



## HIPERCAPILARIDADE DAS FINANÇAS E USOS DO TERRITÓRIO: APROXIMAÇÕES ENTRE O SERVIÇO FINANCEIRO E O PAGAMENTO AUTOMÁTICO DE PEDÁGIOS NO BRASIL<sup>1</sup>

Fernando Guilherme Silveira Manocchio<sup>2</sup>

João Paulo Rosalin<sup>3</sup>

Bruno Moreira Riani Costa<sup>4</sup>

### RESUMO

Tendo em vista a recente expansão dos serviços bancário-financeiros digitais, sobretudo internet e mobile banking, e das ferramentas de pagamentos móveis, temos como objetivo entender a evolução das empresas de pagamento automático de pedágio e suas aproximações com o serviço financeiro digitalizado. Com foco em duas das principais empresas do segmento, Veloe e Taggy, buscaremos desnudar os pontos que aproximam estes fenômenos. Para tanto, levantamos dados secundários, qualitativos e quantitativos, sobre o tema, com o intuito de demonstrar a expansão dos serviços financeiros digitalizados. Nossos resultados apresentam que as empresas de pagamento automático de pedágio tem sido palco do acirramento de disputas de grupos do setor financeiro que desejam se inserir nesse mercado em expansão – Veloe e Taggy evidenciam diferentes faces deste processo. Finalmente, entendemos que as empresas do setor têm avançado em duas frentes de expansão, buscando tanto a ampliação do seu mercado consumidor como também aumentando o número de possibilidades de pagamentos com a TAG presente no para-brisa, que agora permite o pagamento de estacionamentos urbanos, postos de gasolina, *shoppings centers* e restaurantes franqueados.

**Palavras-chave:** Finanças Digitais, Mobile banking, Pedágios automáticos.

### RESUMEN

En vista de la reciente expansión de los servicios bancarios-financieros digitales, especialmente internet y banca móvil, y las herramientas de pago móvil, nuestro objetivo es comprender la evolución de las empresas de pago automático de peajes y su aproximación al servicio financiero digitalizado. Centrándonos en dos de las principales empresas del segmento, Veloe y Taggy, buscaremos descubrir los puntos que unen estos fenómenos. Para esto, recompilemos datos secundarios, cualitativos y cuantitativos sobre el tema, con el fin de demostrar la expansión de los servicios financieros. Nuestros resultados indican que las empresas de pago automático de peajes han sido el escenario para intensificar las disputas de grupos del sector financiero que desean ingresar a esto mercado em expansión – Veloe y Taggy muestran diferentes lados de esto proceso. Por último, entendemos que las empresas del sector han avanzado em dos frentes de expansión, buscando tanto ampliar su mercado de consumo como también incrementar el número de posibilidades de pago com el TAG presente em el parabrisas, que ahora permite el pago de centros comerciales, aparcamientos urbanos, gasolineras y restaurantes franquiciados.

<sup>1</sup> Agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pela concessão de bolsa de estudo.

<sup>2</sup> Mestrando do PPGG – UNESP – Rio Claro, [fernando.manocchio@unesp.br](mailto:fernando.manocchio@unesp.br);

<sup>3</sup> Doutorando do PPGG – UNESP – Rio Claro, [joao.rosalin@unesp.br](mailto:joao.rosalin@unesp.br);

<sup>4</sup> Mestrando do PPGG – UNESP – Rio Claro, [bruno.riani@unesp.br](mailto:bruno.riani@unesp.br);

Membros do Laboratório de Investigações Geográficas sobre os Usos do Território (LUTe) da UNESP – Rio Claro



**Palabras clave:** Finanzas digitales, Banca móbil, peajes automáticos.

## INTRODUÇÃO

Atualmente, a tecnologia adquire cada vez mais centralidade na realização de atividades cotidianas, sobretudo no que diz respeito aos pagamentos e transações financeiras. Os *smartphones*, *notebooks* e *tablets* se tornaram importantes objetos técnicos, viabilizando uma série de atividades em âmbito digital. Assim, a compreensão da evolução tecnológica e informacional nos permite debater novos modos de pagamentos e desdobramentos dos serviços bancários.

