



# ***Pesquisa Fintech Deep Dive 2018***

**A3FIN  
TECHS**  
associação brasileira de fintechs





# Apresentação



**Rodrigo Soeiro Ubaldo**

Presidente  
ABFintechs

Um mercado extremamente fértil em inovações, com um nível elevado de concentração e uma regulação nascente, cria uma janela única de oportunidades para os investidores nacionais e internacionais no segmento brasileiro de *fintechs*, que hoje é o maior da América Latina.

Nas condições atuais, o país tem potencial para se transformar em um celeiro consumidor e exportador de soluções de tecnologia financeira para todo o mundo, mas, para dar esse salto, ainda precisamos avançar em algumas frentes. Um dos principais entraves é a falta de informação de qualidade sobre a atuação das *fintechs* que dê segurança às decisões de investidores, empreendedores e reguladores.

Foi buscando preencher essa lacuna que a ABFintechs se uniu à PwC para elaborar um levantamento confiável dessas empresas que estão revolucionando o segmento de soluções de tecnologia financeira no Brasil. A *Pesquisa Fintech Deep Dive 2018* é a primeira a traçar o perfil do empreendedor de *fintechs* brasileiras e a ouvir o que os executivos que estão à frente desses negócios inovadores têm a dizer sobre os principais desafios que enfrentam.



**Dorival Dourado**

Membro do conselho consultivo  
ABFintechs

A análise dos dados revela que, mesmo em um cenário de câmbio favorável e oportunidades talvez maiores do que as oferecidas por mercados mais desenvolvidos, empreendedores com nível elevado de qualificação e experiência ainda encontram muitas dificuldades de acesso a capital de risco. No Brasil, os recursos são escassos e, quando estão disponíveis, demoram a ser liberados, muitas vezes inviabilizando negócios promissores e com grande potencial para produzir impactos econômicos e sociais.

Com a iniciativa desta pesquisa, esperamos ajudar a reduzir as incertezas do mercado brasileiro em relação à atuação das *fintechs* e a suas tecnologias disruptivas para que investidores, reguladores e empreendedores possam avançar com mais confiança.

Nosso objetivo é contribuir para promover um ambiente de negócios mais saudável e inovador, com mais concorrência e colaboração e com serviços melhores e mais baratos para os consumidores. Agradecemos a todos os que responderam ao questionário ou concederam entrevistas e nos ajudaram a elaborar o quadro sobre as *fintechs* que detalhamos a seguir.





**Alvaro Taiar**  
Sócio e líder de  
Serviços Financeiros  
PwC Brasil

Como é notório, a tecnologia tem sido um importante vetor do desenvolvimento dos serviços financeiros há mais de 60 anos. Os avanços tecnológicos permitiram criar soluções seguras de autosserviço e estabelecer novos canais de atendimento, como, por exemplo, os caixas eletrônicos e o *internet banking*, mas essas inovações foram aprimoradas ou apropriadas pelos gigantes do setor sem grandes perturbações ao seu domínio de mercado. Com o advento das *fintechs*, no entanto, isso pode mudar.

Nascidas da interação entre serviços financeiros e tecnologia, as *fintechs* vieram para quebrar paradigmas e possivelmente redesenhar o setor. Com uma estratégia focada na experiência do cliente, elas provocam mudanças profundas em áreas de serviços como pagamentos, crédito, seguros e consultoria de finanças pessoais. Nesse processo, não apenas desafiam as instituições financeiras atuais, mas também revelam novos mercados e novos modelos de negócios.



**Luís Ruivo**  
Sócio e líder de Consultoria  
em Serviços Financeiros  
PwC Brasil

São oportunidades que podem resultar na redução de custos de operação, na oferta de novos serviços, na conversão de clientes vindos da enorme massa de desbancarizados ou em um melhor relacionamento com as novas gerações de consumidores, acostumadas à experiência digital oferecida por gigantes como Google, Amazon, Facebook e Apple e mais avessas ao modelo de serviços tradicionais.

Nesse contexto de mudanças aceleradas e profundas, as oportunidades de negócios para as *fintechs* no Brasil são imensas, mas as informações sobre as reais características desse mercado permanecem escassas. Para colaborar com a solução desse problema, a PwC se aliou à ABFintechs nesta pesquisa pioneira sobre o perfil desses negócios e a visão dos empreendedores a respeito do mercado.

Com as informações contidas nas próximas páginas, esperamos contribuir para aumentar o conhecimento sobre o ecossistema das *fintechs* no Brasil.



# Conteúdo



Principais mensagens.....	6
O perfil das <i>fintechs</i> brasileiras .....	10
Quem é o empreendedor.....	15
Perspectivas de crescimento .....	18
Principais desafios e barreiras.....	22
Oportunidades e benefícios das <i>fintechs</i> .....	32
Tendências do setor.....	44
Conclusão .....	49
Metodologia.....	50
Referências .....	51
Contatos.....	52

# Principais mensagens

A análise dos dados da nossa pesquisa levou a algumas conclusões sobre o mercado das *fintechs* no Brasil, que destacamos a seguir.

1



## Cenário de oportunidades:

As condições atuais do mercado, com **forte concentração, spread bancário elevado, aumento de tarifas de serviços e a perspectiva de modernização regulatória**, associadas a uma grande parcela da população ainda sem acesso a serviços financeiros, tornam o Brasil especialmente atraente para o investimento em *fintechs* que ofereçam soluções inovadoras.

2

**A falta de visibilidade no mercado é a principal barreira de acesso a capital, segundo os empreendedores.** Isso ajuda a explicar por que o setor ainda tem impacto limitado na economia e muito abaixo do seu potencial. Apenas 12% das empresas dizem faturar acima de R\$ 10 milhões ao ano.

O **cenário atual de instabilidade econômica e política** também dificulta negócios, dizem os participantes. A ele, soma-se a burocracia, a carga tributária elevada e a legislação tributária complexa.

