

BANCOS & FINANÇAS

PUBLICAÇÃO PELLON & ASSOCIADOS ADVOCACIA

SEGURO DE PROTEÇÃO FINANCEIRA

Priscila Marcolongo

Jose Carlos Figueiredo

APLICAÇÃO RELATIVA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS CONTRATOS BANCÁRIOS

Gustavo Grossi

MERCADO DE CARTÕES

PREVÊ ALTA DE 17%
PARA 2019

O maior volume das transações por aproximação também será impulsionado pelo cenário mais competitivo no setor, com a entrada de novos players e a criação de produtos mais sofisticados

Pellon & Associados

A D V O C A C I A

BANCOS & FINANÇAS

Publicação do Escritório

Pellon & Associados Advocacia

Luís Felipe Pellon

Fundador e Presidente do Conselho

Sergio Ruy Barroso de Mello

Fundador e Vice-Presidente do Conselho



Leonardo Cuervo

Membro do Conselho

Sócio responsável pelo Contencioso de Massa

Editor Executivo da Revista Bancos & Finanças

PROJETO GRÁFICO

Assessoria de Comunicação:

Mônica Grynberg Cerginer

Distribuição Online

Participe enviando matérias, artigos e sugestões para:

monica.cerginer@pellon-associados.com.br

As opiniões expressas nos artigos assinados, bem como o serviço de Clipping (elaborado originalmente por outros veículos) são de responsabilidade de seus autores e não refletem necessariamente a opinião do escritório Pellon & Associados. Imagens retiradas da internet, de domínio público. A reprodução de qualquer matéria depende de prévia autorização.

RIO DE JANEIRO

Edifício Altavista

Rua Desembargador Viriato, 16 Centro

20030-090 Rio de Janeiro RJ Brasil

Telefone: +55 21 3824-7800

Fax: +55 21 2240-6970

ÍNDICE

Notas Informativas

SEGURO DE PROTEÇÃO FINANCEIRA

3

PRISCILA MARCOLONGO
JOSÉ CARLOS FIGUEIREDO

APLICAÇÃO RELATIVA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS CONTRATOS BANCÁRIOS

5

GUSTAVO GROSSI

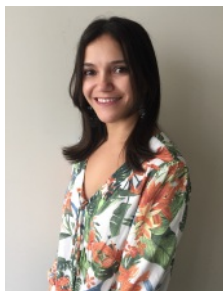
Jurisprudência

7

Clipping

9

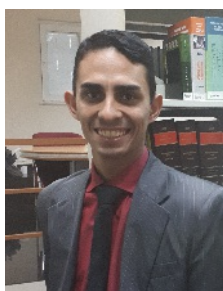
Seguro de Proteção Financeira



Priscila Marcolongo

Sócia de Pellon & Associados

priscila.gomes@pellon-associados.com.br



José Carlos Figueiredo

Sócio de Pellon & Associados

jose.figueiredo@pellon-associados.com.br

O seguro de proteção financeira, é um seguro prestamista, onde se oferece cobertura para eventos de morte e invalidez do segurado, resguardando, portanto, todos da relação jurídica existente.

Diante do tema, o Professor Adilson José Campoy explana:

“O seguro prestamista é aquele que objetiva garantir, em caso de morte ou invalidez do segurado, o cumprimento da obrigação que este tenha para com o beneficiário. Largamente utilizado pelas instituições financeiras nas operações de crédito ao consumidor, é, sem dúvida, um instrumento de alavancagem dessas operações, pois torna menor o risco de não recuperação do crédito. (**Contrato de seguro de vida** [livro eletrônico] São Paulo: Editora Revista do Tribubais, capítulo 12).

O Banco Central do Brasil (BCB) destaca ainda que esse seguro contribui para a redução da taxa de juros:

“Não obstante seja a instituição financeira a beneficiária da indenização do seguro de proteção financeira, não se pode perder de vistas que se trata de forma de exoneração parcial ou total do consumidor de suas obrigações para o caso de ocorrência de determinados sinistros, o que, ao fim e ao cabo, redundará na mitigação de riscos do negócio, concorrendo para que sejam praticadas taxas de juros mais módicas nas contratações.”

No entanto, após inúmeras ações ajuizadas acerca da legalidade ou não da venda do Seguro de Proteção Financeira pelas Instituições Financeiras, a temática chegou a Corte Suprema, entretanto, bom é frisar que, as normas de regulação bancária, não possuem *status* de lei federal, é dizer então que, não poderiam ensejar o presente recurso diante do STJ, contudo, em que pese tal matéria não ter elucidação na alínea “a” do premissor Constitucional 105, inciso III, salienta-se que tal entendimento vem sendo modificado, diante da argumentação de

violação aos princípios e diretrizes elencadas pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078/90), e por assim ser, estaria prevista a alegada violação à Lei Federal, dando portanto, ensejo a matéria recursal diante da Egrégia Corte.

Neste diapasão, foi então que por justificativa de proibição de “venda casada”, e ferimento ao Artigo 39, I, do CDC, foi colocado o tema em mesa, e decidido pela Ilustre Corte, a seguinte tese:

Nos contratos bancários em geral, o consumidor não pode ser compelido a contratar seguro com a instituição financeira ou com a seguradora por ela indicada.

Urge ressaltar que as relações jurídicas devem ser movidas pelo princípio elencado da boa-fé objetiva, ou seja, devem as partes que perfazem a relação estabelecerem e agirem por um padrão ético, cumprindo com as relações contratuais na forma em que se espera delas.

Ressalta-se que ambas as partes, e nos casos das relações com as instituições financeiras, certo e evidente é, que esta segunda deve comportar-se e atuar nas relações contratuais, cumprindo com os seus deveres obrigacionais, bem como, fazendo valer os princípios da informação e transparência, elucidados no próprio Código de Defesa do Consumidor.

Sendo assim, a parte consumerista, ou hipossuficiente da relação contratual, ao adquirir através da sua livre iniciativa e por espontânea vontade o seguro de proteção financeira, que destarte, não é vedada a comercialização do referido serviço pela regulação bancária, e ainda, sendo claramente uma cláusula optativa no contrato, que vem ao judiciário posteriormente discutir esta transação, não cumpre o princípio básico da relação, qual seja, a boa-fé, elencado no Novel Código de Processo Civil, senão vejamos:

Art. 5º - Aquele que de qualquer forma participa do processo deve comportar-se de acordo com a boa-fé (Lei 13.105/15).

Ora, ao demonstrar comportamento contraditório ao que se era esperado, o consumidor pratica o que no Direito conhecemos como a “*venire contra factum proprium*”, ou seja, a mesma pessoa em momentos distintos, adota dois comportamentos completamente diferentes, sendo que, o segundo deles surpreende o outro sujeito, por ser completamente diferente daquilo que se poderia razoavelmente esperar, em virtude do primeiro.

Em assim sendo, o consumidor que contrata de forma opcional, voluntária, esclarecida e transparente o serviço de seguro de proteção, posteriormente querer discutir a legalidade da cobrança, mostra-se um tanto quanto contraditório do seu comportamento inicial.

Insta salientar e realçar que o referido serviço é destacado e colocado em uma cláusula optativa no contrato, tendo a parte contratante completa discricionariedade de contratar, ratificando assim o cumprimento dos princípios da informação e transparências, elucidados no CDC.

