

Metaverso no setor bancário



Os bancos na terceira dimensão (3D)

O advento dos bancos digitais tem tirado os clientes das agências físicas e, cada vez mais, direcionado seu atendimento a *sites* e aplicativos móveis. Nesse contexto, o metaverso surge como uma proposta muito interessante de experiência integrada e imersiva. Com o advento da *Web 3.0*, o metaverso está liderando o caminho para uma revolução tecnológica no setor bancário. A fusão entre as realidades virtual e aumentada, a expansão no uso do *blockchain* e os investimentos crescentes em Inteligência artificial (IA) e aprendizado de máquinas (ML, do inglês *machine learning*) torna possível oferecer uma experiência única, por meio de uma plataforma interativa e personalizada. Os bancos têm todos os atributos para desempenhar o papel de espinha dorsal dos serviços financeiros na crescente economia do metaverso. Isso impulsiona a utilidade dos ativos e das identidades digitais (avatars); ao mesmo tempo, impõe a necessidade de um sistema de governança robusto, para que se possa mitigar as fraudes.

Principais tendências que moldam o mercado

01 Facilitar a inovação de produtos

Ativos digitais, como NFTs, criptomoedas e bens virtuais, dialogam diretamente com tecnologias relacionadas ao metaverso e fornecem oportunidades críticas de crescimento para empresas bancárias.

02 Colaboração das *fintechs* no metaverso

Desde o desenvolvimento de elementos digitais robustos até a habilitação de um sistema de *back-end* simplificado, espera-se que as *fintechs* implementem suas proezas técnicas e acelerem o sistema bancário no metaverso.

03 Experiência personalizada do cliente

Avatares e agências bancárias virtuais 3D imersivas são exemplos de aplicações que possibilitarão, para as empresas bancárias, suplantarem a desconexão emocional e aprimorar o diálogo cliente-banco.

Como os principais atores estão se aventurando no metaverso?

JP Morgan

O JP Morgan Chase foi pioneiro no metaverso ao estabelecer seu *lounge* Onyx em Decentraland, um metaverso descentralizado popular. Dessa forma, os clientes puderam adquirir terras virtuais usando ativos digitais.

HSBC

Por meio de uma colaboração com a plataforma de jogos blockchain, Sandbox, o provedor do HSBC no Reino Unido desenvolveu um lote de Land in the Sandbox para se envolver e se conectar com usuários de esportes, e-sports e jogos.

KB Kookmin Bank

O banco sul-coreano lançou o banco virtual, que permite, por exemplo, que os clientes acessem informações financeiras personalizadas e que ocorram consultas virtuais entre avatares de clientes e funcionários.

Os desafios são muitos...

1 Riscos reputacionais e legais

O risco de golpes e sanções legais persiste no metaverso. Em grande parte, isso se deve ao uso de ativos digitais majoritariamente não regulamentados. Como não existem, pelo menos a curto prazo, sinais de que haverá diretrizes claras de governança para o metaverso, os riscos reputacionais e legais tendem a persistir.

2 Infraestrutura inadequada

Para que os bancos migrem de maneira segura para o metaverso, será necessário um sistema bancário central mais robusto e um suporte mais forte ao sistema de *back-end*, de modo que a *Web 3.0* possa ser descentralizada e democratizada para uma transformação digital perfeita e sustentável.

3 Autenticação e controle de privacidade

Não existem mecanismos claros e seguros para garantir a identidade de um avatar. Por isso, não se pode ignorar o risco de que detalhes sobre contas, saldos, PINs e senhas caiam em mãos erradas.

4 Fluxo de confiança do público e adoção pelos usuários

Ingressar no metaverso acarretará vários desafios aos bancos. Principalmente no começo, quando as instituições terão que lidar com uma força de trabalho sem experiência suficiente e todo um clima de desconfiança por parte do público. Será necessário enfrentar essas questões com resiliência e visão estratégica. Afinal, a participação do público é crucial para o metaverso prosperar.

O metaverso pode ser um divisor de águas para o setor bancário

Reinventar as experiências do cliente

Os bancos poderão aproveitar as tecnologias de realidade aumentada (AR) e realidade virtual (VR) para oferecer experiências tridimensionais a seus clientes e funcionários. Dentre as facilidades que podem ser disponibilizadas, incluem-se a verificação de saldo, o pagamento de contas, a realização de transferências e outras transações por meio dos canais de AR/VR.

Criar produtos e serviços

Há uma infinidade de oportunidades para os bancos aproveitarem a crescente economia do metaverso com novos produtos e serviços bancários. Será possível, por exemplo, facilitar os usos de *wallet functionality* (que possibilitam armazenar fundos, fazer transações e rastrear históricos de pagamentos em dispositivos como telefones e tablets) e de *payment rail* (plataforma ou infraestrutura de rede que permite que todas as transferências de dinheiro digital sejam feitas entre pagadores e beneficiários) para produtos do metaverso, recriando um gêmeo virtual para um ativo ou propriedade, como uma casa ou agência bancária.

Envolver o cliente

Os bancos podem reinventar e/ou ressignificar sua interação com os clientes, apostando na personalização por meio de serviços como revisões anuais virtuais de portfólio de investimentos, sessões de planejamento financeiro e recomendações de produtos bancários.