**A grande maioria das empresas tem alta expectativa de crescimento, mas pouco mais da metade teve acesso a capital:**



- **95%** das *fintechs* pesquisadas preveem aumento de receitas em 2018.
- **41%** das participantes não receberam investimentos, e a obtenção de capital para projetos ainda em fase de concepção é muito difícil.
- Mais da metade das empresas que **já atingiram o break-even não recebeu investimentos.** Metade das que ainda não o atingiram pretende fazer isso ainda este ano.

3

Contrariando o mito de que as *startups* são fundadas por jovens saídos da universidade, encontramos **profissionais com sólida formação e experiência em negócios** à frente das *fintechs* brasileiras.



**97%** têm graduação ou diploma de pós-graduação, mestrado ou doutorado.



**47%** têm entre 30 e 39 anos.



**70%** tiveram outro empreendimento antes de abrir a *fintech*.



## Amostra da pesquisa

Fundadores de **224** empresas brasileiras de tecnologia financeira em todo o país que responderam ao questionário da pesquisa de **15 de fevereiro a 8 de junho de 2018**.

4

**Incubadoras e aceleradoras ainda atraem pouco os empreendedores das *fintechs* pesquisadas.**



**39%** nunca recorreram a essas iniciativas de colaboração.

**76%** não pretendem recorrer no futuro ou ainda não se decidiram sobre isso.

5



**Diferenciação futura das soluções das *fintechs* exigirá reinvenção focada em tecnologias emergentes.**

*Cloud*, *data analytics* e *mobile* são as principais tecnologias por trás das soluções fornecidas pelas *fintechs*, mas estão se tornando *commodities*.

Se quiserem continuar oferecendo inovação em produtos e serviços financeiros, as empresas precisarão investir em uma reinvenção tecnológica. As principais apostas das participantes para se diferenciar no futuro são a **inteligência artificial** e o **blockchain**.

6



**Oportunidades de negócios e concorrência tendem a crescer com *open banking* e *BigTechs***

O *open banking* já é realidade na Europa e na Ásia, mas ainda não há regulamentação específica sobre ele no Brasil. O modelo incentiva os grandes *players* do setor a buscar parcerias com *fintechs* ou a desenvolver *Application Programming Interfaces* (APIs) públicas que facilitem a integração das plataformas digitais aos seus sistemas legados, mas também tende a acelerar a entrada de *BigTechs* (Amazon, Google, Apple, entre outras) no segmento de serviços financeiros. Essas empresas têm marcas muito conhecidas, escala e uma base de clientes ampla e fiel – exatamente os maiores desafios enfrentados hoje pelas *fintech*.

Obs.: os percentuais dos gráficos deste relatório de pesquisa nem sempre somam 100% por questões de arredondamento.

## Fintechs são...

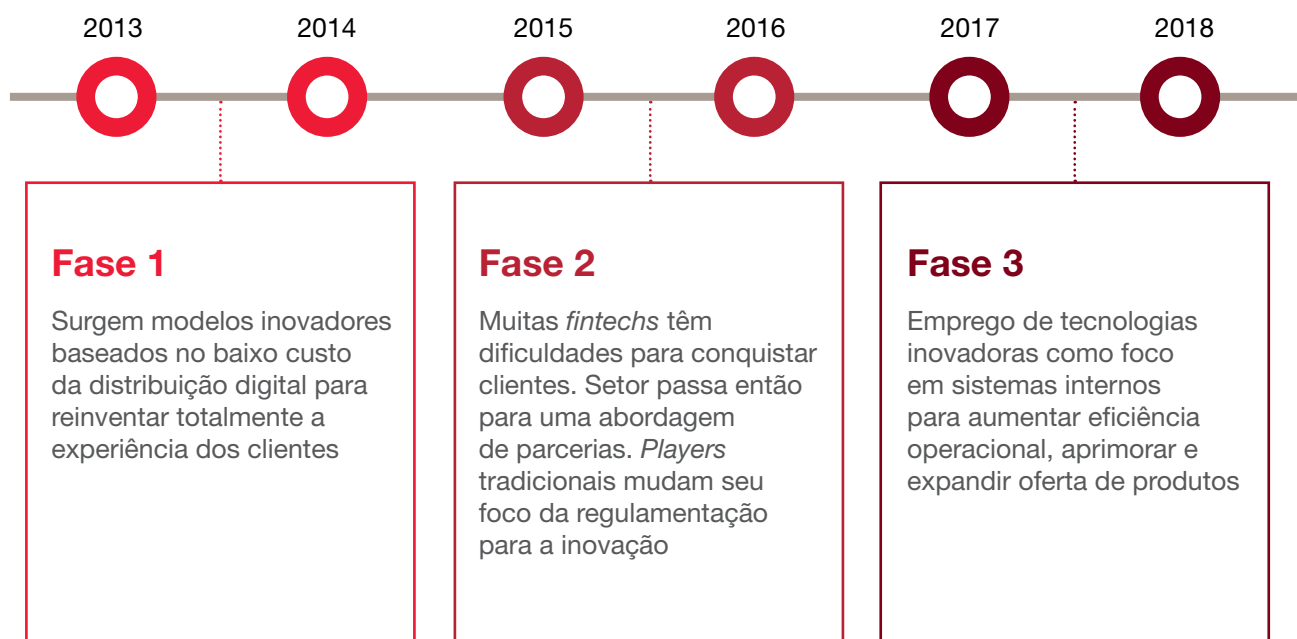
... um segmento de empresas na interseção entre os setores de tecnologia e serviços financeiros que adotam modelos de negócio escaláveis e que inovam em produtos e serviços direcionados para atender a uma determinada necessidade do cliente.

