DIGITALIZAÇÃO DO PAGAMENTO DE IMPOSTOS, TRANSFORMAÇÃO QUE PODE ACELERAR A INCLUSÃO FINANCEIRA NO PAÍS

por DANIELLA TURANO

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL é uma realidade que traz enormes desafios para governos e empresas de todos os portes e segmentos. A complexidade da mudança vai do modelo de negócio ao âmbito fiscal – a tributação pública, afinal de contas, pode ser extremamente beneficiada pelos avanços tecnológicos, capazes de tornar transações mais eficientes, de melhorar a relação entre governo e cidadãos e, até, de atingir os não bancarizados.

A simplificação e convergência de processos de pagamento de impostos por meios digitais é uma das frentes de trabalho da Secretaria de Governo Digital, ligada ao Ministério da Economia e que atua junto ao Tesouro Nacional e à Receita Federal.

A mudança não é simples. E o advogado gaúcho Paulo Antonio Spencer Uebel é um dos responsáveis pela tarefa: especialista em direito tributário, financeiro e econômico e com experiência tanto na iniciativa pública como privada, Uebel é, desde janeiro de 2019, secretário especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital.

Em entrevista exclusiva à **Panorama Abecs**, Uebel fala sobre as estratégias do governo para criar uma economia inclusiva e uma máquina estatal mais célere. "Um dos pilares da transformação digital é a interoperabilidade dentro do governo e a oferta de serviços de governo como plataforma. Isso aumenta a eficiência dos processos para o Estado e, principalmente, para a sociedade, e reforça o ecossistema de segurança e proteção à privacidade", afirma.

E completa: "Trabalhamos para não vermos mais cidadãos peregrinando por órgãos públicos respondendo a questionários idênticos com dados pessoais para obter cada serviço público".

FOTO: DIVULGAÇÃO

> A transformação digital é questão de sobrevivência para a administração pública. Com 126 milhões de brasileiros acessando a internet, a expectativa de qualidade passa por essa transformação

QUAL É A IMPORTÂNCIA DE SE TER UM TRABALHO DEDICADO À SIMPLIFICAÇÃO DE PROCESSOS NA ESFERA GOVERNAMENTAL E QUAIS IMPACTOS POSITIVOS ESSA INICIATIVA PODE GERAR PARA A ECONOMIA E PARA O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS?

A transformação digital, simplificando processos, com foco na entrega de valor para a sociedade, é não só fundamental como uma questão de sobrevivência para a administração pública. Os cidadãos esperam que o governo seja um prestador de serviços e, em um país onde 126 milhões de pessoas acima dos 10 anos acessam a internet frequentemente, a expectativa de qualidade passa pela transformação digital.

O Ministério da Economia, por meio da Secretaria de Governo Digital, articula esse movimento de mudança de cultura no Executivo e fomenta iniciativas de outros poderes e esfera. Nossa grande participação é na disponibilização de plataformas que deem suporte na resolução de problemas comuns dos órgãos públicos. Agimos para tornar os serviços mais práticos e as soluções mais ágeis. O resultado acaba mudando o modelo mental.

Em 2018, mapeamos cerca de 2,8 mil serviços ofertados pelo governo federal para cidadãos, organizações e outros entes – somente 41% deles podiam ser acessados digitalmente. Hoje já são 3,3 mil serviços mapeados e evoluímos para 51% de ofertas digitais.

Isso é resultado do esforço conjunto de todos os órgãos com que colaboramos para promover ao menos um primeiro ciclo de transformação para 400 serviços este ano. Essa era nossa meta para 2019, alcançada em nove meses. Nosso objetivo é que o número che-

gue a mil novos serviços transformados em digitais até o fim de 2020.

Mantendo esse ritmo, e nos desafiando a promover a transformação de todos os serviços até o fim de 2022, podemos gerar uma economia anual de ao menos R$ 7 bilhões para o governo e para o cidadão (somente com redução de custos diretos dos processos, sem estimar ganhos de oportunidade). A economia também é de tempo, uma vez que as pessoas não precisam ir às repartições públicas nem gastar com deslocamento ou despachantes, na tentativa de contornar a burocracia e resolver suas solicitações.

EXISTE UMA RELAÇÃO INTRÍNSECA ENTRE A DESBUROCRATIZAÇÃO E A EVOLUÇÃO DO MUNDO DIGITAL, QUE, NA MAIORIA DAS SITUAÇÕES, OFERECE SOLUÇÕES ÁGEIS, COMPACTAS E SEGURAS PARA AS QUESTÕES DO DIA A DIA. COMO O DIGITAL PODE CONTRIBUIR PARA SIMPLIFICAR A RELAÇÃO ENTRE O CIDADÃO BRASILEIRO E O GOVERNO?

Trabalhamos focados nos serviços do governo para a sociedade, na melhoria da qualidade e conveniência. Queremos evoluir da oferta exclusiva em modalidades presenciais e telefônicas para atuar também em plataformas digitais, mais eficientes, menos custosas para a sociedade e o governo. Não podemos atender o cidadão do século 21 com modelos institucionais do século 19 e tecnologia da informação baseada no papel.

O exemplo do INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) é emblemático. Priorizamos a transformação digital nesse órgão e entregamos serviços que beneficiam importante parcela da população. Hoje, um cidadão pode gastar meia hora entre a solicitação de sua aposentadoria e a resposta do pedido. Basta acessar o portal gov.br.

Alguns números dessa transformação no INSS são impactantes. Em janeiro, 8% dos usuários da Previdência Social usavam algum canal digital da instituição. Atualmente, são 70%. Apenas em 2019, 74 dos 96 serviços do INSS foram transformados em digitais, com economia total de R$ 750,6 milhões – R$ 609,9 milhões para a sociedade e R$ 140,7 milhões para o governo.

O tamanho da demanda do INSS permite entender melhor a importância dessa transformação: os serviços transformados apenas este ano somam 11,5 milhões de demandas/ano dos usuários. Todas essas demandas passam a ter solução simplificada e mais ágil.

E a transformação se reflete em agências do INSS mais vazias, com melhor atendimento também nesses canais para quem ainda precisa se deslocar para atendimento. Internamente, os órgãos públicos também podem aproveitar melhor a mão de obra qualificada de seus servidores em processos mais estratégicos e impactantes.

O brasileiro pode, hoje, acessar as informações da Carteira de Trabalho, solicitar a aposentadoria por tempo de contribuição, o auxílio-maternidade rural, o benefício assistencial da pessoa com deficiência e o Certificado Internacional de Vacinação e Profilaxia via canais digitais. O portal único do governo, o gov.br, dá acesso aos serviços.

Os serviços transformados em digitais em 2019 representam 17,7 milhões de demandas por ano em 24 diferentes órgãos federais. "Serviços fáceis de acessar, com soluções rápidas, é um legado que queremos entregar ao País. E também uma nova cultura de serviço público", afirma Paulo Uebel.

FOTO: DIVULGAÇÃO MINISTÉRIO DO TRABALHO

Paulo Uebel assumiu, no início deste ano, a Secretaria de Governo Digital

OS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO REPRESENTAM UMA EVOLUÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E SÃO RESPONSÁVEIS POR CERCA DE 40 MIL TRANSAÇÕES POR MINUTO NO BRASIL, APESAR DE AINDA RESPONDEREM POR APENAS 40% DO CONSUMO PRIVADO. COMO O SENHOR ENXERGA O PAPEL DOS PAGAMENTOS DIGITAIS NA BUSCA POR PROCESSOS MAIS EFICIENTES E DE QUE FORMA O SETOR DE CARTÕES PODE CONTRIBUIR PARA A DESBUROCRATIZAÇÃO NO ÂMBITO DOS PAGAMENTOS?

O alinhamento dos pagamentos públicos às práticas modernas de transações digitais, já utilizadas por grande parte dos cidadãos, deve contribuir ainda mais para a desburocratização dos serviços.

O cenário atual é de grandes desafios. Um exemplo são os pagamentos de taxas e impostos federais por meio de documentos, como a Guia de Recolhimento da União (GRU) e o Documento de Arrecadação de Receitas Federais (DARF).

No caso de serviços públicos, como emissão de passaportes ou taxas aeroportuárias, o cidadão deve gerar uma GRU (ou várias, a depender do caso). A diversidade de documentos e regras de exclusividade de pagamento, compensação e preenchimento são dificultadores. Não são raras as vezes em que o cidadão comete enganos no pagamento, o que gera mais atrasos na prestação de serviços.

A pessoa também arca com prejuízos financeiros por pagamentos de quantia maior ou realiza pagamentos indevidos para um determinado órgão público. O tempo de compensação pode ser de até 72 horas após o pagamento, acarretando custos adicionais ao cidadão ou ao empreendedor que está precisando do serviço.

Enfim, são muitas as complicações que precisamos eliminar no serviço público com medidas de desburocratização. E um avanço nesse sentido é a publicação do Decreto 10.046/2019, no último dia 10 de outubro, que estabeleceu parâmetros para o compartilhamento de dados no âmbito da administração pública federal.

A DIGITALIZAÇÃO E A EVOLUÇÃO DAS TECNOLOGIAS DE PAGAMENTO PODEM ACELERAR O PROCESSO DE INCLUSÃO FINANCEIRA NO PAÍS? QUAIS SÃO OS DESAFIOS QUE O GOVERNO ENXERGA PARA AVANÇAR NESSA QUESTÃO, DADO QUE AINDA EXISTE UM GRANDE CONTINGENTE DE CIDADÃOS À MARGEM DO SISTEMA FINANCEIRO?

Certamente pode acelerar, sim. Há um contingente de pessoas não bancarizadas e que se encontram fora da economia formal. Ou seja, não possuem sequer acesso a crédito e poderiam estar contribuindo mais efetivamente para o crescimento econômico do País.

O principal desafio a ser vencido é reconhecer esse cidadão no mundo digital por meio de uma identidade

> Não podemos atender o cidadão do século 21 com modelos institucionais do século 19 e tecnologia da informação baseada no papel

segura e baseada em preceitos modernos de segurança, como a checagem digital de biometria. Acredito que a biometria será o incentivo para a inclusão financeira da população não bancarizada, principalmente o cidadão de baixa renda.

Esse tipo de tecnologia, aliada a um olhar para as necessidades da sociedade, em especial daquelas pessoas em situação de vulnerabilidade, pode ser o instrumento necessário para que o governo atue nos processos inclusivos em um contexto de sociedade digital.

UM ESTUDO DA ABECS MOSTRA QUE O INCENTIVO À FORMALIZAÇÃO DA ECONOMIA POR MEIO DO AUMENTO DOS PAGAMENTOS ELETRÔNICOS PODE GERAR GANHOS SIGNIFICATIVOS AO PAÍS,

FOTO: DIVULGAÇÃO

COMO MAIOR EQUIDADE FISCAL, INCLUSÃO E ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS. MUITOS PAÍSES JÁ TÊM BUSCADO UM CENÁRIO DE MAIOR INCENTIVO AO DIGITAL, COM SÉRIAS RESTRIÇÕES E BARREIRAS AOS MEIOS FÍSICOS. O BRASIL PRETENDE E ESTÁ PREPARADO PARA SEGUIR O MESMO CAMINHO?