Novos serviços financeiros digitais das instituições bancárias vêm apresentando elevadas taxas de crescimento, impulsionados, principalmente, pelas ferramentas *mobile banking* e *internet banking*. Nesse cenário, é importante pontuar que não são apenas os bancos tradicionais que aumentaram seus investimentos em plataformas digitais, muitas instituições que aliam finanças e tecnologias, como as *fintechs* e bancos digitais, são agentes importantes na consolidação deste processo.

Em resumo, *mobile banking* e *internet banking* são canais digitais dos meios de serviços bancários. Em um esforço de distinção entre estas ferramentas, ponderamos que enquanto o acesso ao *mobile banking* se efetiva através de aplicativos e plataformas presentes em *smartphones*, o *internet banking* tem seu acesso por meio da função web, em *notebooks* e computadores.

Na esteira desse raciocínio, os últimos relatórios de tecnologia bancária da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) ilustram a relevância destas plataformas nos últimos anos. Se no ano de 2019 as transações nos canais tradicionais (agências, correspondentes bancários e caixas eletrônicos) apenas mantiveram seus volumes e caíram em participação total, as operações bancárias realizadas através do *mobile banking* elevaram seus números em volume e participação total, de tal modo que o canal *mobile* se transformou em uma ferramenta fundamental na relação entre instituição e cliente e na contratação de produtos como seguros e investimentos. Ainda, de acordo com o último relatório da FEBRABAN, 6 em cada 10 transações acontecem nos canais digitais (FEBRABAN, 2020).

Assim, a expansão do acesso aos serviços financeiros e bancários por meio dos telefones celulares tem contribuído com o desenvolvimento de uma nova etapa financeira sobre o território. Logo, com a análise dos processos é possível destacar e compreender etapas renovadas do fenômeno que Contel (2006) definiu como *hipercapilaridade das finanças* ao dissertar sobre topologias bancárias no Brasil.



Não obstante, isso se dá em um contexto de mundialização financeira. A partir de uma série de liberalizações econômicas, privatizações e desregulamentação dos mercados nacionais, as finanças, e os agentes institucionais, passaram a atuar de forma cada vez mais livre e mundializada (CHESNAIS, 2000). Sem embargo, a mobilidade do capital financeiro no período atual da história também se deve aos níveis crescentes de digitalização e tecnologias informacionais (WARF, 2017).

Entendemos que os desdobramentos dessa nova etapa financeira se apresentam de muitas maneiras. No presente trabalho, procuramos observar a relação entre este fenômeno e o processo de expansão das empresas de pagamento de pedágios. Além do crescimento das empresas desse ramo, nota-se um acirramento nas disputas presentes nesse mercado, tornando-se cada vez mais comum que bancos e instituições financeiras incorporem empresas do setor e busquem explorar o segmento com diferentes estratégias de crescimento. As empresas ofertam diferentes planos, alguns voltados para o uso urbano e outros primordialmente dedicados ao uso em rodovias, com diferentes mensalidades e taxas de adesão.

Segundo o Portal do Governo do Estado de São Paulo, já em 2018 os sistemas de pedágios eletrônicos correspondiam a 57,6% dos pagamentos do tráfego em rodovias com praças de pedágio (SÃO PAULO, 2018). Ao longo dos últimos anos esse número cresceu, alcançou a marca de 58,5% em 2019 e atingiu o patamar de 60,4% no ano de 2020. Considerando as cinco grandes empresas do setor, a Sem Parar concentra o maior número de clientes ativos, somando 2.248.916. Ainda compõem esse ranking a Veloe, com 360 mil usuários, ConectCar com 333 mil TAG's ativas, Taggy com 94 mil clientes e, por fim, a companhia Move Mais com pouco menos de 50 mil usuários<sup>5</sup>.

Dentre todas as empresas do segmento, dedicaremos maior atenção a Veloe e Taggy, sempre buscando traçar paralelos com as demais companhias. As duas empresas em questão apresentam características que as diferenciam das demais e nos permitem estabelecer valiosas intersecções entre as empresas de pagamentos de pedágios e o ramo dos pagamentos móveis como um todo, configurando-se assim em bons exemplos empíricos para esta empreitada analítica.