## Principais características



Três atributos-chave caracterizam a atuação das empresas que participaram do nosso estudo:

- São empresas **altamente focadas**. Elas se propõem a resolver um problema conhecido ou uma demanda não atendida do consumidor e aprofundam seus esforços para conseguir desenvolver soluções inovadoras. Sua atuação começa com um portfólio restrito, normalmente baseado em um pequeno grupo de produtos e soluções.
- Elas direcionam suas soluções a um **público sub-atendido**, buscando preencher uma lacuna deixada pelas instituições tradicionais, por questões de restrição de acesso ou de preço, ou mesmo por uma demanda cujo potencial ainda não é conhecido nem priorizado pelos *players* tradicionais.
- Fornecem suas soluções com base em **tecnologias disruptivas**, como *blockchain*, *big data*, nuvem, IoT, entre outras.



### **As *fintechs* conseguiram:**

- reformular a experiência do usuário
- mudar as expectativas dos clientes
- acelerar o ritmo da inovação



### **As *fintechs* não conseguiram:**

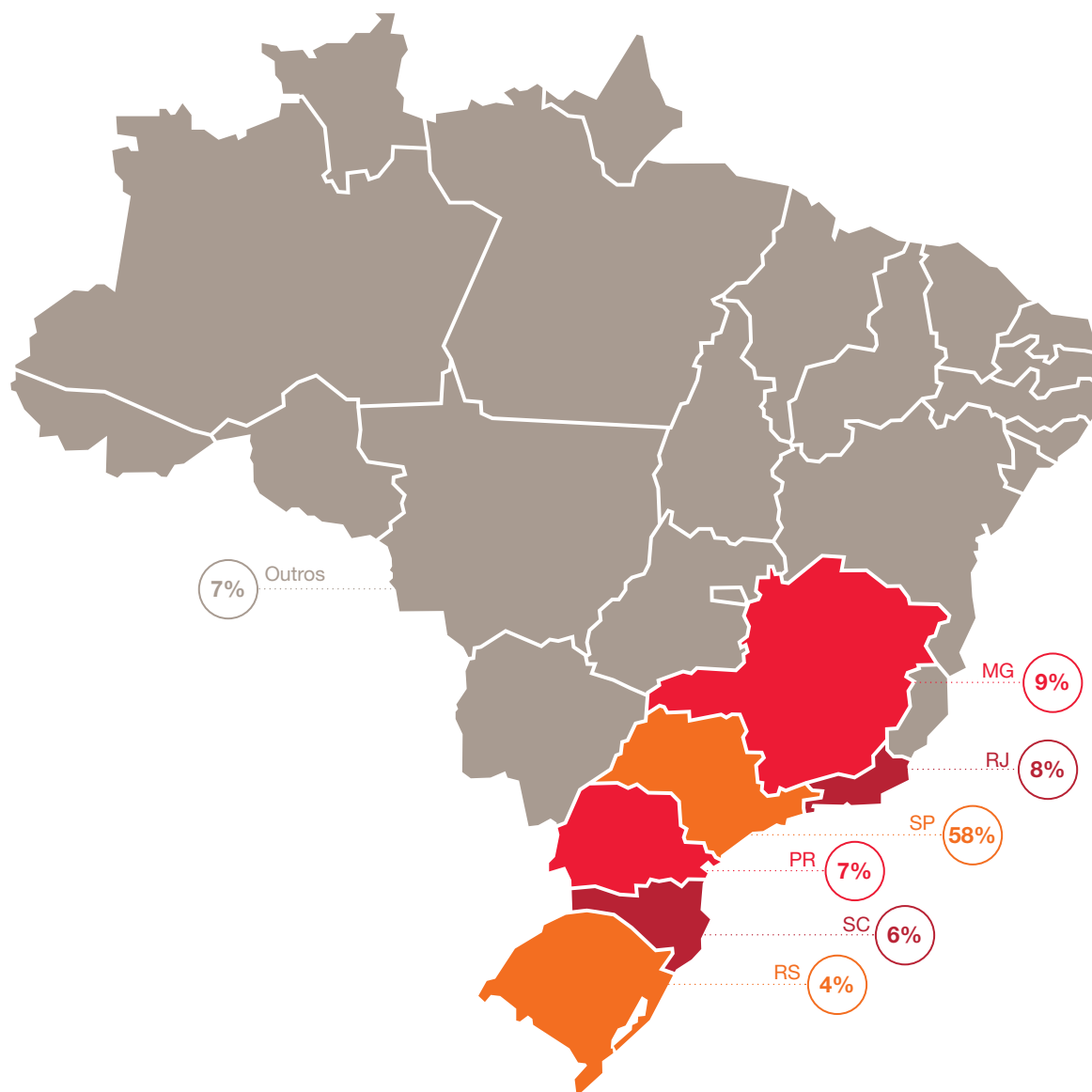
- obter participação de mercado mensurável
- conquistar uma nova base de clientes

# O perfil das *fintechs* brasileiras

As regiões Sul e Sudeste do Brasil reúnem 93% das 224 *fintechs* brasileiras participantes da nossa pesquisa. Sozinho, o estado de São Paulo é sede de mais da metade dessas empresas (58%). Três quartos das empresas foram fundadas há menos de quatro anos, e a maioria concentra sua atuação nos segmentos de meios de pagamento, crédito e gestão financeira.