Reconhecemos a importância das etapas de pagamento na jornada do usuário de serviços públicos, seja presencial ou digital. E há muito espaço para avançarmos no caminho dos pagamentos digitais. Já há possibilidades em teste, como o piloto lançado pela Secretaria do Tesouro Nacional em setembro, o PagTesouro.

Esse projeto foi desenvolvido em parceria com a Secretaria de Governo Digital e tem como objetivo substituir, aos poucos, o boleto da GRU, melhorar a interação entre o governo e o cidadão, reduzir o tempo de resposta do Estado e, lógico, liberá-lo cada vez mais da burocracia. A primeira etapa desse projeto é desenvolvida com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). Outros órgãos, como o Banco do Brasil e o Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro) também participam.

O próximo passo é achar um modelo sustentável para aumentar a diversidade de formas de pagamentos (débito, crédito) e, em seguida, expandir para todos os serviços federais.

A DIGITALIZAÇÃO DO PAGAMENTO DE IMPOSTOS É UMA POSSIBILIDADE PARA A DESBUROCRATIZAÇÃO DESSE TIPO DE OPERAÇÃO? O SENHOR ACREDITA QUE PAGAR TRIBUTOS POR MEIO DO CARTÃO DE CRÉDITO OU DÉBITO, POR EXEMPLO, PODE GERAR MAIS EFICIÊNCIA AO SISTEMA E AUMENTAR A ADESÃO POR PARTE DO CIDADÃO?

Sim, a adoção de pagamentos digitais é capaz de aumentar a eficiência das transações da sociedade com o Estado. Precisamos minimamente testar essa hipótese, identificar sua viabilidade e torná-la disponível.

Se, por um lado, a transformação digital de pagamentos de tarifas via GRU vem avançando sob coordenação da Secretaria do Tesouro Nacional, o pagamento de impostos também recebe atenção na adoção de meios digitais – é uma agenda que envolve diretamente a Secretaria da Receita Federal em torno do sistema do DARF.

Temos atuado em conjunto com os dois órgãos, visando inclusive a possibilidade de simplificação e convergência dos processos. Não é algo simples, pelo seu impacto em processos chave da administração pública. Mas é um calo na relação da sociedade com o Estado e precisamos priorizar e avançar.

NO ÂMBITO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, QUE OUTRAS DIRETRIZES DE TRABALHO DO GOVERNO O SENHOR GOSTARIA DE DESTACAR?

Estamos em um período de preparação para novas regras da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e promovendo a transformação digital dos serviços públicos. Nesse contexto, tivemos um marco com a publicação do Decreto 10.046 pela Presidência da República, no último dia 10 de outubro. É um avanço na desburocratização dos serviços, pois estabelece, enfim, os parâmetros para o compartilhamento de dados na administração pública federal.

O Decreto instituiu, além de regras do compartilhamento de dados, o Cadastro Base do Cidadão e o Comitê Central de Governança de Dados. Temos as regras, um colegiado plural para debater e tomar as melhores decisões à luz da legislação vigente.

O Cadastro Base é um instrumento para garantir que toda a administração pública federal tenha sempre à disposição as melhores informações para os processos que lhe cabe e para disponibilizar políticas públicas, com uma estrutura robusta de segurança e proteção à privacidade. Para tanto, trabalhamos sob as regras já previstas na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, na Lei de Acesso à Informação e na lei que instituiu a Identificação Civil Nacional.

Queremos reforçar a ideia do governo único e seguro para um cidadão único e estamos articulando os órgãos federais nesse intuito. A primeira versão do Cadastro Base do Cidadão já começa a ser disponibilizada para 18 dos 220 órgãos do governo federal. Entre a adesão, testes e ajustes, prevemos começar a utilizar de fato a ferramenta na virada de 2019 para 2020.

Corrida da adquirência

A ALTA COMPETIÇÃO NO SETOR PROPORCIONA UMA REDUÇÃO DE CUSTOS AOS LOJISTAS, PODENDO IMPACTAR ATÉ O CONSUMIDOR FINAL

por PEDRO GAVIOLI

DAQUELES DIAS EM QUE O LOJISTA precisava ter em seu balcão um POS para cada bandeira até hoje, muita coisa aconteceu no mercado de credenciamento dos estabelecimentos comerciais. Ao ponto de, atualmente, um QRCode no celular do varejista ser, em algumas situações, suficiente para finalizar a transação de pagamento.

Essa evolução permitiu ao setor diminuir – e diluir – a sua concentração. Novos entrantes, impulsionados pelo crescimento das fintechs, contribuíram para o desenvolvimento de uma enorme gama de produtos nos últimos anos, beneficiando tanto os consumidores como os comerciantes.

Os números da Abecs mostram que, nos últimos dez anos, a taxa média cobrada pelas credenciadoras aos estabelecimentos comerciais nas transações com cartões, conhecida como MDR (Merchant Discount Rate), teve uma redução de mais de 20%. Apenas entre o segundo trimestre de 2018 e o mesmo período de 2019, a taxa saiu de 2,12% para 1,91%, queda de 10%.

No início do segundo trimestre, a competição se intensificou e diversas credenciadoras zeraram suas taxas de antecipação de recebíveis, outras anunciaram mais reduções e até isenções de custo para vendas com cartão de crédito.

As diminuições dos prazos de liquidação e de taxas são acompanhadas de outras duas vantagens marcantes: o processo de bancarização e a digitalização crescente de processos, o que melhora a experiência dos portadores de cartões no momento da compra (e mesmo depois, para a sua gestão financeira) e aumenta a eficiência dos meios eletrônicos de pagamento.

De acordo com as projeções das Abecs, o setor deve apresentar um crescimento entre 17,5% e 19,5% ao término de 2019, na comparação com o mesmo período do ano anterior. Ou seja, esse é um dos sinais de que a corrida da adquirência é uma disputa muito saudável.

Momento do lojista

Há menos de dez anos, o mercado de adquirência era compartilhado por somente duas empresas, mas hoje mais de 20 companhias atuam no segmento.

"Acredito que seja uma competição que veio para ficar. Se antes era necessário esperar 30 dias para o recebimento, hoje isso pode ser realizado na hora. É uma dinâmica grande no sistema financeiro que ainda vai evoluir bastante e tende a ficar cada vez mais fácil para o lojista", comenta Guilherme Dietze, assessor econômico da FecomercioSP.

Uma das maiores virtudes dessa concorrência é fazer com que os pontos de aceitação de meios eletrônicos de pagamento se disseminem, alcançando inclusive os micro e pequenos empreendedores. Com propostas de valor mais coerentes para esse público, as maquininhas conquistaram espaço e hoje estão penetrando cada vez mais em espaços do mercado em que a opção de recebimento predominante costumava ser o dinheiro. De acordo com a Abecs, hoje há mais de 9 milhões de POS em operação no Brasil.

E há, ainda, outro ponto associado ao avanço dos últimos anos: um dos mais importantes desafios dos comerciantes é o fluxo de caixa. Por isso, a possibilidade da antecipação de recebíveis sob novas condições é uma ferramenta que auxilia a gestão do capital de giro necessário ao negócio.

"É um momento especial para o lojista. Essa antecipação em dois dias ou de forma imediata, mesmo com taxa de efetivação, oferece uma possibilidade de fluxo que vai evitar que as empresas tenham dificuldade financeira", destaca Dietze.

Ou seja, com a maior oferta, o comerciante, munido dos dados de seu empreendimento, pode analisar as opções e escolher aquela que mais se encaixa no perfil de compra do seu consumidor. Por vezes, mais de um POS torna-se a opção mais rentável para o lojista.

"É possível ter mais de uma máquina, escolher qual tem as melhores taxas de aceitação em cada modalidade e em cada bandeira de cartão, para assim reduzir custos e trazer mais rentabilidade para o negócio. Na verdade, é possível eleger o melhor custo em aceitação para cada produto de pagamento", conclui o assessor econômico da FecomercioSP.

Prazer, somos a Abecs

ASSOCIAÇÃO QUE REPRESENTA AS EMPRESAS DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO ESTÁ NO CENTRO DA EVOLUÇÃO DO SETOR NAS ÚLTIMAS DÉCADAS, IMPULSIONANDO O CONHECIMENTO, A INCLUSÃO E A EDUCAÇÃO FINANCEIRA E A ADOÇÃO DE FORMAS DE PAGAMENTO CADA VEZ MAIS CONVENIENTES E SEGURAS

por JOÃO PEDRO PETRINI

Hoje, os brasileiros realizam cerca de 40 mil pagamentos por minuto com os seus cartões de débito, de crédito e pré-pagos, totalizando R$ 850 bilhões transacionados apenas no primeiro semestre deste ano, segundo dados recentes da Abecs, associação que representa o setor (*leia mais na seção Monitor*). Esse valor é um marco, resultado de uma história cuja narrativa tem como protagonistas diversos personagens com um mesmo interesse: fazer dos meios eletrônicos de pagamento um vetor de inclusão financeira, inovação, competitividade e segurança.

Com quase 50 anos de existência, a Abecs tem uma importante trajetória de apoio ao setor e tudo o que o envolve. Criada em 1971, com o objetivo de atuar pelo desenvolvimento sustentável do segmento, levando em conta as necessidades e desafios de cada empresa associada, a entidade se consolidou nos últimos anos como uma das mais representativas e comprometidas do Brasil. Isso porque, mais do que apenas trabalhar pelos interesses da indústria, a Abecs de fato mobiliza o setor em conjunto com outras organizações e mantém diálogo constante com o órgão regulador, sempre tendo o desenvolvimento dos meios eletrônicos de pagamento como objetivo.

NÚMEROS MARCANTES

+ 200 milhões
de visualizações

54 mil
inscritos no canal do YouTube

+ 30 mil
compartilhamentos

2,5 milhões
de cartilhas

Atualmente, são 91 associadas, entre os principais emissores, bandeiras, credenciadores, subcredenciadores, facilitadoras de pagamento, gateways, fabricantes de equipamento, processadores de cartões e provedores de tecnologia. A Abecs representa, assim, mais de 96% do mercado de meios eletrônicos de pagamento no País. Ou seja, outro marco – e que tende a se fortalecer ainda mais. "Novos entrantes têm assumido papel relevante no setor de meios eletrônicos de pagamento e a Abecs deve estar próxima a essas empresas também. Queremos atraí-las para dentro da Associação, aumentando o número de associados e, com elas, melhorando os serviços e fazendo com que o setor cresça como um todo", afirma Pedro Coutinho, presidente da Abecs.

Atuação ampla e visibilidade

Na prática, o principal compromisso é atuar de maneira representativa junto ao mercado, ao poder público (em todas as suas instâncias) e a órgãos de defesa do consumidor – além, é claro, da sociedade em geral, por meio de iniciativas educativas próprias e conjuntas. Exemplos disso são as campanhas multimídia para incentivar o uso consciente de cartões, como o reconhecido canal abecsdicas no YouTube, com mais de 50 mil inscritos, no qual o Professor Pachecão esclarece, em linguagem simples e descontraída, dúvidas comuns em relação a planejamento financeiro e ao bom uso dos meios eletrônicos de pagamento. Outras iniciativas nesse sentido são a elaboração de cartilhas e a parceria com entidades sociais, como a Fundação Cafu e, mais recentemente, a Faculdade Zumbi dos Palmares.