Portanto, nosso objetivo consiste, basicamente, em analisar as relações entre as novas formas de pagamento através de diferentes dispositivos tecnológicos e, por consequência, a evolução dos pagamentos móveis no Brasil, realizando aproximações entre eles e o desenvolvimento das empresas de pagamento automático de pedágios atuantes no país, com

---

<sup>5</sup> Dados obtidos junto ao Serviço de Informações ao Cidadão (SIC-SP) em 09 fev. 2021.



foco nas empresas Veloe e Taggy. Para tanto, levantamos dados secundários, qualitativos e quantitativos, com empresas e relatórios técnicos, que embasaram nossos empreendimentos teóricos.

## **METODOLOGIA**

A metodologia deste trabalho consistiu, basicamente em: a) revisão bibliográfica sobre financeirização e pagamentos móveis; b) levantamento de dados através dos relatórios de tecnologia bancária da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) para análise da evolução dos serviços financeiros digitais no país; c) levantamento e sistematização de dados secundários quantitativos e qualitativos sobre as cinco grandes empresas de pagamento automático que atuam no Brasil (sendo elas *Sem Parar*, *ConectCar*, *Veloe*, *Move Mais* e *Taggy*) e, por fim; c) aprofundamento nas leituras de método, no qual partimos do pressuposto que, segundo Santos (2002, p. 63) “o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetos e sistemas de ações”.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

De acordo com Cernev (2010, p. 125), os pagamentos móveis podem ser definidos como um conjunto de “pagamentos realizados e/ou viabilizados por meio de tecnologias de mobilidade digital, via dispositivos móveis. Diversos são os modelos de pagamentos móveis atualmente adotados em todo o mundo”. Esta definição não só é abrangente, como também nos permite realizar aproximações com os dispositivos de pagamento automático de pedágio, que serão discutidos posteriormente neste trabalho.

Conforme exposto, atualmente *internet e mobile banking* são importantes ferramentas para as instituições bancárias. As diferenças entre estes canais digitais já foram apresentadas, mas é importante sublinhar que eles guardam semelhanças fundamentais. Tanto o canal *mobile* quanto o *internet banking* apresentam alta capilaridade - isso se dá justamente pela expansão dos objetos técnicos mediadores, dada a disseminação dos telefones celulares, e do acesso cada vez mais simplificado nos aplicativos e plataformas - e custos diminuídos, já que estes canais não exigem a presença de agências físicas para o atendimento dos clientes.