## Concentradas no Sul e Sudeste

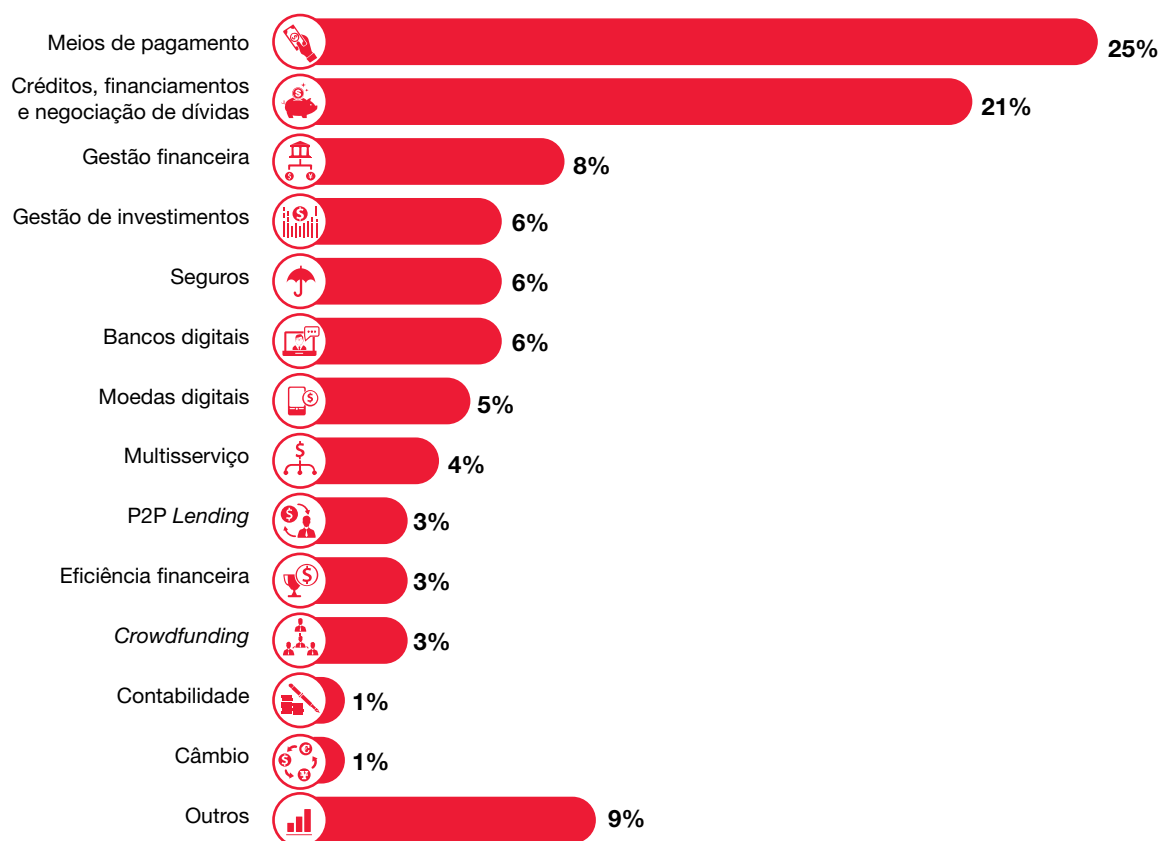
Percentual de empresas participantes por estado





## Meios de pagamento e crédito são principais segmentos

P: Qual a principal vertical financeira/segmento em que sua fintech atua?



Como um indicador da juventude desse mercado, 46% das *fintechs* participantes da pesquisa nasceram após 2016 e 51% estão em início de operação, enquanto 8% estão na fase de idealização ou validando um produto viável mínimo e, por isso, ainda não têm clientes. Cerca de dois terços das empresas faturaram menos de R\$ 1 milhão em 2017 ou não tiveram faturamento.

Por serem em sua maioria empresas em início de operação, por dificuldades de acesso a capital e pela forte base tecnológica, o setor é bastante focado em eficiência e produtividade e ainda gera relativamente poucos postos de trabalho: 87% das *fintechs* empregam menos de 50 pessoas. Com o amadurecimento, seu potencial de geração de empregos aumenta naturalmente: 76% das que atingem a fase de consolidação têm mais de 50 funcionários.

## Estágios de maturidade das *fintechs*

**Ideia** – Ainda em revisão de modelo.

**MVP (*minimum viable product*)** – Sem clientes e em processo de validação.

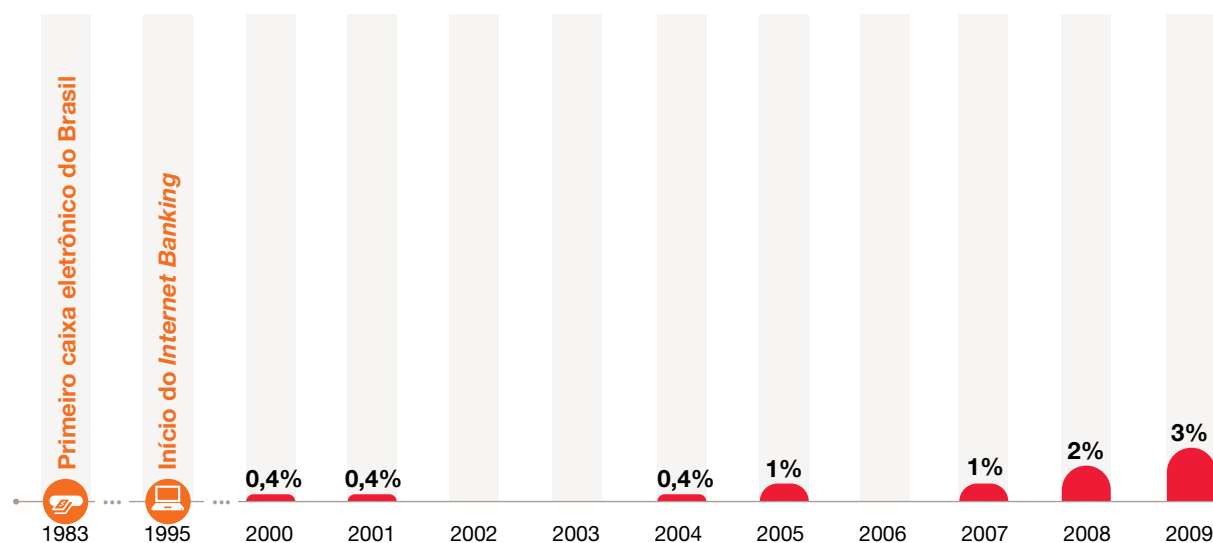
**Início da operação** – Com clientes e com faturamento e/ou investimento.