"A Abecs procura representar cada vez mais, correta e proativamente, seus associados. Ao longo dos últimos anos, experimentamos um crescimento expressivo deles, o que é muito coerente com o aumento da concorrência e do dinamismo do mercado de meios de pagamento", afirma Ricardo Vieira, diretor-executivo da Abecs.

A visibilidade crescente do trabalho realizado é um motivo para isso. E o CMEP – Congresso de Meios Eletrônicos de Pagamento, o mais importante evento do calendário anual do setor, tem um papel muito importante nesse processo. Ou seja, a Abecs amplia o seu alcance a cada ano, tanto pelo próprio desenvolvimento da indústria como pela conquista crescente da autoridade da entidade como uma das principais referências para o desenvolvimento dos meios eletrônicos de pagamento, que hoje exploram novas fronteiras, como os pagamentos instantâneos.

Nesta edição, você descobre mais sobre as conquistas e a estrutura da entidade, que atualmente está comprometida com cinco pilares: regulação do mercado, acessibilidade aos meios eletrônicos de pagamento, melhoria contínua do setor, produção e difusão de informação confiável e a atenção aos profissionais responsáveis por esse mercado.

Transparência que gera ação

Um dos pilares da atuação (*leia destaque*) é o intenso diálogo com o órgão regulador do mercado de meios de pagamento, o Banco Central (BC), e com outros agentes do mercado, como o Congresso Nacional e as câmaras legis-

PILARES SÓLIDOS

A Abecs tem uma agenda pautada em valores e objetivos claros:

1
Apoiar ações regulatórias que incentivem os meios eletrônicos de pagamento e gerem eficiência e sustentabilidade a toda a cadeia de pagamentos

2
Incentivar iniciativas que garantam ao consumidor e estabelecimento comercial acesso a uma variedade de serviços de qualidade, com segurança, acessibilidade e eficiência

3
Atuar como provedora de informações sobre novas tecnologias que ajudem a indústria na melhoria contínua

4
Incentivar o desenvolvimento/aperfeiçoamento de uma visão de multicanalidade que gere segurança, eficiência e qualidade dos serviços

5
Ver as pessoas como agentes de mudança que dão vida e renovam a cada dia nosso ecossistema de pagamentos

lativas. Há uma razão clara – e objetiva – para isso: a visão de que o setor só conseguirá manter o seu desenvolvimento à base de interlocução, o que, por sua vez, é indispensável para a livre concorrência e o mercado aberto.

Desde 2013, quando o BC publicou o que é conhecido como o marco regulatório do setor de meios eletrônicos de pagamento, a normatização é um processo continuado, muitas vezes em resposta às próprias demandas da população.

Ao longo desses últimos seis anos, a Associação atuou ativamente em processos de regulação defendendo as demandas e as particularidades dessa indústria, seguindo o conceito de que os meios eletrônicos de pagamento são muito importantes para o País, os consumidores e os estabelecimentos comerciais. "Acreditamos que só em um mercado aberto, com o incentivo a práticas saudáveis, teremos uma concorrência em benefício da sociedade e do Brasil", afirma o diretor Ricardo Vieira.

Para os associados, isso se traduz em benefícios concretos, como consultoria jurídica e o monitoramento de projetos de lei das esferas legislativas federal, estadual e municipal que possam impactar o setor.

O esforço de acompanhamento do mercado é convertido em debates entre as associadas: ao longo da sua história, a Abecs tem investido tempo e planejamento para criar uma rica estrutura de comitês técnicos (e grupos de trabalho responsáveis pelas ações práticas) dedicados a diferentes tópicos relacionados direta ou indiretamente aos meios eletrônicos de pagamento (*leia destaque*).

Nos encontros frequentes desses grupos, os associados têm a oportunidade de debater e analisar os mais diversos assuntos, usufruindo não apenas da transparência, mas também do diálogo constante. E disso surgem planos de ação, recomendações, atualizações, normas e outros resultados que contribuem para o avanço e o desenvolvimento da indústria. Apenas em 2018, foram realizadas 240 reuniões na Abecs, que contaram com um volume de 4.164 participantes ao longo do ano.

AMPLO DEBATE

Os comitês em atuação permanente mantêm as empresas associadas à Abecs conectadas à realidade e perspectivas do setor:

- Emissores
- Bandeiras
- Credenciadoras
- Análise Jurídica
- Comunicação
- Melhores Práticas
- Segurança e Prevenção à Fraude
- Pagamento Automático em Veículos
- Cartões Pré-pagos
- Relações Institucionais - Governamentais
- Programa de Fidelidade
- Transformação Digital
- Uso Não Convencional do Cartão de Crédito

Os representantes das associadas que frequentam as reuniões passam a ser vistos como espécies de pontos focais da empresa em que trabalham, já que se mantêm sempre muito bem informados em relação a temas jurídicos, técnicos e tecnológicos do setor. Quando, porventura, não podem participar ao vivo dos fecundos debates dos fóruns, esses profissionais têm acesso à ata das reuniões, que ficam à disposição na área restrita aos associados no site da Abecs.

Tendências mapeadas

Outro trabalho fundamental da Abecs é o acompanhamento dos principais indicadores dos meios eletrônicos de pagamento por meio de pesquisas e levantamentos regulares. Para compartilhar as informações com a sociedade e as associadas, a entidade divulga periodicamente relatórios com dados sobre o crescimento da indústria em termos de penetração dos cartões no consumo das famílias, capilaridade da rede de aceitação, comércio on-line e educação financeira, entre outros aspectos.

Além disso, são realizadas também pesquisas de abrangência nacional com o consumidor final, uma tentativa adicional de entendimento do uso dos meios eletrônicos de pagamento e de como as pessoas de fato se relacio-

COMPLIANCE E CURSOS ABERTOS

A Abecs tem um programa de compliance para colaboradores das empresas associadas. Isso porque, em razão da relevância conquistada, a direção estabeleceu que fossem implantadas ações e procedimentos para reforçar o cumprimento da Lei 12.529/11 (Lei de Defesa da Concorrência) e da Lei 12.846/13 (Lei Anticorrupção) por parte de seus colaboradores internos e externos, o que é feito por meio de treinamentos contínuos.

Também nesse âmbito, a Associação oferece capacitação para quem quiser se aprofundar na história e processos dos meios de pagamento. Os cursos exploram conceitos e fundamentos básicos do mercado de cartões, da discussão do modelo estrutural de negócios da indústria e de seus principais fluxos, assim como um panorama do cenário regulatório e de tendências futuras.

nam com as alternativas ao dinheiro vivo no seu dia a dia.

Com isso, a Abecs possui atualmente o maior banco de dados do setor, com a abrangência que só uma entidade com tamanha representatividade poderia ter. Exemplo disso é o Monitor Bandeiras, que compila dados das seis principais bandeiras de cartão em atividade no Brasil. O resultado é um retrato fiel da realidade do mercado nacional.

Com uma parte de seu site dedicada somente aos indicadores, a Abecs divulga trimestralmente um balanço do setor (com valor transacionado, capilaridade de aceitação, acompanhamento de taxas de juros, entre outros dados) e conta, há mais de dez anos, com a parceria do respeitado instituto de pesquisa Datafolha para seu levantamento do comportamento do brasileiro frente ao cartão de crédito.

Além das pesquisas periódicas, a Associação realiza, sempre que necessário, aprofundados estudos sobre temas específicos – por vezes com a contribuição de consultorias especializadas –, que servem de base para as resoluções tomadas pelos comitês e pela diretoria. Ou seja, os dados são úteis não apenas para o setor, mas principalmente para a sociedade, uma vez que servem de referência para os próprios consumidores, além da imprensa e dos órgãos reguladores.

Transparência e ética

A divulgação constante de indicadores, bem como o envolvimento direto das empresas associadas nos comitês e grupos de trabalho, tem relação com uma característica marcante da Abecs: a transparência. A Associação é apolítica, motivo pelo qual preza pelo diálogo de todas as partes. Além disso, conta com um rigoroso código de ética e de compliance, que veta completamente discussões relacionadas a negócios específicos, preços ou modelos de negócio.

O objetivo é garantir a igualdade e a transparência a todos os membros. Nesse sentido, uma parte importante do processo é a autorregulação do setor, que antecede, inclusive, o marco regulatório do mercado de meios eletrônicos de pagamento. Trata-se de um corpo normativo, de adesão compulsória, que impele as empresas a adotarem padrões mínimos e condutas padronizadas em relação a atendimento ao cliente, acessibilidade, oferta de produtos e diversas outras especificidades do negócio. Até agora, 21 normativos foram publicados.

Esse sistema de autodisciplina é de suma importância para o setor como um todo e para a própria Associação, que, assim, se tornou uma entidade ainda mais respeitada pelas autoridades legislativas e assumiu, definitivamente, o protagonismo na representatividade do setor perante o regulador e o consumidor. Exemplos da importância do sistema de autorregulação da Abecs são

INFORMAÇÃO EM PRIMEIRA MÃO

Uma das prioridades dos canais de comunicação da Abecs é que o associado receba em primeira mão notícias sobre o setor. Assim, novas regulações do Banco Central, eventos, estudos e relatórios são sempre informados ao associado por meio de comunicados, newsletters, clippings, pelo site abecs.org.br e por esta revista. Mais recentemente, o LinkedIn entrou na lista de pontos de contato da Abecs com seu público, com notícias e artigos sobre os meios de pagamento.

EVOLUÇÃO EM NÚMEROS

A Abecs possui um banco de dados completo sobre o setor, monitorando diferentes áreas:

- Monitor Bandeiras
- Monitor Credenciadoras
- Monitor Semestral (Credenciadoras e Emissores)
- Monitor Taxa de Juros
- Monitor Atendimento
- Banco de Dados MCC
- Pesquisa Abecs-Datafolha
- Biblioteca de Estudos

o Normativo 6, que desautoriza as empresas associadas a enviarem cartões sem a solicitação do cliente, e os Normativos 18 e 20, que fomentam a adoção de soluções que tornem os pagamentos eletrônicos mais acessíveis a deficientes visuais.

O sistema de autorregulação vai ao encontro dos princípios de livre concorrência e livre mercado defendidos. Além disso, é um compromisso que faz o setor ser cada vez mais eficiente e confiável, contribuindo efetivamente para o ordenamento do mercado. Sem essa condição, não seria possível olhar para fora, muito menos atuar pela inclusão e educação financeira de consumidores e pela maior aceitação dos meios eletrônicos de pagamento pelos comerciantes.

A visão do que acontece no mercado permite à Associação entender quais são as demandas da sociedade, o que se traduz em um trabalho significativo de educação. Afinal, ao disseminar o conhecimento sobre os meios de pagamento e estimular o uso consciente de todas as soluções disponíveis, todas as partes se beneficiam.

Além do já mencionado canal abecsdicas no YouTube, a Abecs oferece, em seu site, uma cartilha financeira que esclarece as principais dúvidas e um simulador financeiro, no qual os usuários compartilham suas receitas e despesas e recebem uma planilha personalizada para manter a situação financeira controlada ou, ainda, sair das dívidas.