Por assim ser, a Segunda Seção do Superior Tribunal de Justiça (STJ) ao julgar sob o rito dos recursos repetitivos o REsp 1.639.320 e o REsp 1.639.259, ambos de relatoria do ministro Paulo de Tarso Sanseverino, e firmar a tese que diz que “**nos contratos bancários em geral, o consumidor não pode ser compelido a contratar seguro com a instituição financeira ou com seguradora por ela indicada**”, não abrange os contratos de seguro colocados em uma cláusula optativa, pois estes foram ofertados ao consumidor de forma clara, transparente e voluntária, e portanto, é absolutamente legal a sua comercialização.

Diante do exposto, não é vedado às Instituições Financeiras a comercialização do Seguro de Proteção Financeira, quando este for claramente uma cláusula optativa no contrato adquirido pelo consumidor, através da sua livre iniciativa e por espontânea vontade, pois entendimento contrário a este, estaria ferindo diretamente o princípio básico da relação, qual seja, a boa-fé, que garante a segurança jurídica nos contratos celebrados.



Aplicação relativa do Código de Defesa do Consumidor aos contratos bancários

Gustavo Grossi

Sócio de Pellon & Associados

gustavo.grossi@pellon-associados.com.br

Atualmente, muitos questionamentos são gerados quanto à aplicação do CDC e consequente concessão de suas prerrogativas às diversas modalidades contratuais presentes em nosso meio jurídico.

Por outro lado, é claro o entendimento no STJ de que se aplica o CDC às instituições financeiras, através da Súmula nº 297, que assim dispõe: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”.

Isto porque, as instituições financeiras são consideradas fornecedoras sob a égide da legislação consumerista, extraída através da análise do disposto no *caput* do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor e especialmente no § 2º do mesmo artigo, que relata de modo expresso como serviços as atividades de “*natureza bancária, financeira, de crédito*”.

Contudo, a aplicação do CDC não é absoluta e não deve ser utilizada de forma automática aos contratos

bancários, pois também é necessário se apurar se o cliente se enquadra no conceito de consumidor inserido no código em debate.

Veja o que dispõe o art. 2º do CDC:

*“Art. 2º. **Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço **como destinatário final**.”* grifamos

Logo, independentemente de ser a instituição financeira uma fornecedora de serviços, o que autoriza a aplicação do CDC nos termos da Súmula nº 297 do STJ, é imprescindível que se apure primeiro a condição de consumidor final por parte do cliente.

Sendo o crédito disponibilizado pela instituição financeira utilizado para fomentar sua atividade empresarial, estaríamos diante de uma simples relação de consumo intermediária.

Cumpra esclarecer que o elemento principal da caracterização ou não da relação de consumo e posterior aplicação do disposto no CDC aos contratos bancários, diz respeito à destinação final do produto ou serviço bancário.

Nesse sentido são os julgados do Superior Tribunal de Justiça. Vejamos:

*PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO REVISIONAL. **CONTACORRENTE**. PESSOA JURÍDICA. PRETENSÃO DE INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ALMEJADA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. HIPOSSUFICIÊNCIA NÃO DISCUTIDA. **RELAÇÃO DE CONSUMO INTERMEDIÁRIA**. **INAPLICABILIDADE DA LEI 8.078/90**.*

I – Cuidando-se de contrato bancário celebrado com pessoa jurídica para fins de aplicação em sua atividade produtiva, não incide na espécie o CDC, com o intuito da inversão do ônus probatório, porquanto não discutida a hipossuficiência da recorrente nos autos. Precedentes.

*II – Nessa hipótese, **não se configura relação de consumo, mas atividade de consumo intermediária, que não goza dos privilégios da lei consumerista (...)***

(REsp nº 2004/0182878/SP, Min. Aldir Passarinho Júnior, 4ª Turma do STJ)

*AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. **CONTRATO BANCÁRIO. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DESTINAÇÃO FINAL. INOCORRÊNCIA**. JUROS REMUNERATÓRIOS. LIMITAÇÃO DE 12% AO ANO. DESCABIMENTO.*

*I – É pacífico, no âmbito da Segunda Seção desta Corte, o entendimento de que **a aquisição de bens ou a utilização de serviços por pessoa natural ou jurídica com o escopo de implementar ou incrementar a sua atividade negocial, não se reputa como relação de consumo, mas como uma atividade de consumo intermediária**, motivo por que resta afastada, in casu, a incidência do CDC.”*

(AgRg no Ag nº 2006/0237811/PR, Min. Fernando Gonçalves, 4ª Turma do STJ)

Por fim, não podemos nos esquecer também da necessária vulnerabilidade do consumidor em relação ao negócio jurídico entabulado, no intuito de se aplicar ou não as prerrogativas inerentes ao Direito do Consumidor.

Assim, conclui-se que os contratos bancários podem ou não se sujeitar ao CDC, dependendo da natureza do vínculo obrigacional, bem como da configuração ou não da vulnerabilidade entre as partes contratantes.





TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

10ª Câmara Cível
Apelação Cível nº 0314412-59.2017.8.19.0001
Apelante: BANCO XXX
Apelado: XXX
Obrigação de Fazer c/c Indenizatória
Relator Desembargador PEDRO SARAIVA DE ANDRADE LEMOS

Apelação cível. Obrigação de fazer c/c indenizatória. Cartão de crédito. Cobrança indevida. Serviço bancário não contratado. “Tarifa Aval Emerg. Credito” Parcial procedência. Descumprimento do dever de informação.

Art. 6º, III, CDC. Ausência de autorização expressa do cliente. Abusividade da cobrança. Falha na prestação do serviço. Dano moral configurado.

Quantum indenizatório arbitrado (R\$ 8.000,00) em dissonância com os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade.

Súmula TJRJ nº 343. Reforma parcial da sentença tão somente para reduzir a verba indenizatória fixada a título de danos morais para o montante de R\$ 3.000,00, que se mostra proporcional e razoável, sendo o valor suficiente para cumprir o escopo pedagógico da medida.

Precedentes jurisprudenciais desta Corte. **PROVIMENTO PARCIAL DO RECURSO**, na forma do art. 932, IV, “a”, do CPC.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

APELAÇÃO CÍVEL N. 0007665-74.2010.8.19.0208
Apelante: FINANCEIRA XXX
Apelada: XXX
Relator: DESEMBARGADOR CELSO SILVA FILHO

Apelação. Cobranças em boleto de cartão de crédito que a autora alega nunca ter recebido. Ré que não logrou êxito em comprovar o recebimento do cartão pela consumidora, o que facilmente poderia ter feito, acostando aos autos o aviso de recebimento da correspondência pela qual enviou o plástico. Débitos corretamente cancelados. Dano moral não configurado, porquanto não houve a inscrição do nome da autora em cadastros restritivos de crédito. Aplicação do enunciado nº 230, da Súmula do TJ-RJ. **RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.**

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO AMAZONAS

Autos n.º 4004649-59.2017.8.04.0000.
Relator: Desembargador Ernesto Anselmo Queiroz Chixaro.
Classe: Reclamação
Reclamante: Financeira XXX
Reclamado: Juízo de Direito da 1.ª Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do Estado do Amazonas.
Terceiro interessado: XXX
Procurador de Justiça: Francisco Cruz

Acórdão do Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas que reconheceu sua competência para julgar Reclamação Constitucional em face de decisão da Turma Recursal do Juizado Especial Cível, bem como afastou condenação de Danos Morais por contrariar súmula 385 do Superior Tribunal de Justiça:

EMENTA: PROCESSUAL CIVIL. RECLAMAÇÃO. DECISÃO DE TURMA RECURSAL DOS JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS E CRIMINAIS DO ESTADO DO AMAZONAS. RESOLUÇÃO STJ N.º 03/2016. ACÓRDÃO QUE CONTRARIA O DISPOSTO EM ENUNCIADO DE SÚMULA DO STJ.