**Expansão** – Com clientes, já validada pelo mercado e com faturamento/investimento.

**Consolidação** – Com clientes, já validada pelo mercado e com faturamento/investimento acima de R\$ 20 milhões.

## 46% das empresas nasceram após 2016

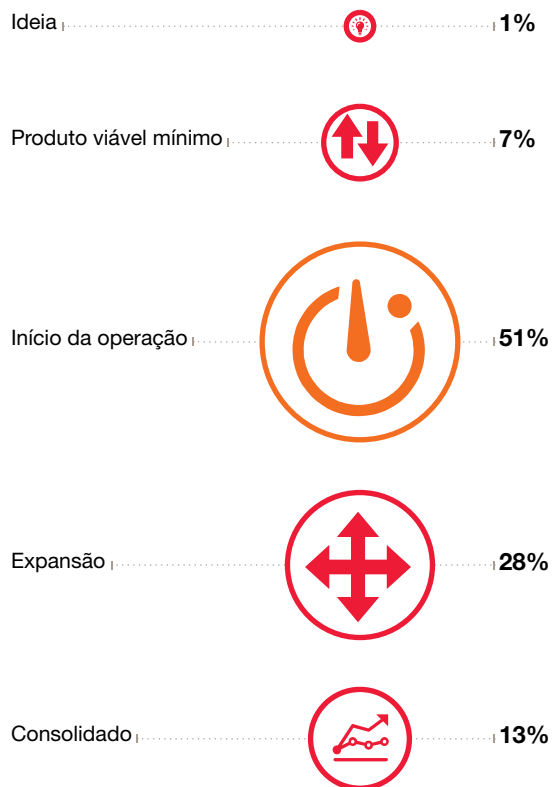
Percentual de empresas participantes por ano de fundação



Obs.: 2% das empresas foram fundadas em 2018, mas não incluídas no gráfico para evitar distorção, pois a pesquisa foi encerrada no início de junho e não há dados disponíveis sobre o restante do ano.

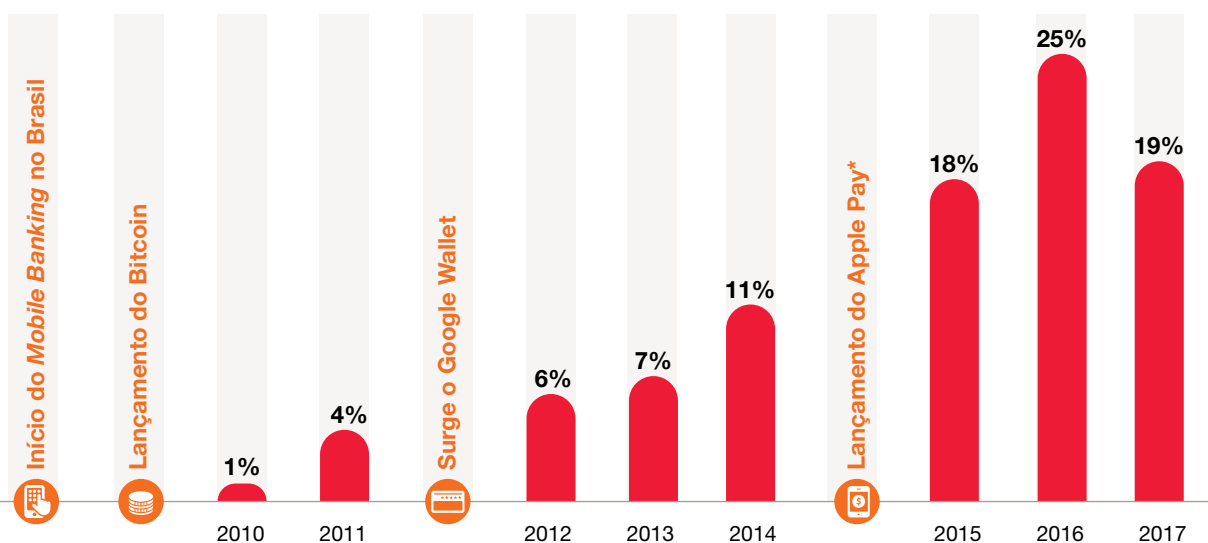
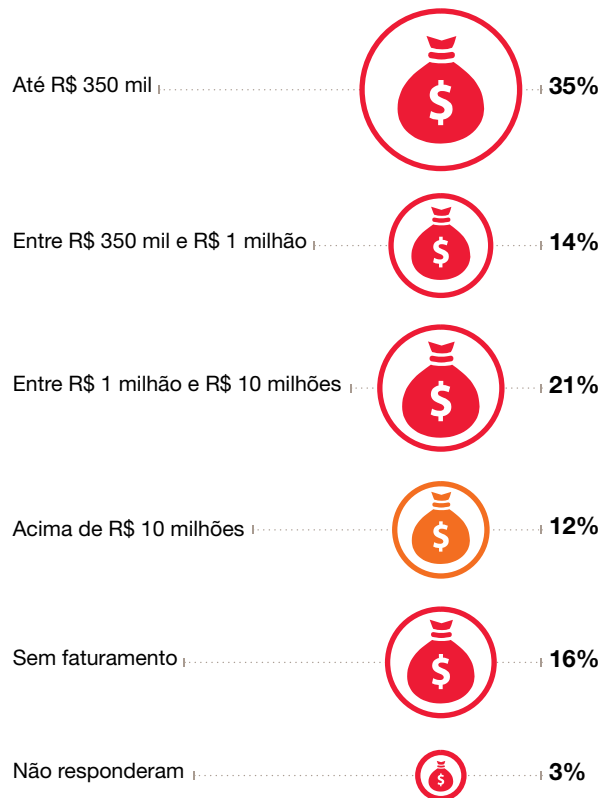
### Mais de metade está no início da operação

P: Qual o estágio atual da sua fintech?