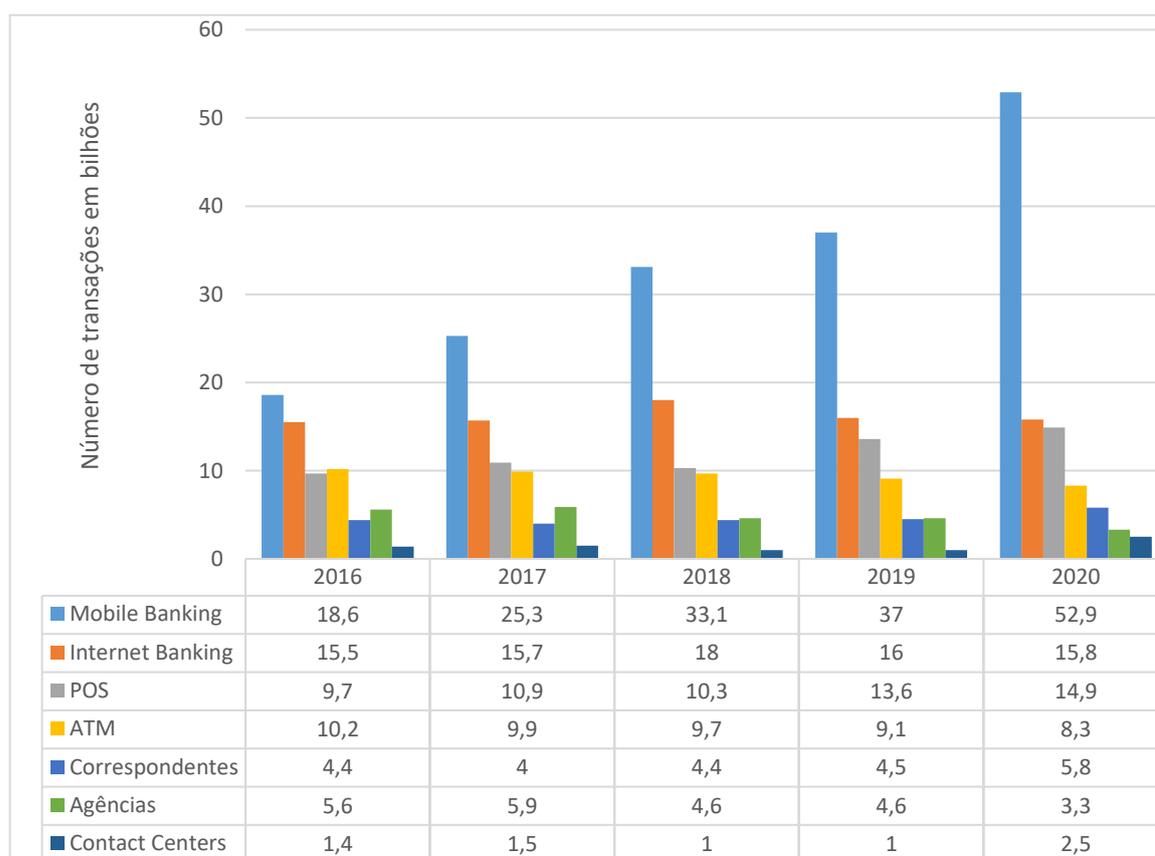
É importante destacar que a expansão dos serviços financeiros digitalizados não se concretizou apenas pela atuação dos agentes bancários tradicionais. Diversos outros atores têm ganhado notoriedade nesse debate, é o caso dos bancos digitais e das *fintechs*, empresas



representam uma aliança entre inovação tecnológica e financeirização (PESSANHA, 2020). Fundadas recentemente, *fintechs* e bancos digitais desempenham um duplo papel no processo de consolidação dos produtos financeiros digitais, pois atuam, concomitantemente, como agentes de cooperação e concorrência com as instituições tradicionais (VIDEIRA, 2020). Não é incomum que as *fintechs* de maior destaque sejam rapidamente incorporadas ao portfólio de pagamento de grandes grupos econômicos, que via de regra se dá pela entrada desses grupos na estrutura acionária dessas empresas inovadoras.

Nos últimos cinco anos, o setor bancário investiu um orçamento de R\$ 34,1 bilhões em tecnologia, se consolidando como o maior investidor em tecnologia do setor privado do país. Inteligência artificial (IA), segurança em aplicativos e plataforma, trabalho remoto e gastos com *hardware* e *software* foram as prioridades das instituições bancárias no último ano. Esse nível de alto investimento em tecnologia se dá frente à evolução do consumidor digital e aos imperativos de maior facilidade em pagamentos e transações bancárias (FEBRABAN, 2021).

Gráfico 1 - Total de transações bancárias realizadas nos últimos 5 anos por diferentes canais.



Fonte: FEBRABAN, 2021

Desse modo, o gráfico acima evidencia a acentuada tendência de crescimento do *mobile banking* nos últimos cinco anos, atingindo a marca de 52,9 bilhões de transações no ano de 2020. Enquanto os meios presenciais de atendimento como ATM, correspondentes e agências



bancárias têm apresentado taxas decrescentes ano a ano, os meios digitais trilham caminho inverso. É importante sublinhar que a crise sanitária causada pela pandemia de COVID-19 e a necessidade de distanciamento social impulsionou o crescimento dos canais digitais – sobretudo do *mobile banking*.