- Nos termos do artigo 1.º, da Resolução STJ n.º 03/2016, é cabível a reclamação contra acórdão prolatado por Turma Recursal do Juizado Especial que venha contrariar contraria a jurisprudência consolidada nos enunciados das Súmulas do Superior Tribunal de Justiça.

- A preexistência regular do nome do consumidor nos serviços de proteção ao crédito inibe a busca indenizatória por danos morais diante de nova inscrição, mesmo irregular, porquanto não haverá maior descrédito à personalidade. Enunciado n.º 385, da Súmula do STJ.

- A presente reclamação é de ser conhecida e julgada procedente, por não ser cabível o pedido de compensação por dano moral no que tange à negativação indevida discutida nestes autos, ante a preexistência de registro anterior em nome da consumidora, no cadastro de inadimplentes.

- Reclamação conhecida e julgada procedente.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Apelante: BANCO XXX

Apelado: XXX LTDA

Juiz(a) de 1ª Inst.: Maria Fernanda Belli

ACORDAM, em 11ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, proferir a seguinte decisão: "Deram provimento ao recurso, nos termos que constarão do acórdão. V. U.", de conformidade com o voto do Relator, que integra este acórdão. O julgamento teve a participação dos Exmos. Desembargadores GILBERTO DOS SANTOS (Presidente) e MARINO NETO.

Trata-se de ação de prestação de contas, em Segunda fase, em que se proferiu sentença homologando os cálculos do perito judicial (fls. 1.235/1.439), que apurou, para o período de janeiro de 2009 a dezembro de 2015, um saldo em favor da autora de R\$ 1.924.022,52 atualizado até 30/09/2016 (fls. 1.248).

"AÇÃO DE EXIGIR CONTAS - Segunda fase - Sentença que homologou os cálculos do perito - Contas que englobam

inúmeros débitos em conta corrente ao longo de cerca de sete anos de relacionamento - Não se pode admitir que tenham ocorrido tantos descontos indevidos sem insurgência da autora - Tratando-se de pessoa jurídica que mantém livros contábeis, não se admite que não tenha conhecimento acerca do destino dado às quantias que pretende sejam devolvidas - Tarifas e taxas bancárias que, ademais, são divulgadas pelos bancos por determinação do BACEN - **RECURSO PROVIDO.**"

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ

INCIDENTE DE DECLARAÇÃO DE INCONSTITUCIONALIDADE Nº 1.691.447-7/01

SUSCITANTE: 5ª CÂMARA CÍVEL DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO PARANÁ

INTERESSADOS: BANCO XXX E MUNICÍPIO DE SANTO ANTÔNIO DA PLATINA

RELATOR: DES. CARLOS MANSUR ARIDA

INCIDENTE DE DECLARAÇÃO DE INCONSTITUCIONALIDADE. ARTIGO 2º DA LEI ESTADUAL Nº 17.897/2013. ARGUIÇÃO INCIDENTAL QUE QUESTIONA A CONSTITUCIONALIDADE MATERIAL DA NORMA. CONHECIMENTO DO INCIDENTE. MÉRITO. LEI ESTADUAL QUE OBRIGA OS ESTABELECIMENTOS BANCÁRIOS A INSTALAREM NAS AGÊNCIAS E POSTOS DE SERVIÇOS ANTEPARO DO TIPO BIOMBO OU SIMILAR ENTRE OS CAIXAS EM QUE HÁ MOVIMENTAÇÃO DE DINHEIRO E AS ÁREAS RESERVADAS AOS CLIENTES QUE AGUARDAM ATENDIMENTO (ART. 1º DA NORMA). DISPOSITIVO IMPUGNADO QUE FIXA MULTA PECUNIÁRIA DIÁRIA NO VALOR DE R\$ 10.000,00 PARA O INFRATOR PRIMÁRIO SEM QUALQUER LIMITE GLOBAL E O LIMITE TOTAL DE R\$ 200.000,00 PARA O REINCIDENTE. VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA PROPORCIONALIDADE, NA SUA DIMENSÃO EM SENTIDO ESTRITO. EXCESSIVA ONEROSIDADE EM RELAÇÃO À GRAVIDADE DA CONDUTA PRATICADA. ADEMAIS TRAZ APENAMENTO MAIS GRAVOSO AO INFRATOR PRIMÁRIO DO QUE AO REINCIDENTE. DISPOSITIVO QUE AFRONTA TAMBÉM O PRINCÍPIO DA INDIVIDUALIZAÇÃO DA PENA. SANÇÃO PECUNIÁRIA ABSTRATAMENTE COMINADA EM PATAMARES FIXOS QUE DESCONSIDERA ASPECTOS PECULIARES DO INFRATOR E GRAU DO ILÍCITO. CONTRARIEDADE AO ARTIGO 5º, INCISOS XLVI E LIV DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL. IMPOSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DA TÉCNICA DA INTERPRETAÇÃO CONFORME. INCONSTITUCIONALIDADE MATERIAL RECONHECIDA. **ARGUIÇÃO INCIDENTAL DE INCONSTITUCIONALIDADE JULGADA PROCEDENTE.**

Clipping



ASCENSÃO DE FINTECHS TRARÁ UMA MAIOR DESCENTRALIZAÇÃO BANCÁRIA ATÉ 2024

A entrada de novos players na indústria financeira também impulsionará regulamentações mais flexíveis e adaptáveis às iniciativas inovadoras, promovendo maior competitividade no segmento

A desconcentração bancária do sistema financeiro se intensificará entre três e cinco anos. A expectativa é que a desburocratização em relação às fintechs e a entrada de novos players promova migrações cada vez mais fortes de clientes para iniciativas tecnológicas.

O ranking das melhores instituições financeiras do mundo, divulgada recentemente pela Forbes, por exemplo, aponta que as três primeiras das cinco melhores companhias no Brasil são fintechs. Em primeiro lugar está o Nubank, em segundo, o Banco Inter e em terceiro, o Neon. Em seguida, vem a Caixa Econômica Federal e, por último, o Itaú Unibanco.

Segundo o vice-presidente e diretor de relações com investidores do Banco Inter, Alexandre Riccio de Oliveira, a ascensão dessas iniciativas se dá por três propostas principais: a gratuidade – ou preços menores – dos serviços e produtos oferecidos –, a digitalização dos sistemas e do atendimento e, por fim, um portfólio completo de soluções.

“O movimento digital trouxe a praticidade que os clientes raramente tinham nas instituições tradicionais, bem como custos mais baixos tanto para as fintechs como para os usuários dessas iniciativas. Já o portfólio completo permite maior competitividade no sistema, onde os consumidores deixam de enxergar nossas soluções como alternativas e começam a usá-las como a principal opção”, afirma.