### 12% faturam acima de R\$ 10 milhões

P: Qual foi sua receita bruta em 2017?

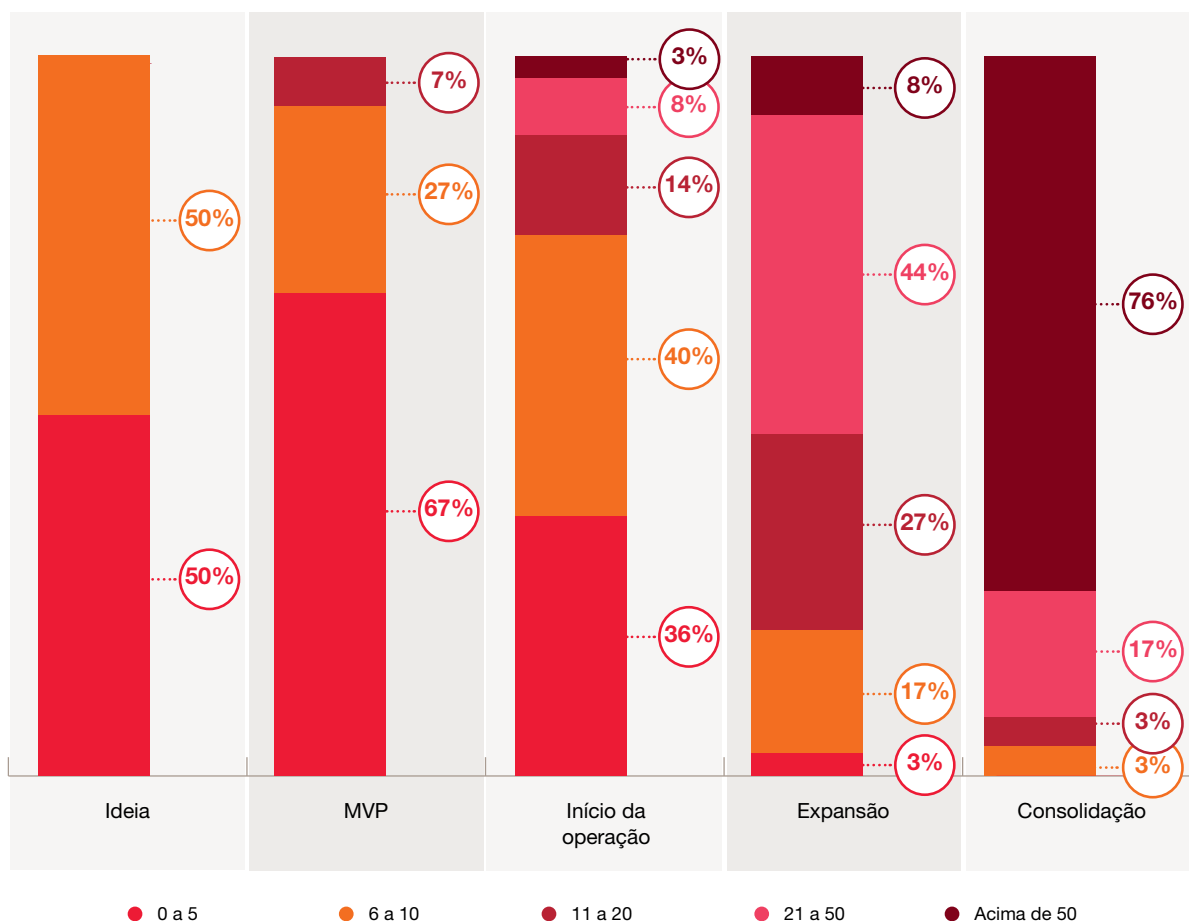


\* No Brasil apenas em 2018.

## Por fase de maturidade e quantidade de funcionários

P: Qual a quantidade de funcionários da sua fintech?

P: Qual o estágio atual da sua fintech?



“Damos às pessoas a possibilidade de investir em algo que antes era restrito aos muito ricos. Isso tem impacto social. Qualquer um pode investir R\$ 500 em um empreendedor. Se ele der muito certo, cria-se uma conexão, um vínculo muito forte. Na nossa visão, isso é um promotor social enorme.”

**Frederico Rizzo**, fundador da Kria, plataforma de *crowdfunding* de investimentos





## Quem é o empreendedor

Profissionais maduros, qualificados e com experiência como empreendedores estão à frente da maioria das *fintechs* brasileiras pesquisadas. Quase todos têm graduação ou outro diploma superior, enquanto 86% dominam o inglês. Eles são formados principalmente em administração ou TI, mais de metade tem uma experiência internacional e mais de 60% já tiveram outro empreendimento antes de abrir a *fintech* atual.

Esse perfil de formação contrasta bastante com o identificado no universo mais amplo de empreendedores brasileiros – em torno de um terço tem apenas ensino fundamental incompleto e só 16% chegam ao ensino superior, mas nem sempre conseguem concluí-lo, segundo informações de 2014 do DataSebrae.

Quase metade dos fundadores das *fintechs* tem entre 30 a 39 anos e atuou no setor corporativo antes de começar a empreender, seja no próprio ramo das *fintechs* (41%), seja em outro segmento (46%). A atração de profissionais de outras áreas talvez possa ser explicada pelo cenário de recessão dos últimos anos, que incentivou a migração de executivos da indústria para o setor de serviços.

A esmagadora maioria é do sexo masculino, um aspecto que diverge bastante do observado no cenário mais amplo de novos empreendimentos no país, no qual as mulheres são maioria (51%), segundo o relatório global da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017/18*.