Ponderamos que o crescimento desses novos modos digitais e automáticos de acesso aos serviços e produtos financeiros se deve ao estágio de desenvolvimento e difusão do meio técnico-científico-informacional e à incorporação da informação, compreendida como variável chave, ao território brasileiro (SANTOS, 2002). É através disso que as finanças alcançam níveis crescentes de difusão e seguem encontrando novas formas de impulsionamento. Por via de consequência, os produtos e serviços financeiros tornam-se cada vez mais próximos dos clientes, estando sua contratação condicionada a alguns poucos cliques no telefone celular.

Ademais, a expansão tecnológica vigente permite uma série de possibilidades para diferentes *usos do território* (SANTOS, 1994; SILVEIRA, 1999). Com a popularização dos telefones celulares e das redes de internet, diversos produtos foram impulsionados, pois encontram nas plataformas virtuais novas formas de capilarização. Soma-se a isso grandes alterações que o processo descrito causam nas formas de relacionamento entre banco (tradicional ou digital) e pessoas bancarizadas.

Na esteira desse raciocínio, entendemos que os meios digitais de serviços bancários exigem um alto grau de densidade em técnicas da informação, mesmo que estas estejam dispersas e desigualmente distribuídas pelo território, como é o caso brasileiro. O estudo dos processos citados nos dá importantes instrumentos analíticos para o desenvolvimento de nossa proposta, que consiste em uma investigação acerca da popularização das empresas de pagamentos móveis em conjunto com as empresas de pagamento automático de pedágios. Buscaremos delinear as relações entre essa forma de pagamento inovadora com a evolução dos pagamentos digitais como um todo, posto que o território brasileiro apresenta algumas manchas densas e outras rarefeitas no que diz respeito às materialidades e técnicas da informação (SANTOS, SILVEIRA, 2006).

Sabemos que os novos sistemas de objetos técnicos têm alto impacto nas mudanças territoriais, pois se configuram como mediadores entre ciência e vida cotidiana. Deste modo, ao tratar as questões expostas neste artigo, o espaço não perde força como uma categoria fundamental nos esforços de compreensão. Castillo (1999) explicita este ponto ao apresentar como as novas tecnologias da informação (NTI's) permitem usos mais racionais e um controle mais rígido do território, não suprimindo o território enquanto categoria. Assim, ao trabalhar inovação informacional e usos do território a partir de sistemas orbitais, o autor reforça a



importância da análise geográfica, sem reduzir as leituras ao entendimento dos avanços técnicos como panaceia de todos os problemas.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um ponto importante que perpassa toda essa discussão e desperta nosso interesse sobre o tema em questão é o fato de que as grandes empresas de pagamento automático de pedágio estão intimamente ligadas aos grandes grupos financeiros, é o caso da Sem Parar (controlada pela *Fleetcor Technologies*, empresa internacional de pagamentos), da ConectCar (que tem sua estrutura acionária dividida entre o grupo Itaú e o grupo Ultra); Veloe (com a *holding* EloPar) e Taggy (que tem suas etiquetas comercializadas por parceiros, dentre eles alguns bancos digitais. Dito isso, focaremos nossos esforços de análise em duas empresas: Veloe e Taggy.

A Veloe entrou no segmento de pagamento automático de pedágios no ano de 2018 e se caracteriza por ser uma aposta da *holding* EloPar. Com o objetivo de aumentar as receitas com o serviço de pagamento eletrônico em mobilidade, a empresa faz parte de um portfólio de produtos eletrônicos de pagamento, que compreende ainda o cartão Elo, o cartão de alimentação Alelo, o serviço de pontos de cartão de crédito Alelo e o banco digital Digio. Vale sublinhar que a EloPar tem sua estrutura acionária dividida entre Banco do Brasil e Bradesco, explicitando ainda mais a entrada de grandes grupos financeiros no ramo do pagamento de pedágios.

Figura 2 - Estrutura de controle do sistema Veloe



Fonte: VELOE, 2021.