Em questão de custo, só no último trimestre de 2018, os quatro maiores bancos do País (Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander) somaram R\$ 29,501 bilhões em receitas com tarifas e presta-

ção de serviços. O volume é 6,2% maior do que o observado em igual período de 2017 (R\$ 27,776 bilhões).

Oliveira reitera ainda que quase metade dos clientes do Banco Inter utilizam a companhia como banco principal para gerenciamento de suas contas e serviços financeiros. “Terminamos o ano com 1,452 milhão de clientes e uma média de 155 mil contas abertas mensalmente”, acrescenta. Já de acordo com o CEO da Jeitto, Adriano Duarte, o crescimento das fintechs se dá por uma “ineficiência do sistema financeiro nacional, que não consegue atender a todos os públicos de forma justa”, uma vez que o mercado bancário ainda é muito concentrado.

“Apesar da tentativa de digitalização, os bancos ainda são muito tradicionais. O Brasil é muito burocrático e grande parte dos serviços e produtos oferecidos pelas grandes instituições ainda têm muitas restrições”, afirma o CEO.

O movimento de desburocratização, porém, já começa a ser visto”, comenta o co-fundador da Zoop, Rodrigo Miranda. “As regulamentações estão mais abertas e a tendência é que as empresas comecem a participar mais desses processos”, conclui o executivo.

Regulamentação

Em termos de regulação, os executivos ponderam que mesmo com a maior abertura do BC para a aceitação de novas tecnologias, “ainda existem muitos obstáculos a serem superados” no setor.

“Existem desafios, principalmente do custo e da facilidade de capital. Mas é importante lembrar que se continuarmos avançando nesse ritmo, teremos resultados muito positivos de competição e descentralização bancária entre três e cinco anos”, afirma o CEO da Koin, Gabriel Franco. “Ainda estamos em uma curva de aprendizado e de adequação.

Mas o Brasil é um celeiro de oportunidades e a tendência é que isso se intensifique cada vez mais”, complementa Duarte, da Jeitto.

Fonte: DCI | ISABELA BOLZANI



NEGOCIAÇÃO VIRTUAL CRESCER E BANCOS EXPANDEM SERVIÇOS PARA O CONSUMIDOR

A negociação online para quitar dívidas de clientes e empresas avança em plataformas e aplicativos oferecidos pelos principais bancos do país: os acordos feitos de forma virtual já representam até 40%, em algumas instituições financeiras, do total. Pela estimativa do setor, as negociações online, entre este e o próximo ano, já deverão ultrapassar as presenciais, feitas nas agências.

A conveniência de dispensar o deslocamento a uma agência e a flexibilidade de horário estão entre as principais razões apontadas por especialistas para explicar o avanço das negociações de modo virtual, explica Fábio Moraes, diretor de Educação Profissional e Financeira da FEBRABAN. Outro fator é a maior descrição e privacidade no atendimento _ uma

vez que não há o contato telefônico, eliminando-se, dessa forma, situações que possam causar constrangimentos. “Com o celular usado em um número cada vez maior de transações e com a conveniência dos serviços digitais, em um prazo de um a dois anos, a negociação online deverá superar a física”, prevê o diretor da Federação. Atualmente, 35% das transações bancárias são feitas pelo mobile banking, de acordo com a Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária. Se somado o internet banking, as operações eletrônicas totalizam 57%.

Independentemente da forma de negociação escolhida pelo consumidor _ se por meio do uso de plataformas ou presencialmente _ é importante ressaltar que os bancos têm políticas de monitoramento dos consumidores endividados, e adotam medidas preventivas e ações voltadas à orientação financeira. Também enviam ao cliente, se solicitado, documentos e demonstrativos que apresentem a evolução da dívida, para que possam entender a composição dos valores apresentados.

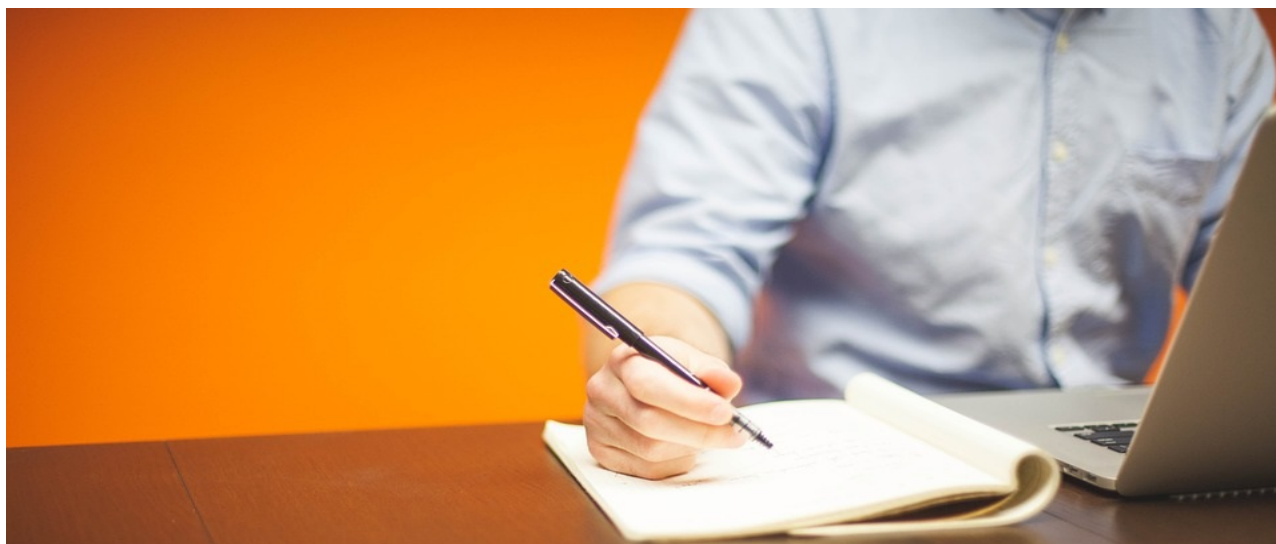
Estas medidas estão previstas no Normativo de Tratamento e Negociação de Dívidas, lançado em agosto de 2017 pelo Sistema de Autorregulação Bancária da FEBRABAN. Outro ponto de destaque do normativo de Autorregulação é o estímulo ao uso da plataforma

“consumidor.gov.br” do Ministério da Justiça. A plataforma é hoje o principal instrumento usado nos mutirões de negociação de dívidas organizados pelos Procons de todo o país. E os números falam por si: em 2018 foram realizados 45 mutirões com índice de acordo próximo de 80%.

“O normativo amplia a transparência sobre os canais oferecidos para negociação de dívidas, tanto presenciais como eletrônicos. Também contribui para a reestruturação financeira do consumidor”, afirma Amaury Oliva, diretor de Autorregulação da FEBRABAN. A iniciativa é um esforço do setor para enfrentar proativamente um tema sensível, evitando que os conflitos exijam recurso aos órgãos de defesa do consumidor e à Justiça.