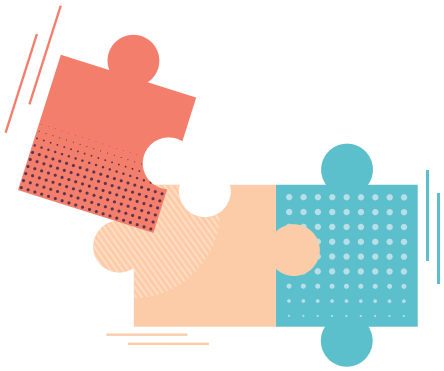
Outra ferramenta importante é o comparador de tarifas de cartão – é possível acessar tabelas com valores atualizados de diferentes produtos e assim escolher qual o mais vantajoso para sua necessidade. Já o Dicionário do Cartão reúne todos os termos da indústria dos meios eletrônicos de pagamento, favorecendo ainda mais o conhecimento dos consumidores.

E prova de que esse conhecimento está sendo bem usado pelos portadores de cartões é o fato de que a inadimplência, de 5,8% no primeiro semestre deste ano, está entre os menores patamares desde 2011. Ou seja, a Abecs e as empresas associadas, junto com o órgão regulador e outros agentes do mercado, estão conseguindo fazer do setor um exemplo de evolução constante.

BANCO CENTRAL, INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS, ABECS E OUTRAS ENTIDADES DEBATEM O MODELO DE OPEN BANKING QUE VAI DAR AO CONSUMIDOR O CONTROLE NO USO DE SUAS INFORMAÇÕES PESSOAIS

por PEDRO GAVIOLI

Abertos à transparência



EM ABRIL DESTE ANO, o Banco Central (BC) emitiu um comunicado estabelecendo as principais diretrizes para a implantação do open banking no Brasil. O conceito parte da premissa de que as informações que os bancos possuem sobre seus clientes pertencem a eles (os consumidores), e não às instituições financeiras – um giro de perspectiva semelhante ao da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Somente com autorização prévia, os bancos poderão compartilhar cadastros com outras empresas de serviços financeiros, que passarão a cooperar e a competir em benefício de quem passará a ter mais poder nessa narrativa – de novo, o consumidor. Dessa forma, os clientes bancários poderão visualizar em um único aplicativo, por exemplo, o extrato consolidado de todas as suas contas e investimentos.

Tecnologia para as pessoas

Para que isso funcione na prática, a primeira grande mudança é a integração tecnológica no setor. As instituições deverão desenvolver ou disseminar as Application Programming Interfaces (APIs) abertas e bem documentadas, permitindo a troca de dados entre dois ou mais sistemas. Isso garantirá o fluxo de informações, bem como o desenvolvimento de profissionais e soluções indispensáveis.

Em outra ponta, a própria legislação precisará se adaptar aos novos tempos. O comunicado nº 33.455 do BC, por exemplo, diz que deverão ser compartilhados, inicialmente, produtos e serviços, além de dados cadastrais. Dados transacionais, como os relativos a contas de depósito e a operações de crédito, e de serviços de pagamento, como transferências de fundos e pagamentos de produtos e serviços, também entram na lista.

Ou seja, a intenção é aumentar a eficiência do sistema por meio de "um ambiente de negócio mais inclusivo e competitivo, preservando sua segurança e a proteção dos consumidores", segundo a própria entidade.

Ação coordenada

O Banco Central tem promovido um debate aberto sobre o tema, trabalhando junto com a Abecs e outras entidades para compor um grupo de governança de autorregulação, uma das condições para o bom funcionamento do novo modelo.

Por isso, o órgão regulador compartilhou um material com informações de como deve ser essa estrutura e outro extenso formulário para que os agentes do mercado digam como enxergam o open banking: o seu formato em si e a divulgação de produtos e serviços. Essa etapa deve ser seguida de uma consulta pública até o fim de 2019.

Por sua vez, a Abecs está contratando uma consultoria para desenhar um modelo provável de open banking segundo a perspectiva da indústria de meios eletrônicos de pagamento. Dessa forma, a Associação busca prever possíveis impactos da regulação, facilitando a construção do posicionamento do setor em relação a esse novo conceito.

Aplicativos de gestão financeira, que mostram ao cliente um extrato consolidado de todas as suas contas e investimentos, de diferentes instituições financeiras, só são possíveis graças ao open banking

Referências no mundo

Se aqui o open banking é uma novidade, outras regiões já estão habituadas a ele. A União Europeia e o Reino Unido praticam hoje o que há de mais avançado. Com sistemas implementados em etapas, as instituições financeiras locais passaram a compartilhar de forma ampla os dados autorizados pelos clientes no início do ano passado. Hong Kong, Cingapura e Austrália, por sua vez, também avançam em direção a uma consolidação.

Nesses mercados, a implementação foi possível por meio de regulamentações dos bancos centrais, o mesmo caminho adotado pelo Brasil. Por isso, a tendência é de que o modelo no País seja semelhante ao europeu, que segue a regulamentação revisada PSD2 (Payment Services Directive ou Diretiva de Serviços de Pagamento, em tradução livre).

Ela obriga todos os bancos europeus a abrirem suas APIs, desenvolvidas de acordo com um padrão preestabelecido. Em seus artigos 66 e 67, por exemplo, a PSD2 estabelece dois novos tipos de prestadores de serviços financeiros: os AISP, ou provedores de serviços de informação de conta, tais como provedores de análise e controle de padrão de gastos, análise de crédito e gestão consolidada das informações bancárias dos usuários de contas de diferentes bancos; e os PISP, ou prestadores de serviços de iniciação de pagamento, que poderão oferecer serviços como transferências peer-to-peer ou pagamento de contas aos usuários.

Ou seja, os AISPs e PISPs não são subordinados a contratos com os bancos, mas apenas ao consentimento expresso dos usuários bancários. Mais uma vez, é o consumidor no controle das suas informações. Mas mesmo o exemplo bem-sucedido europeu deve servir de precaução para o Brasil: um modelo coerente de open banking, que cumpra com o seu papel de gerar mais transparência nas relações, só é possível se as especificidades do sistema bancário e financeiro são de fato levadas em consideração.

Transporte em São Paulo

Sem paradas na catraca

PROJETO PILOTO DE ADQUIRENTES E BANDEIRAS COM A PREFEITURA DE SÃO PAULO LEVA OS PAGAMENTOS POR APROXIMAÇÃO NO DÉBITO E NO CRÉDITO PARA 200 ÔNIBUS DA CIDADE, FACILITANDO A VIDA DE MILHARES DE PASSAGEIROS

por JOÃO PEDRO PETRINI

OS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO foram ainda mais longe depois de cruzar uma nova fronteira na cidade de São Paulo. Em setembro, 12 linhas de ônibus da capital paulista, atendidas por 200 veículos, começaram a aceitar o pagamento de passagens no débito e no crédito por meio de cartões, celulares, pulseiras, relógios, carteiras digitais e outros dispositivos com a tecnologia NFC, que funciona por aproximação (contactless) e sem o uso de senha.

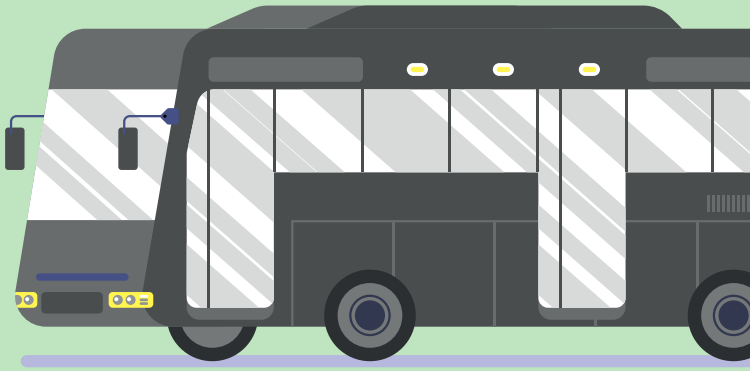
A novidade só foi possível porque a prefeitura paulista, Cielo, Stone, Visa e Mastercard uniram forças para desenvolver o programa piloto, com duração prevista de três meses (ou até as transações atingirem o limite pré-definido de 500 mil operações).

Segurança e comodidade

O futuro é promissor. Mais do que um avanço claro para os meios eletrônicos de pagamento – o setor de transporte público é um dos mais desafiadores para a implementação de alternativas ao pagamento em dinheiro –, a iniciativa representa uma mudança evidente no dia a dia das pessoas. Isso porque ela traz mais praticidade nos deslocamentos, uma vez que não é preciso se preocupar com a reposição de créditos nos cartões de passagens ou em ter notas e moedas na carteira.

Daí as expectativas de que o projeto se expanda para cada vez mais linhas em São Paulo, servindo até de referência para o lançamento em ônibus de outras localidades do Brasil. Meses antes, foi a vez de o Rio de Janeiro anunciar uma conquista semelhante em outro modal de transporte: o MetrôRio passou a aceitar pagamento por aproximação da Visa em todas as suas 41 estações.

No projeto piloto de São Paulo, as linhas escolhidas, que têm um volume maior de passagens pagas com dinheiro, transportam cerca de 29 milhões de passageiros a cada mês.



Esse projeto oferece ao usuário a possibilidade de usar nos ônibus da cidade o mesmo cartão ou dispositivo que utiliza para suas compras diárias, tirando a necessidade de se ter dinheiro no bolso ou bilhetes específicos. A tecnologia de pagamento por aproximação trará agilidade e praticidade para a cidade, já que é cerca de dez vezes mais rápida do que o pagamento em dinheiro."

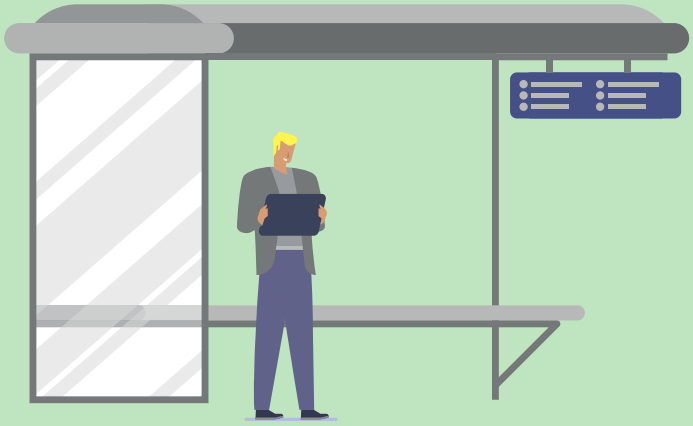
JOÃO PEDRO PARO NETO
presidente da Mastercard para Brasil e Cone Sul

Depois de anos tentando, a nossa indústria está conseguindo participar diretamente em segmentos relacionados à mobilidade urbana, oferecendo uma experiência de pagamento muito melhor comparada com a anterior. Essa contribuição da nossa indústria irá revolucionar o dia a dia das pessoas, evitando filas, atrasos e proporcionando um deslocamento mais fluido."

MARCELO SARRALHA
diretor-executivo de Soluções da Visa do Brasil

A Stone passa por um constante processo de inovação para solucionar problemas do cotidiano. Esse projeto conjunto com a prefeitura vai trazer mais agilidade aos usuários de transporte público da cidade."