“Nosso mercado é muito tecnológico e, historicamente, o país tem poucas mulheres envolvidas com tecnologia. Elas também costumam ser mais conservadoras em seus investimentos e menos *early adopters* do que os homens”, explica Ingrid Barth, *head* de Novos Negócios e Parcerias da corretora de bitcoins FoxBit, que estima em cerca de 7% a participação das mulheres entre seus investidores.



### Idade

**47%** ..... **30 a 39 anos**

25%	41 a 49 anos
19%	20 a 29 anos
8%	50 a 59 anos
1%	Acima de 60 anos



### Nível de escolaridade

**42%** ..... **Pós-graduação**

39%	Graduação
14%	Mestrado
3%	2º Grau
2%	Doutorado
0%	1º Grau



### Gênero

**90%** ..... **Masculino**

7%	Feminino
3%	Não informado



### Área de formação

**31%** ..... **Administração**

27%	TI
21%	Outros
11%	Engenharia
10%	Marketing



**Experiência anterior**

**49%** ..... **Atuou no setor corporativo em outro segmento**

40% ..... Atuou no setor corporativo no mesmo ramo da *fintech*  
11% ..... Não atuou no setor corporativo

# Perspectivas de crescimento

Empresas em sua maioria jovens e com faturamento anual abaixo de R\$ 1 milhão, as *fintechs* empregam normalmente equipes pequenas (52% têm menos de 10 empregados) e a maioria (58%) ainda não atingiu o *break-even*. Ao todo, 75% registraram crescimento em 2017, sendo que, para metade delas, esse crescimento superou 30%.

Entre as que tiveram resultados positivos, quase todas esperam continuar crescendo em 2018,

e mais de 90% acreditam que essa expansão se dará em ritmo igual ou maior do que no período anterior. Mais de metade das empresas que não atingiram o *break-even* prevê fazer isso ainda este ano.

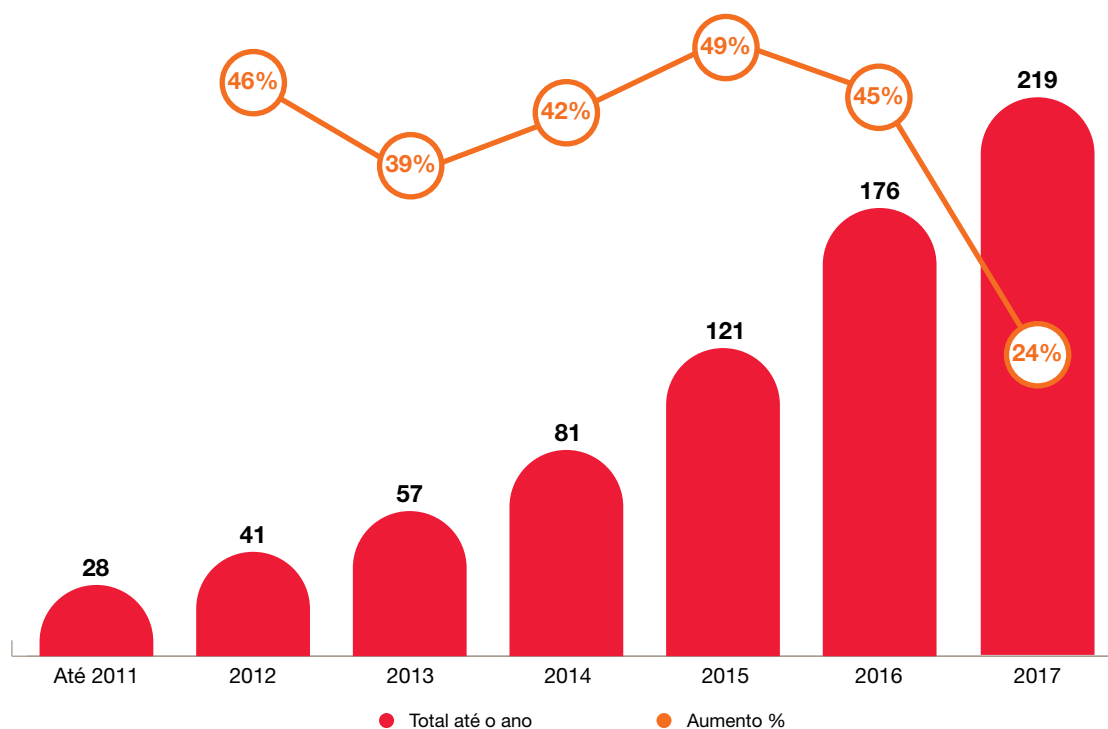
O mercado é extremamente pulverizado e se expande de forma acelerada. Considerando a nossa amostra de empresas, o aumento anual do número de *fintechs* esteve sempre na casa dos dois dígitos nesta década.

**“No Brasil, a gente tem hoje mais usuários nas *exchanges* de criptomoedas do que nas bolsas de valores. Isso mostra que as pessoas estão carentes de opções para investir. (...) Não existe uma regulamentação para empresas que trabalham com criptomoedas. Tudo o que a gente faz é mais por boas práticas, porque queremos ter uma postura positiva em relação ao mercado. Não ter regras claras atrapalha a gente, principalmente na relação com os bancos. E o nosso cadastro chega a ser mais elaborado do que o cadastro dos bancos, totalmente tecnológico, sem papel.”**

---

**Ingrid Barth**, head de Novos Negócios & Parcerias da FoxBit, corretora de bitcoins que movimentou no ano passado R\$ 3 bilhões em transações

## Total acumulado de *fintechs* por ano de fundação e variação no número de novas empresas (na amostra pesquisada)



\*Em 2018, nossa pesquisa registra apenas *fintechs* abertas até o mês de junho. Não incluímos no gráfico a variação anual para evitar distorções.