Plataformas de negociação

Os principais bancos brasileiros investem em plataformas de negociação online para se aproximar cada vez mais dos clientes endividados e facilitar o pagamento de débitos em atraso pelos canais digitais. O Itaú Unibanco faz, até 31 de março, a campanha “Conte a sua história para a gente sair dessa com você”. O objetivo é incentivar o processo de revisão de dívidas pelos meios eletrônicos, o que inclui site, aplicativo e chat.



“Os canais digitais são, atualmente, um meio de contato fundamental para os clientes que buscam colocar suas finanças em dia”, diz Adriano Pedroti, diretor de Crédito e Cobrança do Itaú Unibanco.

O número de renegociações efetivadas em canais digitais no banco cresceu 72% no ano passado, segundo os dados mais atualizados da instituição. Somente com o Feirão de Renegociação, feito pelo Itaú no último trimestre de 2018, a procura aumentou quase 30%, considerando centrais de atendimento, site, app e agências. O volume de acessos aos canais digitais por clientes em busca de renegociar dívidas teve um aumento de 27% durante a iniciativa.

O Portal Soluções de Dívidas, do Banco do Brasil, atingiu quase um milhão de acordos realizados e ultrapassou mais de R\$ 10 bilhões renegociados, desde que foi criado em 2014 pela instituição até dezembro do ano passado. “A quantidade de acordos feitos pela plataforma cresceu 163% e o valor renegociado aumentou 179%, de janeiro de 2017 até agora”, afirma Simão Kovalski, diretor de Reestruturação de Ativos Operacionais do BB.

Considerados todos os acordos contratados em agências e em canais digitais, 40% das renegociações concretizadas pelo BB já são online. Desde o lançamento do portal, mais de 425 mil clientes já renegociaram suas dívidas pelo internet banking ou app. Com o lançamento de seu Portal de Renegociação no ano passado, o Santander chegou a 30% de acordos feitos por meio de canais digitais. Em 2016, quando o banco iniciou o processo de recuperação de dívidas pelo internet banking e chat, o percentual era 3%. Um ano depois, com a possibilidade de negociar pelo mobile banking, havia subido para 11%. “Neste ano seguiremos investindo em soluções digitais para que possamos alcançar números ainda mais expressivos: 50% de participação no market share”, diz Paulo Cesar Mendes Oliveira, superintendente-executivo de Recuperação de Crédito do Santander Brasil.

Sob medida

“É possível compreender de forma rápida e eficaz o momento financeiro do cliente

e oferecer negociações apropriadas à sua capacidade de pagamento”, ressaltou Sebastián Duh, superintendente do Departamento de Recuperação de Créditos do Bradesco, ao destacar as prováveis razões para o crescimento dessa forma de negociar os débitos. Para o executivo, assim também se oferece ao cliente praticidade, comodidade e privacidade, facilitando o processo de negociação.

O Bradesco também notou crescimento nas negociações virtuais, principalmente da realizada por meio do celular, que hoje representa 30% do total das negociações em canais digitais.

Já a média diária de acordos feitos nos meios digitais na Caixa foi seis vezes maior em 2018 em comparação ao período de novembro de 2016 - quando a operação foi criada no site - a janeiro de 2017. O número de acordos passou de 235 por dia para cerca de 1.550, segundo Julio Cesar Volpp Sierra, vice-presidente de Produtos de Varejo da Caixa.

O montante renegociado chegou a R\$ 772 milhões no ano passado, com 567 mil acordos para pagamentos de débitos em atraso. “A negociação online tem aumentado a cada dia, mas a presencial, nas agências da Caixa, ainda é maior”, diz. “Os nossos clientes mudam o comportamento de forma gradativa para o canal online.”

Impactos

O atual cenário econômico torna ainda mais relevante a busca de serviços mais eficientes e que estimulem os consumidores a decisões mais conscientes, na hora de quitar as dívidas e recuperar o crédito.

O Brasil chegou, em 2018, a 62,6 milhões de brasileiros com alguma conta em atraso e com o CPF restrito para contratar crédito ou fazer compras parceladas, segundo dados do indicador de inadimplência da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil). O número representa 41% da população adulta do país.

O vice-presidente da Caixa destaca que a instituição tem alcançado índices

recordes de reversão da inadimplência nos últimos anos, com iniciativas que incluem a negociação online. Isso ocorre não só nos canais tradicionais - como autoatendimento (ATM), internet banking e mobile banking -, mas por novos meios. “O caminhão da inadimplência percorre as cidades para proporcionar atendimento presencial ao cliente que quer negociar suas dívidas”, explica Sierra, da Caixa. Até junho, o caminhão estará em cidades de seis Estados - São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul, Sergipe, Rio Grande do Norte e Ceará.

Educação Financeira

As plataformas de negociação dos bancos também têm investido em conteúdo para internet que vai além das ferramentas para simular cálculos, valores, prazos e prestações. O motivo é simples: sabem que lições de educação financeira têm impacto na taxa de inadimplência. “Estão educando financeiramente e orientando as pessoas sobre como lidar melhor com o orçamento mensal”, afirma Fábio Moraes.

O portal Meu Bolso em Dia, da FEBRABAN, atua com o objetivo de oferecer conteúdo sobre finanças pessoais e ensinar a usar o crédito de maneira consciente para evitar o endividamento. Já acumula mais de 20 milhões de visitantes desde que foi lançado, em 2010. Em julho passado, o Santander lançou a ferramenta “Meus Compromissos Financeiros”, no app da instituição, para o cliente verificar sua situação e agir de forma preventiva ao endividamento. O acesso já passa de 2 milhões por mês. “Esperamos redução na taxa de inadimplência por levar algo além para o cliente: educação financeira, ou seja, propiciando ferramentas que permitam, de forma preventiva, cuidar da vida financeira”, diz Mendes de Oliveira, superintendente do Santander.

Ainda neste semestre, o Banco do Brasil deve lançar melhorias em seu portal de renegociação para torná-lo mais simples e intuitivo. “Isso sem perder funcionalidades, como permitir o acesso de clientes que não possuem mais conta corrente ativa ou não se lembram de suas senhas”, diz Kovalski, diretor do banco.

Fonte: Portal.febraban.org.br

FEBRABAN ALERTA PARA GOLPES ENVOLVENDO CARTÕES DE CRÉDITO E DÉBITO



Certos golpes são mais comuns em momentos de grande aglomeração de pessoas nas ruas, como nesta época de carnaval; mas é preciso estar alerta o ano todo para evitar ser vítimas de criminosos

Nas épocas de festas com grandes aglomerações de pessoas, como o carnaval, são comuns relatos de problemas com segurança. Roubo de celulares e carteiras e golpes relacionados a cartões de crédito e débito, como o da troca de cartões e a transação com valor errado, são algumas das reclamações mais comuns de quem decide comemorar no meio da multidão.

O que muita gente parece esquecer é que as quadrilhas e os golpistas não tiram férias. Para evitar dor de cabeça, é preciso

tomar cuidado ao longo do ano todo, não apenas durante as festas. Quando o assunto é segurança e combate a fraudes e golpes bancários, o Brasil ocupa posição de destaque mundial. Os bancos investem anualmente cerca de R\$ 2 bilhões em sistemas de tecnologia da informação (TI) voltados para segurança – valor que corresponde a cerca de 10% dos gastos totais do setor com TI.