RODRIGO REIF
diretor de Parcerias e Vendas da Stone Co.



A Cielo é uma empresa de tecnologia e está atenta a novas avenidas de negócios. O uso do NFC nos ônibus de São Paulo ajudará a democratizar e disseminar os meios de pagamento eletrônicos."

PAULO CAFFARELLI
presidente da Cielo

Mais flexibilidade para os recebíveis

ABECS ATUA ATIVAMENTE NAS MUDANÇAS QUE VÃO DAR MAIS OPÇÕES AOS LOJISTAS, COM AS OPERAÇÕES DE REGISTRO DE RECEBÍVEIS DE CARTÕES DE PAGAMENTO

por PEDRO GAVIOLI

A AGENDA DO BANCO CENTRAL (BC), rebatizada recentemente de BC#, tem entre seus principais pontos a melhoria da eficiência do sistema. E muito desse objetivo está relacionado ao trabalho a quatro mãos com o setor de meios eletrônicos de pagamento.

Esse esforço conjunto dá frutos. Um deles é a flexibilização, a partir de agosto de 2020, no uso de operações de registro de recebíveis de cartões de pagamento como garantia de empréstimos pelos comerciantes.

Na prática, as operações, contabilizadas em uma entidade registradora, tornam-se um ativo financeiro para o lojista, que pode negociar com qualquer instituição financeira a antecipação das suas vendas. A nova realidade supõe uma melhor condição na negociação de financiamentos no mercado.

Estímulo à competição

Com a nova regra, o BC pretende impulsionar a competição no sistema financeiro – uma vez que o lojista vai poder usar seus recebíveis como garantia, ele tende a ir atrás das melhores condições disponíveis no mercado.

O uso de recebíveis como garantia poderá ser parcial ou total, em uma ou em diferentes instituições. Ou seja, serão usados por vez apenas os recebíveis equivalentes ao valor do financiamento, disponibilizando o restante para outras operações, de acordo com a conveniência do comerciante.

A flexibilização é significativa. Não por acaso, o BC escolheu três entidades registradoras (Cerc, CIP e Tag), que organizaram uma convenção para o detalhamento das novas regras: a Convenção de Registradoras de Recebíveis.

Os players do mercado de meios eletrônicos de pagamento – e a Abecs, como representante do setor – estão se preparando para a mudança, debatendo ponto a ponto a nova mecânica e se organizando para aderir à Convenção.

A Abecs, por sua vez, trabalha com outras entidades no Comitê Gestor que definirá o novo arranjo necessário para a implementação da medida. E isso envolve a tomada de decisões, por exemplo, em relação a governanças, atividades e planos de trabalho (*veja destaque*).

Juntos, todos têm o mesmo objetivo de ampliar as possibilidades de financiamento e reduzir os seus custos para lojistas, garantindo mais segurança para instituições financeiras, credenciadoras e subcredenciadoras. Além, é claro, de proporcionar uma maior eficiência do sistema.

UMA CONVENÇÃO PARA DECIDIR

Veja em resumo as atividades da Convenção de Registradoras de Recebíveis:

- → Reuniões frequentes de GTs (Técnico e Jurídico).
- → Contratação de apoio técnico para definição da estrutura de tarifas de interoperabilidade.
- → Envolvimento das demais TRs (TRs Ouvintes) e Apoio Técnico do BC à medida que as definições avançam nos GTs.
- → Curadoria e análise das considerações das entidades pelo GT Técnico para apreciação do Comitê Gestor.
- → Deliberações sobre o modelo pelo Comitê Gestor, formado pelas TRs Signatárias e BC, com a presença das TRs Ouvintes.

Um mercado cada vez mais seguro

DEPOIS DE MINIMIZAR FRAUDES EM COMPRAS PRESENCIAIS, COM A ADOÇÃO DO CHIP, SETOR DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO INVESTE EM SOLUÇÕES QUE TORNEM O AMBIENTE VIRTUAL IGUALMENTE CONFIÁVEL

por MAITÊ CASACCHI

QUANDO O BRASILEIRO tira seu cartão da carteira para pagar por uma compra, raramente ele pensa em fraude. Depois de inserir o chip de seu plástico no POS e digitar a senha, o pagamento é realizado em segundos e o consumidor, mesmo sem pensar muito no assunto, sabe que a transação é confiável – não à toa, no primeiro semestre deste ano, o País registrou 40 mil transações com cartão a cada minuto. E talvez ele também não saiba, mas o chip foi fundamental para que ele se sentisse seguro.

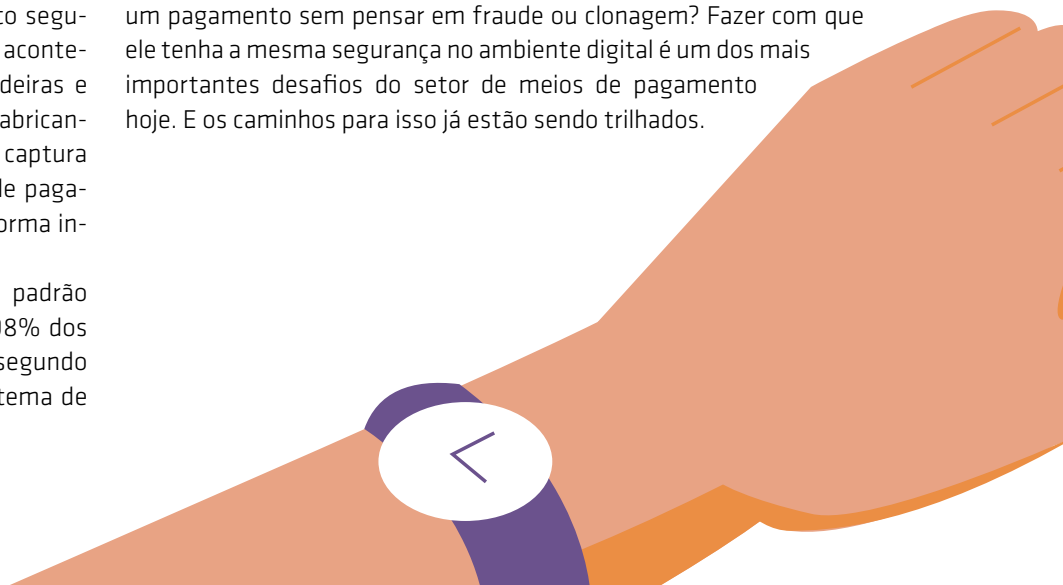
A substituição da tarja magnética pelo chip EMV foi um processo que começou há duas décadas e foi tão bem-sucedido que fez do mercado de cartões brasileiro um dos mais evoluídos do mundo no quesito segurança. O movimento para que isso acontecesse recebeu o incentivo das bandeiras e envolveu emissores, adquirentes, fabricantes de cartão e de equipamentos de captura – ou seja, contou com a indústria de pagamentos como um todo, agindo de forma integrada em prol da segurança.

A inovação, rapidamente, virou padrão na indústria. Como consequência, 98% dos cartões em circulação atualmente, segundo dados da Abecs, operam com o sistema de chip e senha, que inviabiliza a antiga fraude de clonagem do cartão e roubo de dados no momento da transação.

Hoje, um processo semelhante está em andamento, mirando a plena segurança contra fraudes no ambiente online, no qual o cartão não está fisicamente presente. Inerentes a esse mercado, o investimento em infraestrutura e a inovação constante em conveniência e segurança têm foco, agora, em um modo de consumir que é cada vez mais digital (*saiba mais no box*). "A tecnologia de prevenção a fraudes no ambiente online tem evoluído rapidamente, o que permitirá ao setor de meios de pagamento tornar esse tipo de transação tão segura quanto as realizadas no universo de compras presenciais", corrobora Daniel Marchetti, coordenador do Comitê de Segurança e Prevenção à Fraude na Abecs e diretor de Prevenção à Fraude na Mastercard.

Online tão seguro quanto presencial

Lembra aquele consumidor que tira seu cartão da carteira e realiza um pagamento sem pensar em fraude ou clonagem? Fazer com que ele tenha a mesma segurança no ambiente digital é um dos mais importantes desafios do setor de meios de pagamento hoje. E os caminhos para isso já estão sendo trilhados.



"Assim como os chips EMV trouxeram segurança para os pagamentos no mundo físico, buscamos soluções que tragam confiança aos consumidores no meio digital, tais como a tokenização e métodos de autenticação que possam ser utilizados em transações sem a presença do cartão", afirma Marchetti.

Os tokens são os códigos que os dispositivos móveis utilizam para validar transações em substituição das credenciais impressas no cartão. Além de ser diferente do número do cartão, o token se torna inútil quando utilizado sozinho, sem o dispositivo original (como uma carteira digital, por exemplo). Ao utilizar seu dispositivo móvel em uma transação, o token (não o número do cartão) é enviado para a autorização e liberação da transação. A bandeira, então, realiza validações criptográficas, identifica o número do cartão relacionado àquele token e envia ao emissor, que autoriza a compra. "Em segundos, esse processo acontece e a transação é realizada com sucesso e segurança. Esse tipo de criptografia fomenta a inovação na indústria de pagamentos, protege o cartão e, consequentemente, o consumidor", esclarece Marchetti.

O caminho que uma transação tokenizada percorre (do varejista à bandeira, da bandeira ao emissor e de volta) se traduz ao consumidor, por exemplo, na conveniência de um cartão virtual. A funcionalidade, oferecida por diversos emissores, é garantia de segurança nas compras online: em vez de usar seu próprio número de cartão, o cliente gera um número "associado" a esse cartão e utiliza-o uma quantidade limitada de vezes. Mesmo que um fraudador tenha acesso a essas informações, elas não terão valia alguma para ele.

E quando o assunto é autenticação online, a indústria de meios de pagamento tem trabalhado de forma conjunta em uma solução que promete ser tão eficaz quanto o chip foi para o combate à clonagem de cartões. Trata-se do protocolo de segurança 3DS 2.0, um sistema de verificação da autenticidade do comprador que é uma evolução do antigo 3DS. Por falta de padronização e pela interface pouco "amigável", a primeira versão do protocolo não foi largamente adotada no Brasil.

Nessa "repaginação", o 3DS aumentou em dez vezes o número de informações enviadas ao emissor no momento da compra. Com isso, o emissor tem à disposição praticamente cem dados diferentes para aferir se quem está realizando a transação é realmente o portador do

NÚMEROS DO E-COMMERCE NO BRASIL

Só no ano passado, o comércio online movimentou R$ 133 bilhões no Brasil, 18% a mais que em 2017, segundo dados da Ebit – dentre os países latino-americanos, o Brasil é o que mais fatura com as compras virtuais. Nesse universo, as compras feitas via smartphone ganham cada vez mais relevância e, em junho de 2019, já representavam mais de 40% dos pedidos online.

Segundo levantamento da Abecs, do total movimentado pelos cartões de crédito no primeiro semestre deste ano, 21% vieram de compras não presenciais; a cifra foi de R$ 112,2 bilhões. Apesar de, muitas vezes, poder gerar um boleto ou fazer uma transferência bancária para pagar pela compra, 83% (segundo a Abecs) optam pelo cartão de crédito para pagar por suas compras online.