A Veloe apresenta três planos distintos para seus consumidores, que se diferenciam entre planos urbanos e planos voltados para o uso em pedágios em rodovias. Vale ressaltar que os



clientes das instituições Banco do Brasil e Bradesco contam com isenção de mensalidades por dois anos ao adquirirem as TAG's da companhia. Dito isso, ponderamos que deixar de cobrar a mensalidade – maior fonte de receita da empresa – por este longo período é uma estratégia agressiva para angariar maior número de clientes no mercado de pedágios automáticos, se consolidando como uma importante força do setor e buscando reduzir a diferença entre a Veloe e seus competidores (sobretudo a empresas Sem Parar). Ressalta-se que no ano de 2021 esta empresa entrou em acordo com o banco digital C6Bank, que substituiu os serviços o Taggy e incorporou o serviço de pagamento de estacionamentos urbanos ao portfólio do banco – tema que será desenvolvido posteriormente.

Já o Taggy, que iniciou suas operações em setembro de 2018, se diferencia das demais empresas do segmento pelo modo de adesão simplificada através de aplicativos dos meios de pagamento de companhias parceiras, sem a necessidade de informações cadastrais adicionais. Controlado pela empresa Greenpass, o Taggy é oferecido como um serviço integrado por bancos digitais e *fintechs* (empresas de tecnologia financeira). Dessa forma, a empresa mais recente do ramo se caracteriza como um serviço *white label*, comercializado e oferecido diretamente aos usuários através de bancos e companhias parceiras.

De acordo com o portal da empresa, o Taggy funciona de modo integrado com cartões de crédito, carteiras digitais, cartões de benefícios, contas de pagamento e conta-correntes para que todos estes meios de pagamento também possam usufruir da ferramenta de pedágios automáticos. O principal parceiro comercial da empresa era o C6Bank – banco digital que iniciou suas operações em 2019 formado por egressos do banco de investimentos BTG Pactual -, contudo, no início de 2021, a parceria entre Greenpass e C6Bank foi encerrada e o Taggy passou a ser oferecido por outro grande banco digital: O Banco Inter.

Fundado em 1994 como *Intermedium Financeira*, o Banco Inter pertenceu ao MRV Engenharia S.A. até 2002, passando por operações nos segmentos de crédito imobiliário em 2007, obtendo licença de banco múltiplo no ano de 2008 e serviços de seguro em 2012 até o lançamento das contas digitais no ano de 2015 – se tornando o primeiro banco 100% digital do Brasil. A instituição que tem como diferencial a oferta de conta corrente completamente isenta de tarifas e integradas a uma plataforma com outros serviços financeiros – que recentemente incorporou o serviço de pagamento de pedágios -, alcançou a marca de 10 milhões de correntistas em março de 2021 (INTER, 2021).

Divulgado como Inter Pass, este serviço permite pagamentos automáticos em todas as rodovias pedagiadas do país e já iniciou sua expansão para os estacionamentos urbanos. Não obstante, todos os correntistas do Banco Inter terão isenção na taxa de adesão do serviço e



também em todas as mensalidades até março de 2002 – o banco também não cobrará taxas de conveniência e utilização, cabendo ao usuário custear apenas o valor do pedágio.

Além do Inter, a empresa Greenpass tem os seguintes parceiros comercializando os serviços da Taggy: Zul Digital (plataforma de serviços para motoristas); Eucard (carteira digital); e-FRETE (serviço de gestão de fretes); EcoTaggy (serviço de pagamento ofertado pela concessionária EcoRodovias); AsteroidePass (empresa de pagamento de pedágios); PlusFrota (sistema de gestão de frota); MyPass (serviços para motoristas); Sicredi (instituição financeira cooperativa); Repom e PagPedágio (ambos serviços de pagamento de pedágios).

Não obstante, a empresa Greenpass conta com mais um produto além da ferramenta de pedágio eletrônico: o Parkky. Este consiste em um produto muito similar ao Taggy, mas voltado especificamente aos estacionamentos urbanos e rotativos. Em resumo, qualquer banco ou *fintech* pode disponibilizar em seus canais de contratação a função de pagamento de estacionamentos de maneira integrada com a conta corrente e o cartão de crédito. Vale sublinhar que a aproximação entre instituições financeiras e empresas de estacionamentos rotativos também tem sido muito impulsionada pelos avanços dos bancos digitais, das empresas de tecnologia financeira e dos pagamentos móveis como um todo.