“O Brasil foi um dos primeiros mercados mundiais a adotar o cartão com chip, no início da década, implementando em larga escala essa que é a solução mais segura que existe para o mercado de cartões de crédito e débito, pois dificulta a clonagem física dos plásticos”, diz Adriano Volpini, diretor da comissão de Prevenção a Fraudes da FEBRABAN – Federação Brasileira dos Bancos.

Os esforços realizados pelas instituições têm reduzido as possibilidades de atuação dos golpistas no ambiente dos bancos. Com isso, as quadrilhas passaram a direcionam os golpes para os clientes.

Muitos golpes usam a chamada engenharia social, armadilhas que os golpistas criam para obter dados, senhas e informações pessoais dos clientes. “Por ingenuidade, ao cair nesses golpes, os clientes entregam as senhas e outras credenciais de acesso aos criminosos”, explica Volpini. A FEBRABAN fez uma cartilha para ajudar a população a evitar cair nesses golpes. Ela está disponível neste link.

Para não ser vítima de quaisquer tipos de ações criminosas, os clientes devem estar sempre atentos e utilizar as soluções de segurança oferecidas pelo banco, optando, sempre que possível, por terminais eletrônicos com biometria e pelo uso de equipamentos confiáveis para transações via internet ou mobile banking, além de manter seus números de contato atualizados junto ao banco.

CONHEÇA AS PRINCIPAIS FRAUDES: FALSO MOTOBOY

O que é?

O golpe começa com uma ligação ao cliente, de uma pessoa se passando por funcionário do banco, dizendo que

o cartão foi clonado e que é preciso bloqueá-lo. Para isso, bastaria cortá-lo ao meio e pedir um novo pelo atendimento eletrônico. O falso funcionário pede a senha, e fala que, por segurança, um motoboy irá buscar o cartão. O que o cliente não sabe é que, com o cartão cortado ao meio, o chip permanece intacto, e é possível realizar diversas transações.

Como evitar?

Fique atento: nenhum banco pede o cartão de volta ou se oferece para retirá-lo. Então, desligue o telefone e consulte seu gerente sobre alguma irregularidade.

TROCA DE CARTÃO

O que é?

Ao entregar a maquininha para digitar a senha, o bandido se aproveita de alguma distração ou usa algum truque para desviar a atenção do comprador, que, sem perceber, digita a senha no campo de valor, em que aparecem os números digitados e não asteriscos. O golpista consegue, assim, roubar a senha. Ainda aproveitando a falta de atenção, ele troca o cartão e devolve um similar e até do mesmo banco. E o consumidor só vai perceber a troca ao tentar usar o cartão novamente.

Como evitar?

Fique sempre atento ao seu cartão e confira-o na devolução. Veja se a senha está sendo digitada na tela certa. Lembre-se que o campo de senha mostra apenas asteriscos, nunca os números digitados.

DUPLA OPERAÇÃO OU VALOR ERRADO

O que é?

O bandido finge que o cartão não passou na maquininha e alega um problema qualquer do aparelho. Em seguida, ele pega outra maquininha e cobra novamente o valor (o mesmo, ou maior). O truque só é percebido ao se conferir o extrato, que revela o prejuízo.

Como evitar?

Sempre peça e confira o recibo para ver se a operação foi realizada corretamente. E, se algo der errado, você sempre pode pedir para cancelar a operação imediatamente.

PÁGINAS, EMAILS E SMS FALSOS

O que é?

A pessoa recebe um e-mail ou mensagem com ofertas tentadoras e atrativas, com links que, na verdade, direcionam para um site falso. Acreditando se tratar de uma página confiável, o consumidor fornece dados sigilosos, como número de cartão e senhas. Com essas informações, o bandido realiza transações, burla bloqueios de segurança, desbloqueia cartões e confirma dados.

Como evitar?

Sempre verifique se o endereço é o correto. Além disso, nunca acesse links ou anexos de e-mails suspeitos. Mantenha seu sistema operacional e antivírus sempre atualizados.

APPS MALICIOSOS

O que é?

Um e-mail é enviado com um link que, ao ser clicado, instala um vírus no aparelho ou equipamento e dá aos bandidos acesso ao dispositivo. Com isso, eles conseguem acessar dados bancários no computador e realizar transações.

Como evitar?

Mantenha seu sistema operacional e antivírus sempre atualizados e não clique em links suspeitos.

TROCA DE CHIP DO CELULAR

O que é?

Após o bandido obter dados pessoais de um usuário, ele liga na companhia telefônica passando-se pelo cliente e solicita o bloqueio da linha. Com documentos falsos, ele se dirige a uma loja da operadora de celular e habilita um novo chip de celular com o mesmo número daquele bloqueado, mesmo sem ter roubado o aparelho. Depois de ter conseguido o número da conta corrente ou do cartão de crédito, utilizando algum outro método fraudulento, o golpista passa a usar o banco, passando-se pelo cliente verdadeiro. Como o criminoso cancelou a linha telefônica da vítima, o correntista receber alertas de compras ou códigos de segurança (ex. Token SMS), enviados pela instituição financeira. Um indício deste golpe é quando o celular para de funcionar repentinamente.

Como evitar?

Proteja seus dados pessoais, inclusive nas redes sociais, e não revele nenhuma informação a desconhecidos. Quando perceber qualquer movimentação estranha em sua conta corrente ou poupança, ou notar que seu celular parou de funcionar repentinamente, avise o gerente da sua conta ou contate a operadora do seu celular. *Fonte: Portal.febraban.org.br*

MERCADO LIVRE SE UNE A RIVAL PARA CONQUISTAR O SEU DINHEIRO

Criado para facilitar as compras e vendas dentro do comércio eletrônico da companhia, o Mercado Pago expande sua atuação para fora do marketplace

Com um novo aporte bilionário, o Mercado Livre investe cada vez mais em meios de pagamento. A empresa acaba de levantar 1,85 bilhão de dólares de recursos em ofertas de capital, para investir, principalmente, em seu marketplace e em sua divisão financeira, Mercado Pago. Cerca de 1,15 bilhão de dólares foi levantado no mercado de ações. Em paralelo com essa capitalização, a empresa já estava em conversas com o fundo de investimento Dragoneer, que já investiu em empresas como Uber, Nubank e Spotify, e com a empresa de pagamentos PayPal. O fundo aportou 100 milhões de dólares na companhia e o PayPal, 750 milhões de dólares. Com o aporte, o PayPal passa a ser acionista minoritário do Mercado Livre, com cerca de 3% em participação.

Mercado Pago e PayPal são concorrentes diretos: ambos atuam em meios de pagamento digitais e transferências entre contas. A norte-americana, líder do setor de pagamentos digitais, é muito maior que sua rival. Em 2018, mais de 18 bilhões de dólares foram transacionados pelos meios de pagamento do Mercado Pago, alta de 70%. Por outro lado, 578 bilhões de dólares passaram pelos meios de pagamento do PayPal pelo mundo, crescimento de 27%. Mas o grande foco está nos usuários da América Latina. O Mercado Livre tem 37,4 milhões de compradores e 10,8 milhões de vendedores com pelo menos uma movimentação no último ano em sua plataforma.