Quanto mais seguro for o ambiente virtual para compras, mais esses números tendem a crescer.

VANTAGENS DO 3DS 2.0

- → Aprimora a segurança da transação
- → Torna a experiência do usuário mais fluida
- → Aumenta a taxa de conversão (como diminui atrito com o consumidor, solução deve minimizar abandono da compra)
- → Amplia ganho operacional (com autenticação baseada em risco, desafios só são necessários em casos específicos)

cartão (como endereço de cobrança, localização do dispositivo e histórico de gastos). Com as informações, o emissor pode autorizar a compra com muito menos chance de erro ou, ainda, se achar necessário, pode lançar ao comprador um desafio. Essa verificação extra é, em geral, a leitura biométrica da digital ou da face do portador ou uma senha dinâmica enviada a um dispositivo dele.

Além de muito mais robusto em seus atributos de segurança, o protocolo 3DS 2.0 tem outra vantagem imprescindível em tempos de valorização da experiência do usuário: ele realiza uma autenticação silenciosa. Ou seja, enquanto todas essas informações percorrem seu trajeto para verificação e autorização da transação, o consumidor nem fica sabendo o que está acontecendo "por trás" de sua transação de pagamento. O que ele vê é, somente, seus itens saindo do "carrinho de compras" e sendo adquiridos (*saiba mais sobre as vantagens do 3DS 2.0 no box*).

Os ganhos com essa nova versão do protocolo de segurança são tão promissores que possibilitam ao comércio online ultrapassar uma antiga limitação: o uso do cartão de débito online. Por debitar o valor da compra direto da conta corrente do portador, o cartão de débito está atrelado a outros mecanismos de segurança.

Por anos, essa diferença entre o cartão de débito e o de crédito deixou o débito apartado do comércio virtual. Com o 3DS 2.0, no entanto, isso está prestes a mudar, tornando o cartão de débito uma opção tão segura e conveniente no e-commerce quanto o crédito – e, ainda mais importante, incluindo no mercado online um público com restrição ao crédito ou que opta, por qualquer motivo, por não usar cartão de crédito.

No foco do debate

"Um dos grandes segredos para se manter no mercado em transformação é investir em segurança. Conforme as pessoas se sentirem mais seguras e confiantes para usar novos canais, especialmente no online, maior será o crescimento da indústria de pagamentos eletrônicos. E inovação acompanhada de segurança são atributos que o setor não abre mão", sintetiza Marchetti.

Pensando nisso, a Abecs mantém um comitê permanente sobre o tema, que reúne representantes de empresas que atuam em todos os segmentos do mercado de cartões. O fórum é dedicado à discussão de boas práticas e à implantação de padrões, metodologias e processos que garantam mais segurança ao sistema e aos usuários, tanto no ambiente físico como no online. Sempre que veem necessidade, os membros do comitê formam grupos de trabalho dedicados a alguma questão técnica ou específica, com objetivos e cronograma de trabalho bem estabelecidos.

Além dos encontros mensais, o Comitê de Segurança e Prevenção à Fraude realizou, recentemente, uma reunião ampliada, para estender as oportunidades de trocas de experiência entre as associadas. Além de assuntos tão indispensáveis para a segurança quanto o 3DS 2.0, os presentes falaram sobre golpes de engenharia social, phishing, o papel do big data na prevenção a fraudes e a atuação do PCI Security Standards Council na América Latina em certificação e adoção do padrão DSS, usado globalmente pelo conselho.

Desse modo, a Abecs contribui ativamente para que aquele mesmo consumidor que se sente seguro de fazer compras com o seu cartão siga aproveitando as conveniências desse meio de pagamento em qualquer ambiente, online e off-line – e sem nem pensar em fraude.

Diferentes iniciativas, mesmo objetivo

DISSEMINAR A BANCARIZAÇÃO E APROFUNDAR A EDUCAÇÃO FINANCEIRA SÃO ALGUMAS DAS PRÁTICAS RECORRENTES DAS EMPRESAS DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO ASSOCIADAS À ABECS. CONHEÇA AÇÕES RECENTES QUE VÊM TRANSFORMANDO A VIDA DE MILHARES DE BRASILEIROS

por JOÃO PEDRO PETRINI

BRADESCO E AVON
TODAS AS REGIÕES DO PAÍS

O Bradesco se uniu à Avon, uma das maiores empresas de produtos de beleza do mundo, para consolidar uma parceria inédita, cujo propósito é claro: levar soluções financeiras a mais de 1 milhão de revendedores da marca. Atualmente, cerca de um terço dessas pessoas não é bancarizado.

Por meio da capilaridade da sua rede de atendimento, o banco é capaz de oferecer às revendedoras e aos revendedores da marca benefícios exclusivos para contas-correntes, cartões de crédito, empréstimos e maquininhas Stelo, entre outros diferenciais.

A educação financeira também é abordada, por meio da Universidade Bradesco, que oferece alguns cursos. Dessa forma, a instituição contribui para a inclusão no sistema bancário em diferentes regiões do Brasil.

"É uma parceria importante que vai além de produtos e serviços. É algo que impacta na inclusão financeira, no empreendedorismo, no empoderamento e no aumento da confiança e independência com o desenvolvimento da atividade como revendedor", afirma João Carlos Gomes da Silva, diretor executivo do Bradesco.

FOTO: SANDRA CHEN

CIDADES DO FUTURO

TODAS AS REGIÕES DO PAÍS

A inclusão financeira pode ser promovida de diversas maneiras. E uma delas é por meio da arte e do teatro. Exemplo disso é a peça *Quem prospera sempre alcança*, patrocinada pela Visa.

Entre os temas abordados estão a determinação dos brasileiros em encontrar novas opções de trabalho por conta própria e noções de educação financeira, como a importância do planejamento e da organização para a realização de sonhos.

Em cartaz até outubro, a obra passa por dez cidades em diferentes estados, sempre com apresentações gratuitas. "Em 2018, o Brasil bateu recorde em número de novos microempreendedores, o que reforça a importância de apoiarmos um espetáculo como esse. As mensagens transmitidas, como a importância do planejamento e do gerenciamento das receitas e despesas, são extremamente relevantes para o crescimento dos negócios desse público", explica Sabrina Sciama, diretora de Comunicação da Visa do Brasil.

FOTO: JOÃO CALDAS

CARTÃO99

TODAS AS REGIÕES DO PAÍS

Motoristas de aplicativo se transformaram, mesmo que indiretamente, em importantes agentes de disseminação dos meios eletrônicos de pagamento. Junto com as empresas, eles transformaram o jeito de as pessoas se locomoverem pelas cidades.

Por essa razão, a Mastercard tem dado atenção especial a esse movimento. Em parceria com a 99, a bandeira lançou o Cartão99, benefício da startup a todos os motoristas que usam seu aplicativo.

O cartão pré-pago gratuito permite o recebimento do dinheiro das corridas no mesmo dia, dando ao motorista a possibilidade de fazer compras ou sacar valores em dinheiro em lotéricas e caixas eletrônicos Banco24Horas.

Além disso, o produto tem todos os benefícios e condições de um cartão de crédito tradicional, como o programa Mastercard Surpreenda, e permite compras online. Também pode ser administrado e consultado por qualquer smartphone.

"Entendemos que a inclusão financeira é a base de um crescimento econômico mais justo, igualitário e sustentável. Desde a chegada da 99 ao Brasil, a Mastercard é parceira da companhia. O cartão pré-pago viabiliza o pagamento dos motoristas do aplicativo de maneira rápida e prática. Além dos pagamentos físicos, o cartão funciona para compras online e permite ao motorista usufruir benefícios e condições inerentes a um cartão, como os programas de fidelidade e a segurança no recebimento", diz Paulo Frossard, vice-presidente de Desenvolvimento de Negócios da Mastercard Brasil e Cone Sul.

FOTO: PATRICK TOMASSO

CIELO PAY

TODAS AS REGIÕES DO PAÍS

O comércio é um dos segmentos mais beneficiados pela adoção dos meios eletrônicos de pagamento, tanto pela maior comodidade oferecida aos clientes como pela segurança com menos uso de dinheiro vivo nas transações. Essas são justamente duas das principais vantagens do Cielo Pay, que permite ao lojista aceitar pagamentos sem maquininha e receber o valor de suas vendas na mesma hora da transação (por meio de pagamento por QR code no celular, boleto ou envio de link).

O produto também proporciona pagamento de contas, saques na rede Banco24Horas, compras com cartão físico ou virtual, acesso a empréstimo facilitado, atendimento por WhatsApp e transferência bancária a qualquer momento. O empreendedor ainda conta com dados de inteligência da Cielo para alavancar os negócios nas redes sociais.

"Vamos acrescentar, com frequência, funcionalidades para simplificar a vida. E o melhor: com transparência. O cliente saberá quando as novas funções estarão disponíveis", diz Danilo Caffaro, vice-presidente de Produtos da Cielo.

FOTO: PIXELJOY

Crescimento consistente

MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO REGISTRAM MAIOR EXPANSÃO EM SETE ANOS COM USO CONSCIENTE DE CARTÕES E AUMENTO DAS COMPRAS ONLINE PELOS BRASILEIROS

OS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO estão cada vez mais presentes na rotina dos brasileiros. No segundo trimestre de 2019, segundo dados da Abecs, o volume transacionado por meio de cartões foi de R$ 434 bilhões, o que representou um crescimento de 19% em relação ao mesmo período do ano anterior – a maior expansão do setor nos últimos sete anos.

O resulto veio em sequência à alta de 17% no primeiro trimestre do ano, quando foram transacionados R$ 416 bilhões. Com isso, o incremento no primeiro semestre foi de 18% (para R$ 850 bilhões), em relação ao mesmo período de 2018. Do total transacionado, os cartões de crédito foram responsáveis por R$ 534,4 bilhões (+ 18,8%), seguidos dos cartões de débito, com R$ 308 bilhões (+ 16%), e dos cartões pré-pagos, com R$ 7,4 bilhões (+ 70,4%).

Não por acaso, os brasileiros fizeram 10,3 bilhões de transações com cartões no período, o que equivale a 40 mil transações por minuto, reflexo da participação crescente dos meios eletrônicos no consumo das famílias e na economia. A projeção é de que as operações movimentem R$ 1,8 trilhão em 2019, equivalente a cerca de 25% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

"Estamos vivendo um processo de digitalização dos pagamentos, no qual temos cada vez mais consumidores usando cartões ou meios digitais, seja presencialmente, seja pela internet ou aplicativos. A população aprendeu a usar o cartão e se acostumou a ter menos fricção. Além disso, cada vez mais lojistas e prestadores de serviços estão aceitando esse tipo de transação", diz Pedro Coutinho, presidente da Abecs.

Redução de custos e consumo consciente

Além da maior utilização dos meios eletrônicos de pagamento, os dados do semestre demonstram a continuidade da queda da Taxa de Desconto (ou Merchant Discount Rate – MDR), cobrada dos lojistas sobre operações com os cartões. Nos últimos dez anos, os empreendedores brasileiros viram esse custo cair aproximadamente 25% (de 2,53% para 1,91%).