Dito isso, não é fato trivial que o banco digital de investimentos C6Bank tenha substituído, entre o final do ano de 2020 e início de 2021, o C6Taggy (produto ofertado em acordado com a Greenpass e Taggy) pelo novo C6 Tag, ferramenta de pagamento lançada em parceria com a Veloe. A alteração de empresa parceira não acarretou em nenhuma modificação nos modos de contratação deste serviço junto ao banco, trata-se da mesma ferramenta com o acréscimo de uma nova função: o produto disponibilizado em parceria com a empresa Veloe permite também o pagamento de estacionamentos – fator fundamental para o movimento do C6Bank. Deste modo, o banco digital foi pioneiro ao incorporar o pagamento de pedágios aos serviços ofertados sem nenhum tipo de taxa e agora costura novos acordos de expansão ao incorporar o serviço que contempla o pagamento de estacionamento, elevando seu nível de abrangência.

Nota-se que as grandes empresas de pagamento automático e eletrônico seguem uma lógica de atuação que abarca mais setores do que apenas o pagamento de praças de pedágios presentes em rodovias. A digitalização dos pagamentos, transferências e demais serviços bancários tem sido um imperativo no Brasil e no mundo, e, concomitantemente ao processo em tela, temos o investimento crescente de bancos e instituições financeiras em tecnologia bancária, que revela a necessidade de aplicativos e plataformas *online* seguras e bem estabelecidas. Deste modo, ponderamos uma dupla expansão das companhias aqui trabalhadas,



abrangendo a expansão de mercado consumidor (com cada vez mais possibilidades de planos urbanos, com acesso aos estacionamentos, postos de gasolina, *shoppings* e restaurantes franqueados com drive-thru), e também a expansão de função, afinal estas empresas têm se constituído em empresas de pagamento de modo geral, compreendendo diversas áreas (MANOCCHIO, COSTA, GALLO, 2021).

Por fim, cabe pontuar que esta expansão bifronte por parte das empresas de pedágio eletrônico se insere em lógicas superiores da globalização financeira atual. Na leitura de Parseris (2019, p. 11) “el modo de producción capitalista en su fase actual necesita crear mercados e inventar nuevos productos para la reproducción del capital possibilitando, de eso modo, el robustecimiento del circuito superior vinculado a las finanzas”. Deste modo, a expansão de função das companhias de pagamento automático de pedágio para empresas de pagamento e soluções em mobilidade urbana incorporam novos produtos e ampliam as possibilidades de avanço das finanças no território.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a expansão dos serviços de pagamento automático de pedágios ocorrida nos últimos anos, buscamos compreender a relação destas empresas com instituições financeiras bancárias, tradicionais e digitais. Atualmente, mais de 60% dos pagamentos de pedágio em rodovias são efetuados por meio das TAG's (etiquetas) presentes nos para-brisas, diminuindo o uso das cabines manuais e aumentando a fluidez do tráfego nas rodovias.

Contudo, é cada vez mais perceptível que as companhias do segmento buscam expandir seus serviços e sua área de atuação para o espaço urbano. É comum que algumas empresas ofereçam aos clientes planos primordialmente urbanos, em que o pagamento de pedágios deixa de ser função central para se tornar uma ferramenta secundária. Muitas empresas de pagamento automático de pedágios têm angariado novos contingentes de motoristas ao permitir o pagamento em *shoppings*, restaurantes com *drive-thru*, postos de gasolina, estacionamentos urbanos e rotativos.

Um ponto muito relevante sobre o segmento, que ainda tem muito espaço para crescer, é o fato deste se apresentar como palco de disputa e cooperação entre diferentes instituições financeiras. Nota-se que grandes grupos bancários se encontram presentes nas estruturas acionárias dessas companhias, os exemplos mais evidentes são: a) a *holding* EloPar, fruto da cooperação entre Banco do Brasil e Bradesco, com a presença da Veloe em um amplo portfólio de produtos digitais; b) ConectCar, que tem o grupo Itaú como dono da metade de sua estrutura



de controle e; c) o Taggy, que rompeu seu acordo com o banco digital C6Bank e incorporou o Banco Inter como principal parceiro comercial.