No marketplace, 91% de todas as transações são feitas usando o Mercado Pago e há 2,5 milhões de usuários na sua carteira digital. Já a rival tem 3,5 milhões de contas ativas no Brasil e 9,9 milhões na América Latina. O número de usuários do PayPal na região é pequeno perto das 267 milhões de contas ativas que a empresa tem pelo mundo. Por isso, com o aporte, o PayPal ganha uma posição importante no mercado latino-americano. “Ficamos impressionados com o ecossistema de comércio digital e pagamentos que Marcos (Galperin, CEO do Mercado Livre) e sua equipe criaram”, diz Dan Schulman, presidente do PayPal, em comunicado.

União das rivais

Apesar de concorrentes, as duas companhias buscam juntar forças. “Sim, somos concorrentes. Mas existem muitas oportunidades de colaboração e o objetivo é fazer isso acontecer”, afirma o diretor de operações do Mercado Livre, Stello Tolda, para EXAME. O PayPal não concedeu entrevista. Por enquanto, não há muita definição de como essa parceria deve se desenrolar. A ideia é trocar conhecimentos em tecnologia e experiências em produtos financeiros e inteligência artificial, para desenvolver novos serviços.

Criado para facilitar as compras e vendas dentro do comércio eletrônico da companhia, o Mercado Pago expande sua atuação cada vez mais para fora do marketplace, com meios de pagamento digitais, maquininhas, pagamento por QR code e oferta de crédito. Com a parceria com o PayPal, nada deve mudar para o consumidor ou lojista a princípio. “O usuário final vai se beneficiar a medida em que nossa rede de serviços financeiros cresce”, diz Tolda.

Cada vez mais, o Mercado Pago deve se descolar do marketplace. Isso porque o comércio eletrônico representa apenas 4% de todas as vendas feitas no varejo. “Quando se fala em meios de pagamentos, o mercado offline é muito maior”, afirma Tolda. Com a abertura de sua atuação, a empresa também ganha novos concorrentes, como Cielo, Rede e Pagseguro. Mas, com o novo aporte bilionário, ela mostra que tem força para enfrentá-los. *Fonte: EXAME*

ATIVIDADE DO COMÉRCIO SOBE 0,6% EM FEVEREIRO

De acordo com o Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio, o movimento dos consumidores nas lojas de todo o país cresceu 0,6% em fevereiro/19, já efetuados os devidos ajustes sazonais.

Quando comparado com o mesmo mês do ano passado, houve alta de 8,0%. Segundo os economistas da Serasa Experian, a atividade varejista neste início de ano está sendo impulsionada pela expansão do crédito e pela maior confiança dos consumidores, atingindo positivamente os segmentos que mais dependem destes dois fatores.

Os segmentos de material de construção (alta de 0,5%) e o de veículos, motos e peças (crescimento de 1,1%) foram os destaques positivos do movimento do varejo em fevereiro/19. Por outro lado, os demais segmentos apresentaram quedas: supermercados, hipermercados, alimentos e bebidas (-0,6%); móveis, eletroeletrônicos e informática (-2,2%), combustíveis e lubrificantes (-0,2%); tecidos vestuário, calçados e acessórios (-1,1%). Também na comparação com fevereiro de 2018, as altas se concentraram nos mesmos dois segmentos: material de construção (8,4%) e veículos, motos e peças (9,1%).

Os demais registraram recuos: supermercados, hipermercados, alimentos e bebidas (-4,1%); móveis, eletroeletrônicos e informática (-11,5%), combustíveis e lubrificantes (-1,4%); tecidos vestuário, calçados e acessórios (-8,1%).

Fonte: Investimentos e Notícias

SEGUROS DE CASA E CARRO PODEM COBRIR ESTRAGOS CAUSADOS POR ENCHENTES

A cidade de São Paulo e outros municípios de sua região metropolitana amanheceram, no dia 11 de março em um cenário de caos após fortes chuvas atingirem esses locais desde a noite deste domingo (10). As cidades registram diversos pontos de alagamento causados por enchentes, deslizamentos e áreas isoladas.

Muitas pessoas perderam suas casas e automóveis nas enchentes e precisaram procurar abrigo em outros locais (teve até quem tenha dormido em um shopping).

Entre a população que perdeu algum bem em decorrência da chuva, seja imóvel ou carro, dependendo do tipo de seguro contratado, é possível conseguir cobertura nesses casos. Normalmente, a decisão de incluir ou não cobertura em caso de enchentes é feita pelo próprio contratante: nos planos mais básicos, dificilmente há esse tipo de serviço. Para tê-lo, é preciso investir um pouco mais de dinheiro, caso o dono do bem acredite que valha a pena.

SEGURO DE CASAS

Os seguros residenciais mais básicos costumam não cobrir enchentes, mas sim incêndios, raios e explosões

É comum que os seguros residenciais mais básicos (ou seja, os de plano mais baratos, chamados de cobertura básica) cubram apenas danos em caso de incêndios, raios e explosões.

Para conseguir segurança em outros tipos de eventos, como alagamentos, inundações e enchentes, além de roubos, é recomendável que o contratante peça por planos mais elevados ou pergunte se é possível inserir adicionais ou que já tem, pagando um pouco mais.

Entre as chamadas coberturas adicionais é possível escolher por receber indenizações em caso de roubo e furto, responsabilidade civil familiar, desmoração, vendaval, entre outros. Normalmente, o seguro para imóveis cobra menos de 1% do valor de reconstrução do imóvel, ficando mais caro ou mais barato de acordo com a personalização do cliente.





SEGURO DE AUTOMÓVEIS

Em caso de enchente, é necessário ficar atento para não ter a indenização negada por mau uso do veículo.

Para os carros, o sistema de cobertura dos seguros é parecida com a das casas. Enquanto a mais básica cobre apenas danos de roubo e incêndio, é possível adicionar cobertura de outros tipos de problemas, como batidas e enchentes. Nesses casos, o valor do seguro também vai aumentando conforme o pedido do contratante. É comum que os seguros de carros custem cerca de 4% de seu valor de venda. Mesmo contratando o serviço em caso de enchente, é preciso ficar atento para não ter o valor da indenização negado por mau uso. A seguradora pode alegar que o veículo foi mau utilizado caso o motorista tente sair com o carro pela área que está coberta pela água, danificando o motor. Outro fator que pode resultar em mau uso é deixar as portas e janelas abertas, permitindo que a água entre no automóvel.

Vale lembrar que, na hora de contratar o seguro, os termos enchente, alagamento e inundação se referem a coisas diferentes e que, por isso, um tipo de cobertura não necessariamente engloba a outra.

Enquanto a inundação se refere ao transbordamento de rios, o alagamento é o acúmulo de água por falta de sistema de drenagem. Já a enchente é o aumento no nível da água em decorrência da chuva.

Também é importante verificar, antes de assinar um contrato com o seguro para cobrir eventuais danos com enchentes ou outros problemas, se todas as cláusulas e parágrafos do documento estão de acordo com o que foi pedido pelo cliente.

Fonte: Economia - iG

ASSINATURAS DE TERMOS DE COMPROMISSO COM A CVM PASSAM A SER ELETRÔNICAS

Simplificação promoverá avanço nos procedimentos que envolvem a atuação sancionadora da Autarquia

A celebração de Termo de Compromisso (TC) é uma das formas de encerrar um processo administrativo apuratório ou sancionador na Comissão de Valores Mobiliários (CVM). E, a partir de, 14/3/2019, a assinatura desse ajuste passa a ser inteiramente eletrônica, promovendo benefícios tanto para os envolvidos no processo quanto para a Autarquia. A ação, destinada a interessados em apurações, acusados e advogados, é um avanço para a atuação sancionadora da CVM, uma vez que o fluxo será simplificado para o compromitente (que apresenta a proposta de TC) e para a Comissão, podendo-se assinar o compromisso rápida e remotamente.