Isso é resultado principalmente da maior competitividade: se as duas maiores credenciadoras concentravam 94% de participação na indústria em 2014, sua presença hoje é de 65%. No caso dos cinco maiores emissores, a redução foi de 85% para 77% no mesmo período.

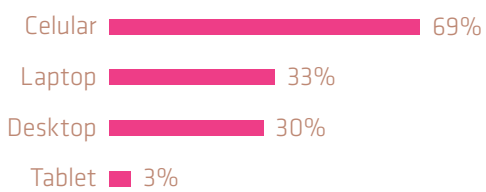
Já uma pesquisa da Abecs com o Banco Central (BC) mostra que os cartões de crédito foram responsáveis por aproximadamente 70% de todo o crédito concedido à pessoa física para o consumo de bens e serviços entre janeiro e junho. Em paralelo, a parcela de inadimplência das famílias atingiu o menor nível histórico já registrado desde março de 2011, chegando a 5,8%, abaixo inclusive da taxa de atraso do crédito pessoal (7,4%).

Ou seja, nove em cada dez consumidores pagam o valor integral da fatura. Para Coutinho, esse resultado lança luz sobre um avanço inegável: os portadores utilizam o cartão de crédito de forma mais consciente. "Quando 90% da população liquida a sua fatura integralmente no vencimento, isso significa que o brasileiro está usando o cartão adequadamente. A queda nos juros do rotativo também é um indicativo", destaca.

COMPRAS PELA INTERNET AQUECEM O SETOR

Com o desenvolvimento do e-commerce no País, as chamadas compras não presenciais somaram R$ 112,2 bilhões no primeiro semestre do ano, com aumento de 26% em relação ao mesmo período do ano anterior, segundo pesquisa da Abecs encomendada ao Datafolha. Esse valor já representa 21% do total movimentado pelo cartão de crédito no Brasil, resultado do número crescente de consumidores que utilizam esse meio eletrônico de pagamento nas suas compras online.

Dispositivos preferidos nas compras online



Fonte: Abecs

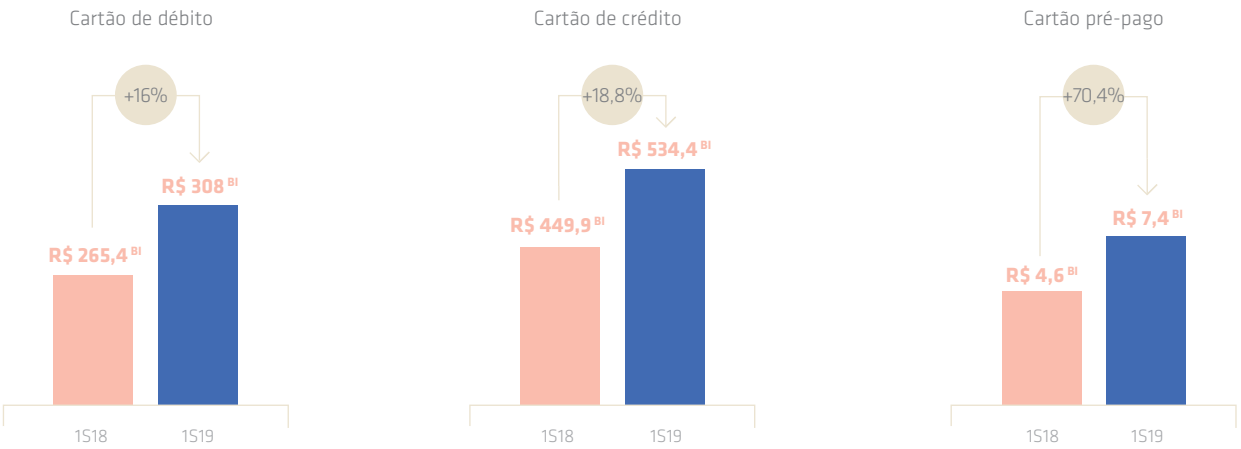
VALOR TRANSACIONADO

PROJEÇÃO ABECS: R$ 1,8 TRI EM TORNO DE 25% DO PIB

R$ 850
BILHÕES

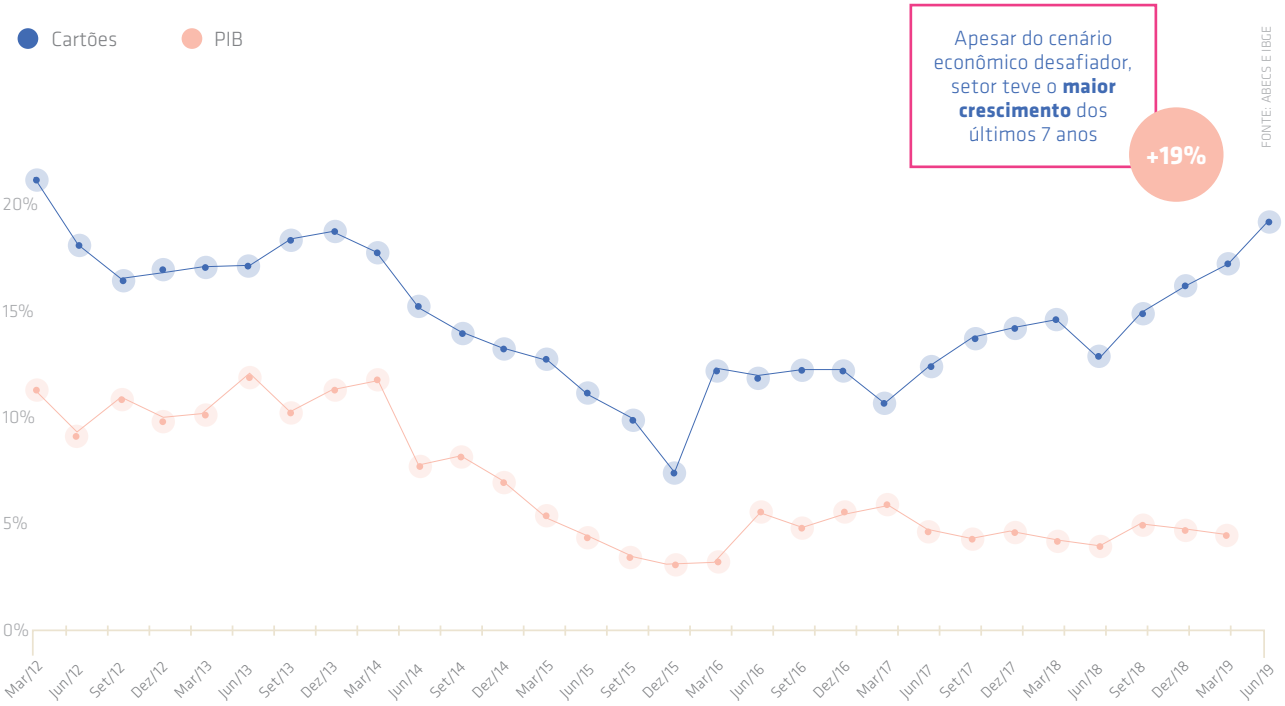
→ **+18%**
CRESCIMENTO NO 1S19

FONTE: ABECS (VISÃO EMISSOR)



Variação do valor transacionado

(2° trimestre de 2019)



FONTE: ABECS E IBGE

QUANTIDADE DE TRANSAÇÕES

FONTE: ABECS

10,3 BILHÕES → **40 MIL TRANSAÇÕES POR MINUTO**

Cartão de débito	Cartão de crédito	Cartão pré-pago
4,9 BI	5,2 BI	142,5 MI

CROSS BORDER

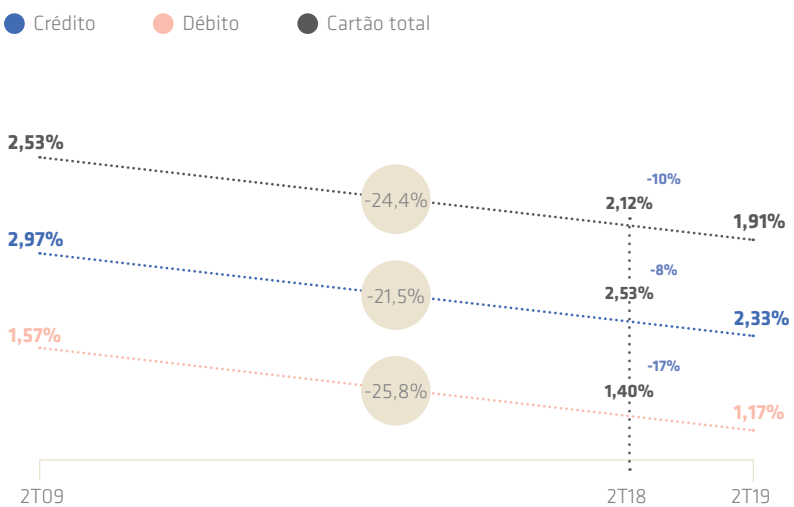
FONTE: BANCO CENTRAL

Cartão de crédito

Gastos de brasileiros no exterior		Gastos de estrangeiros no Brasil	
US$ 4,3 BI	R$ 16,7 BI	US$ 2,2 BI	R$ 8,5 BI
-6,6%	+5,3%	-10,2%	+2,0%

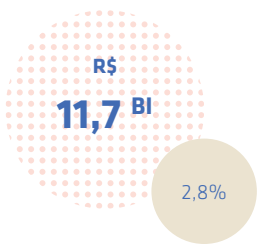
TAXA DE DESCONTO (MDR)

FONTE: ABECS



CHEQUES DEVOLVIDOS

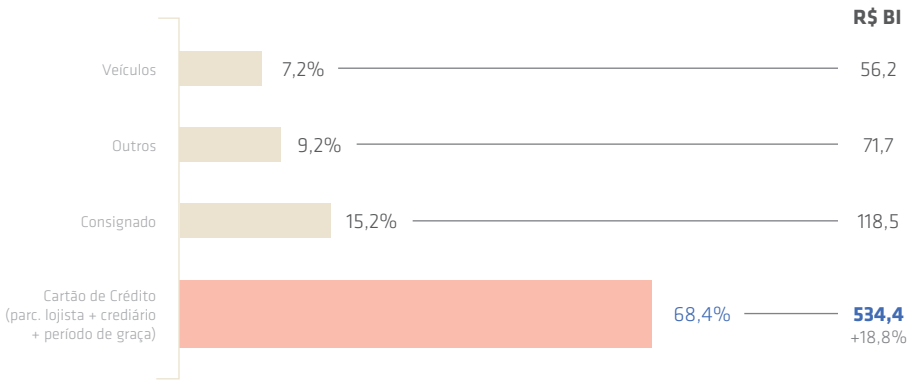
(2ª devolução)



*TAXA "CRÉDITO + DÉBITO", PONDERADA DE ACORDO COM O PESO DAS TRANSAÇÕES COM CADA MODALIDADE

CONCESSÃO DE CRÉDITO PF (RECURSOS LIVRES)

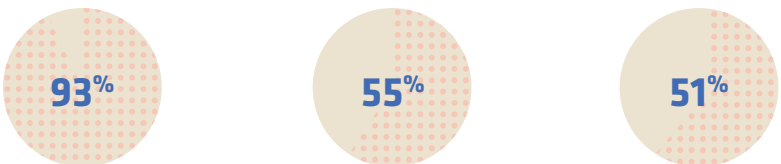
Participação em concessões (1S19)