Entendemos que o desenvolvimento tecnológico (e o acesso à tecnologia), o crescimento do *mobile banking* e o desenvolvimento das *fintechs* e bancos digitais têm criado terreno fértil para a popularização e consolidação dos pagamentos móveis no Brasil. Vale ressaltar que a mesma lógica de competição e cooperação se aplica nas relações entre instituições financeiras tradicionais com bancos digitais e *fintechs*, é comum que estes atores disputem dentro do mesmo segmento de mercado e concomitantemente se auxiliem mutuamente no fortalecimento e desenvolvimento dos produtos e plataformas.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pela concessão de bolsa que viabilizou a realização desta pesquisa. Agradecemos também ao Prof. Dr. Fabricio Gallo e a todos os integrantes do LUTe (Laboratório de Investigações Geográficas sobre os Usos do Território), que direta e indiretamente contribuíram com os avanços deste trabalho.

## REFERÊNCIAS

CASTILLO, R. A. **Sistemas Orbitais e Uso do Território**: Integração eletrônica e conhecimento digital do território brasileiro. Tese (Doutorado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

CERNEV, A. K. **Mobile Banking no Brasil**: Eventos críticos, trajetória e cenários esperados. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2010.

CHESNAIS, F. Mundialização: o capital financeiro no comando. **Revista Outubro**, São Paulo, n. 5, p. 7-28, 2000.

CONTEL, F. B. **Território e Finanças**: técnicas, normas e topologias bancárias no Brasil. Tese (Doutorado em Geografia) – Departamento de Geografia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FEBRABAN, Federação Brasileira de Bancos. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária**, 2019. Elaborada por: Deloitte, 2020. Disponível em: <https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>. Acesso em 27 set. 2021.



FEBRABAN, Federação Brasileira de Bancos. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária**, 2020. Elaborada por: Deloitte, 2021. Disponível em: <https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>. Acesso em 30 set. 2021.

INTER. **Relatório Anual de 2020**. Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://www.bancointer.com.br/sustentabilidade/relatorio-anual/>. Acesso em 29 set. 2021.

MANOCCHIO, F. G. S.; COSTA, B. M. R.; GALLO, F. Desdobramentos territoriais da hipercapilaridade dos serviços financeiros digitais: o pagamento automático de pedágios no Brasil. **Revista do Departamento De Geografia**, v. 41, n. 1, 2021.

PARSERISAS, D. D. Fenómeno financiero y usos del territorio: Finanzas, crédito y consumo en Argentina (2001-2006). **Estudios Socioterritoriales**, n. 26, 2019.

PESSANHA, R. M. Inovação, financeirização e startups como instrumentos e etapas do capitalismo de plataformas. In: GOMES, M. T.; TUNES, R.; GODINHO, F. (Orgs.). **Geografia da Inovação: Território, redes e finanças**. Rio de Janeiro: Editora Consequência, 2020, p. 433-468.

SANTOS, M. O Retorno do Território. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A. A. de; SILVEIRA, M. L. **Território: Globalização e Fragmentação**. São Paulo: Hucitec, p. 15-20, 1994.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EDUSP, 2002.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI**. 9 ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SÃO PAULO, Portal do Governo. **Rodovias paulistas terão nova operadora de pedágio eletrônico**. 21 set. 2018. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/rodovias-paulistas-terao-nova-operadora-de-pedagio-eletronico/>. Acesso em 30 set. 2021.

SILVEIRA, M. L. Uma situação geográfica: do método à metodologia. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano IV, n. 6, p. 21-28, 1999.

VELOE. **Veloe**. Disponível em: <https://veloe.com.br/sobre/>. Acesso 04 out. 2021.

VIDEIRA, S. L. Fintechs – novos atores das finanças contemporâneas: um olhar geográfico. **Entre-Lugar**, v. 11, n. 21, p. 261-284, 2020.

WARF, B. Digitalização, globalização e capital financeiro hipermóvel. **Geosp – Espaço e Tempo**, v. 21, n. 2, p. 397-406, 2017.