Sobre o novo procedimento:

Como era:

- (i) encaminhamento de documento para os representantes do compromitente para verificação e impressão em duas vias.
- (ii) assinatura do compromitente e reconhecimento de firma.
- (iii) interessado/advogado protocolava fisicamente as duas vias de Termo de Compromisso.
- (iv) Coordenação de Controle de Processos Sancionadores (CCP) da CVM recebia as vias e encaminhava o material para conferência e manifestação da Superintendência Geral (SGE) e posterior assinatura do Presidente da Autarquia.

Como será a partir de agora: solicitante encaminhará à CCP petição solicitando acesso externo ao processo via Protocolo Digital. Após análise e liberação da área, usuário terá acesso diretamente ao processo pelo Sistema Eletrônico de Informações (SEI), também podendo acompanhar, em tempo real, a inclusão de novos documentos e informações, como a criação do TC. A CVM disponibilizará, pelo SEI, o documento para assinatura do compromitente.

Não haverá necessidade de efetuar protocolo, posto que a assinatura remota ocorrerá no documento eletrônico original, adotando-se em seguida as providências internas para o desfecho do procedimento.

Benefícios da mudança

Economia de tempo e de recursos para compromitentes e seus representantes legais, inclusive quando estes se encontrem em diferentes locais; Economia processual; Agilidade e maior efetividade no procedimento

Mais segurança e informação

“É um avanço para a CVM e seus regulados. Os ganhos são mútuos, especialmente na facilidade de interação e na efetividade do procedimento como um todo.

É importante mencionar também que, com a criação do Termo de Compromisso diretamente no SEI, pretende-se, futuramente, viabilizar a publicação do instrumento em boletim eletrônico, tornando-o pesquisável no sistema correspondente, o que incrementará a Transparência Ativa em relação ao assunto e facilitará o acesso a informações por quaisquer interessados.” – Alexandre Pinheiro dos Santos, Superintendente Geral da CVM, Coordenador do Comitê de Termo de Compromisso (CTC) e Autoridade de Monitoramento da Lei de Acesso à Informação (LAI) na Autarquia.

Fonte: www.cvm.gov.br





MEIOS DE PAGAMENTO

MERCADO DE CARTÕES PREVÊ ALTA DE 17% PARA 2019 COM AVANÇO DO CONTACTLESS

O maior volume das transações por aproximação também será impulsionado pelo cenário mais competitivo no setor, com a entrada de novos players e a criação de produtos mais sofisticados

O mercado de cartões projeta um crescimento próximo de 17% para 2019. Com maior competição, a expectativa é de que os players tragam produtos mais sofisticados para expandir o número de clientes e impulsionar o pagamento por aproximação (contactless).

Os últimos dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), de setembro, apontam que o volume de transações com cartão totalizou 1,147 milhão, um aumento de 12,6% em relação ao mesmo mês de 2017, que marcava 1,125 milhão. O montante transacionado, por sua vez, somou R\$ 108,8 bilhões, avanço de 7% na mesma comparação (ante os R\$ 101,7 bilhões anteriores). “O setor espera um crescimento ao redor de 17%. Apesar do cenário mais competitivo, a crescente diversidade entre os players completa a expansão de serviços agregados e mais eficientes. Esperamos um mercado mais

maduro”, afirma o presidente da Mastercard Brasil e Cone Sul, João Pedro Paro Neto. A grande aposta do segmento para este ano está na expansão das tecnologias de pagamento por aproximação (conhecido como contactless ou NFC). Um exemplo é o projeto realizado para o Rio de Janeiro – e com previsão de ser colocado em prática ainda neste ano – onde os usuários poderão pagar a entrada do transporte público com a aproximação do próprio cartão de crédito. Segundo o diretor de meios de pagamento do Banco do Brasil, Rogério Magno Panca, mesmo que o processo ainda esteja em fases de teste, a expectativa é de que a aceitação por esse tipo de tecnologia cresça conforme a experiência dos consumidores melhora. “Ainda é um movimento inicial. Mas a ideia é de que, conforme a base de plásticos com tecnologia NFC dos emissores aumente, esse movimento também se acelere”, comenta o executivo, ponderando, porém, que a troca dos cartões tradicionais dos clientes dos bancos pelos plásticos com contactless é gradativa.

“Já começamos a fazer a substituição gradual dos cartões, mas não deve demorar muito, já que além da permuta por roubo ou perda do plástico, cerca de 20% da base é renovada a cada ano. A perspectiva é de que, ao final de 2019, cinco milhões de cartões com a tecnologia já tenham sido emitidos”, acrescenta Panca.

O avanço do NFC no mercado de meios de pagamentos, por outro lado, também traz à tona questões de segurança do

setor e uma demanda cada vez mais forte por facilidade, simplicidade e rapidez. Segundo Paro Neto, esses continuam sendo os grandes desafios do mercado ao longo deste ano. “A indústria ainda tem muito a evoluir em relação ao tempo de entrega e retorno para o consumidor final. Além disso, devemos ver um avanço maior quanto a interoperabilidade, que permitirá pagamentos feitos a qualquer hora, nos sete dias da semana. A expectativa é de expansão”, diz o presidente da Mastercard.

Independente da solução que a indústria endereçar, no entanto, não podemos esquecer o fator segurança”, reitera o vice-presidente de produtos, soluções e inovação da Visa do Brasil, Percival Jatobá. “Investimos muito para que as pessoas se sintam cada vez mais seguras em usar o contactless e até mesmo comprarem na internet. É, com certeza, uma tendência, mas nada é conquistado completamente da noite para o dia”, completa. Para o diretor de cartões do Santander, Rodrigo Cury, ainda que a digitalização seja um desafio constante para os emissores – assim como o uso adequado dos dados dos clientes –, as perspectivas para este ano são bastante positivas. “Precisamos estar preparados para facilitar e dar segurança à jornada de pagamento dos clientes, já que em 2019 devemos testemunhar o aumento expressivo de transações online. Mas sempre que há maior confiança na economia, o consumo aumenta e isso deve beneficiar o fluxo através dos cartões”, conclui o executivo. *Fonte: DCI / ISABELA BOLZANI*

RIO DE JANEIRO

Edifício Altavista

Rua Desembargador Viriato, 16

20030-090 / Rio de Janeiro - RJ - Brasil

T +55 21 3824-7800

F +55 21 2240-6970

SÃO PAULO

Edifício Olivetti,

Av. Paulista, 453, 8º e 9º andares

01311-907 / São Paulo - SP - Brasil

T +55 11 3371-7600

F +55 11 3284-0116

VITÓRIA

Edifício Palácio do Café,

Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 675

salas 1.110/17

29050-912 / Vitória - ES - Brasil

T +55 27 3357-3500

F +55 27 3357-3510

Pellon
& Associados
A D V O C A C I A

www.pellon-associados.com.br

corporativo@pellon-associados.com.br