CARTÃO RESPONDE POR **QUASE 70%** DO CRÉDITO CONCEDIDO À PESSOA FÍSICA PARA O CONSUMO DE BENS E SERVIÇOS

FONTE: ABECS (INFORMAÇÃO CONSOLIDADA DAS CREDENCIADORAS CIELO, FIRST DATA, GETNET, GLOBAL PAYMENTS, PAGSEGURO, REDE E STONE)

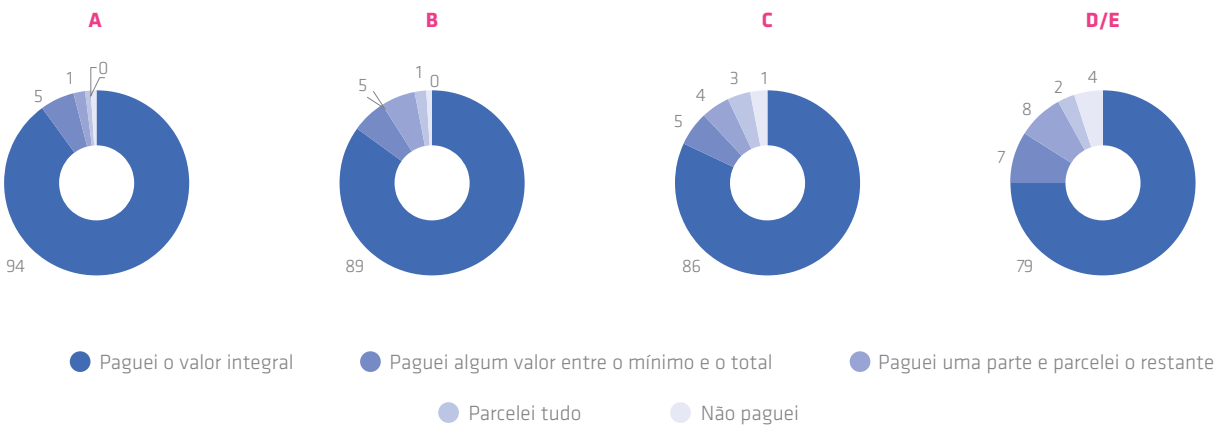
FREQUÊNCIA DE USO DO CARTÃO



FONTE: ABECS DATAFOLHA (DEZ/18)

PAGAMENTO DA FATURA

Como você pagou sua última fatura?

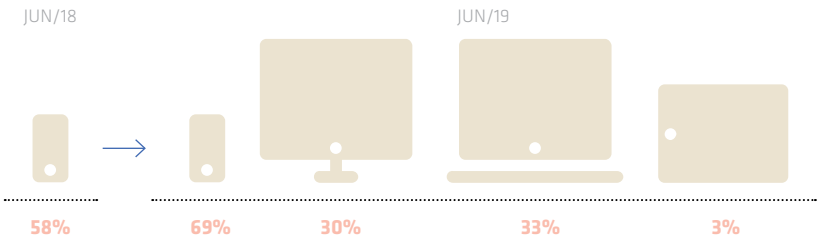


FONTE: ABECS DATAFOLHA (DEZ/18)

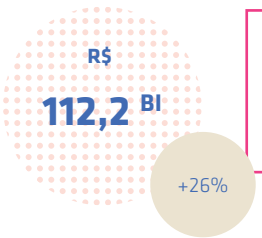
COMPRAS NÃO PRESENCIAIS

83%

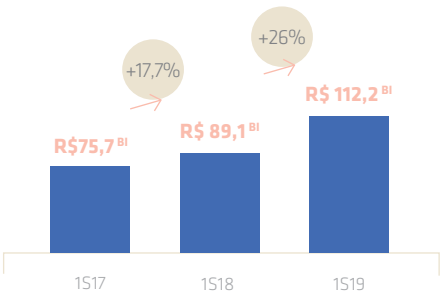
DOS USUÁRIOS USAM O CARTÃO DE CRÉDITO NAS COMPRAS ONLINE



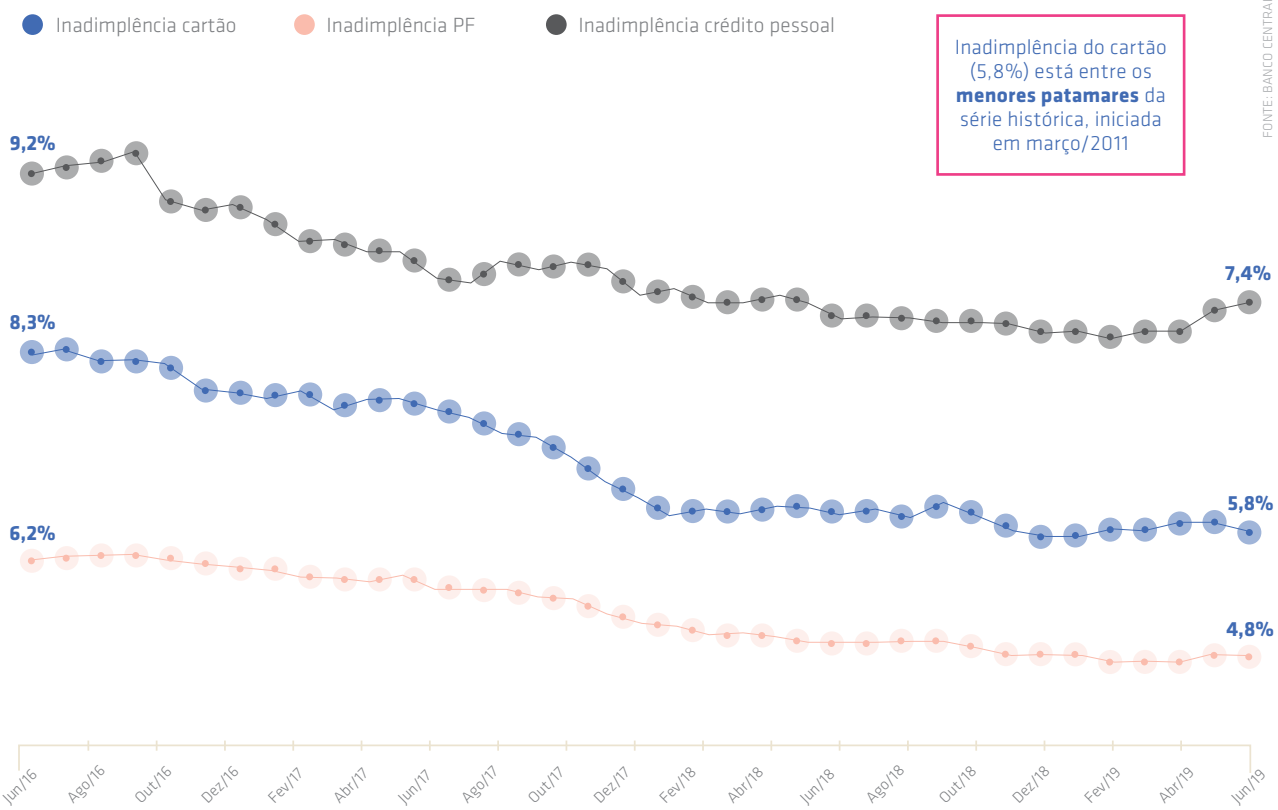
FONTE: ABECS DATAFOLHA (DEZ/18)



Compras não presenciais já representam **21%** do total movimentado pelo cartão de crédito



INADIMPLÊNCIA



Inadimplência do cartão (5,8%) está entre os **menores patamares** da série histórica, iniciada em março/2011

FONTE: BANCO CENTRAL

Coluna

Negros, empresas e igualdade

JOSÉ VICENTE
Mestre em direito, doutor em educação e reitor da Universidade da Cidadania Zumbi dos Palmares

A ESCRAVIDÃO, a abolição inconclusa e a permanência do racismo produziram no Brasil uma acintosa divisão social que ainda hoje segrega negros e brancos. Num esforço de superação, a Constituição de 1988 definiu como objetivos fundamentais a erradicação das desigualdades e dos preconceitos de raça. Estabeleceu o repúdio ao racismo e fez de sua prática um crime inafiançável.

A cena social brasileira confronta erros do passado com os esforços, as exigências do presente e as necessidades do futuro. Ainda assim, são inequívocos certos indícios de atraso. O ambiente corporativo brasileiro, por exemplo, é um espelho ampliado dessas distorções. Em muitos casos, reproduz e amplia o fosso desse verdadeiro apartheid.

Nas empresas aqui instaladas, públicas e privadas, nacionais e multinacionais, é nítido o que se conceituou na literatura como racismo institucional, isso é, aquele em que nada é dito de forma direta, mas o resultado se traduz de maneira inexorável em "no black".

Em um país em que 54% da população é formada por negros, como explicar sua ausência quase completa dos cargos de presidente ou vice-presidente nas empresas? Quantos são os negros no primeiro, segundo ou terceiro escalão de corporações públicas ou privadas?

Some-se a essa situação traumática a chegada das primeiras levas dos quase 1 milhão de jovens negros provenientes dos programas de cotas e ações afirmativas no ensino superior, que agora baterão nas portas das empresas brasileiras.

Vê-se aí o tamanho exato do desafio que se colocará diante do governo, da sociedade e das corporações.

O que fazer com milhares de Pelés, Joaquins Barbosa, Daianes dos Santos e Rafaelas Silvas escondidos pelo País? Ignorá-los para sempre?

Essa é a resposta que pretendemos ajudar o Brasil a construir por meio da criação do Instituto da Iniciativa Empresarial pela Igualdade, inaugurado em novembro de 2019, em comemoração ao Dia Nacional da Consciência Negra, celebrado dia 20 desse mês.

Nessa proposta, sociedade civil, governo e ambiente corporativo juntam forças para promover novas mentalidades e atitudes nas empresas, em que ética, cidadania e responsabilidade social possam gerar igualdade de oportunidades e de acesso democrático dos negros aos postos principais das empresas.

Juntos trabalharemos para retirar os obstáculos internos, sugestionar a cadeia de fornecedores, inspirar a rede de relacionamento e divulgar para toda a sociedade os valores dessa ação.

A parceria firmada, em meados deste ano, entre a Faculdade Zumbi dos Palmares e a Abecs vai nesse sentido: incentivando que alunos da instituição participem dos processos seletivos das empresas associadas da Abecs, espera-se impulsionar a inserção do jovem negro no mercado de trabalho, revelando talentos e promovendo a diversidade no ambiente corporativo.

Trabalharemos também para conscientizar e promover a recepção e condução desse tema e desse público, transformando a diversidade étnica racial num valor empresarial e social que, além de aumentar a competitividade e o valor agregado do produto, irá enaltecer o que o País tem de melhor: a sua gente.

Sejam todos muito bem-vindos ao Instituto Iniciativa Empresarial pela Igualdade.

14º CMEP

abecs

CONGRESSO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO

24 E 25 DE MARÇO DE 2020

Teatro Santander
Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2041
São Paulo - SP