**“Temos muito o que crescer ainda no segmento de pessoa jurídica. Consultando os dados do Banco Central, só nessa modalidade em que a gente atua, que é capital de giro, existe um mercado de mais de R\$ 150 bilhões para a gente trabalhar. Se eu tiver 1% desse mercado, vou estar muito feliz e ainda não incomodarei os grandes bancos.**

**Fábio Neufeld**, fundador da Kavod Lending, especializada em P2P para empresas



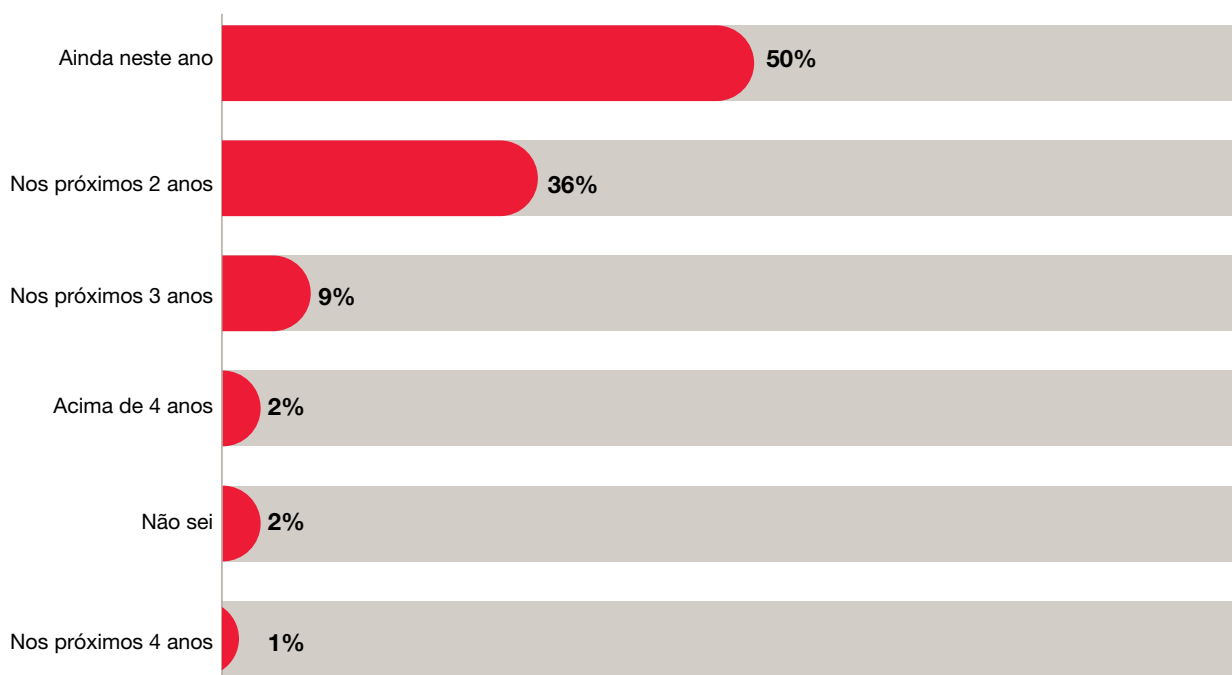
**58%**  
ainda não atingiram  
o break-even

---

### Expectativa de equilíbrio financeiro

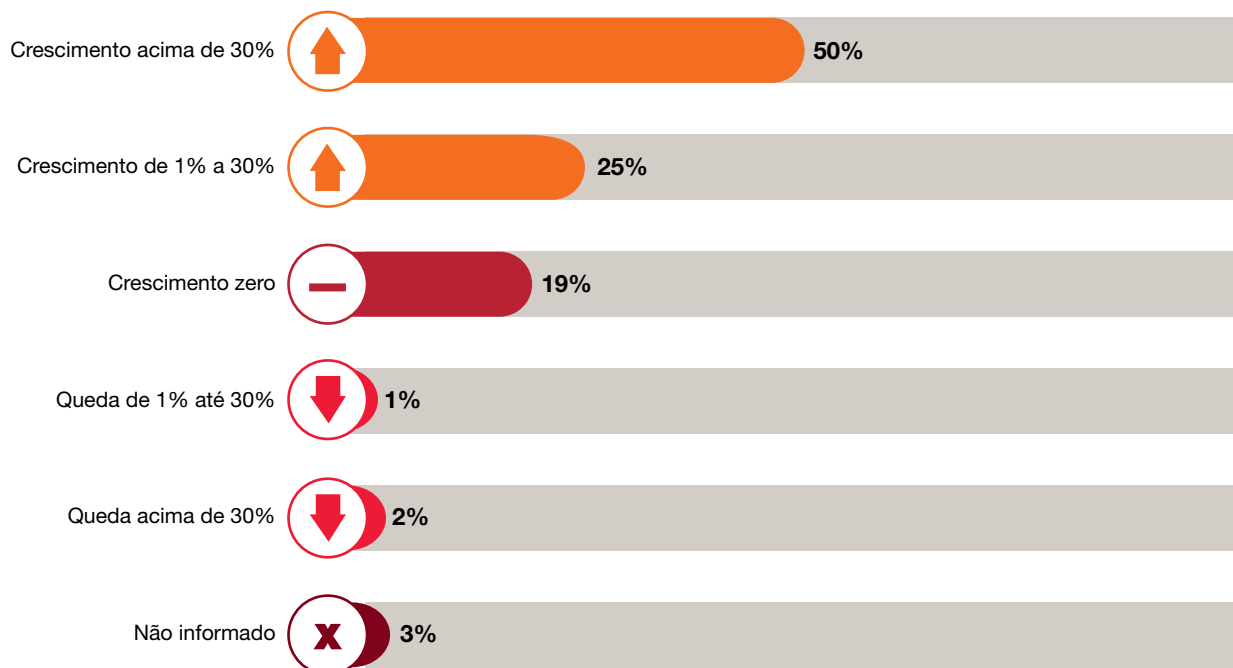
*P: Se não atingiu o break-even point, quando espera fazê-lo?*

---



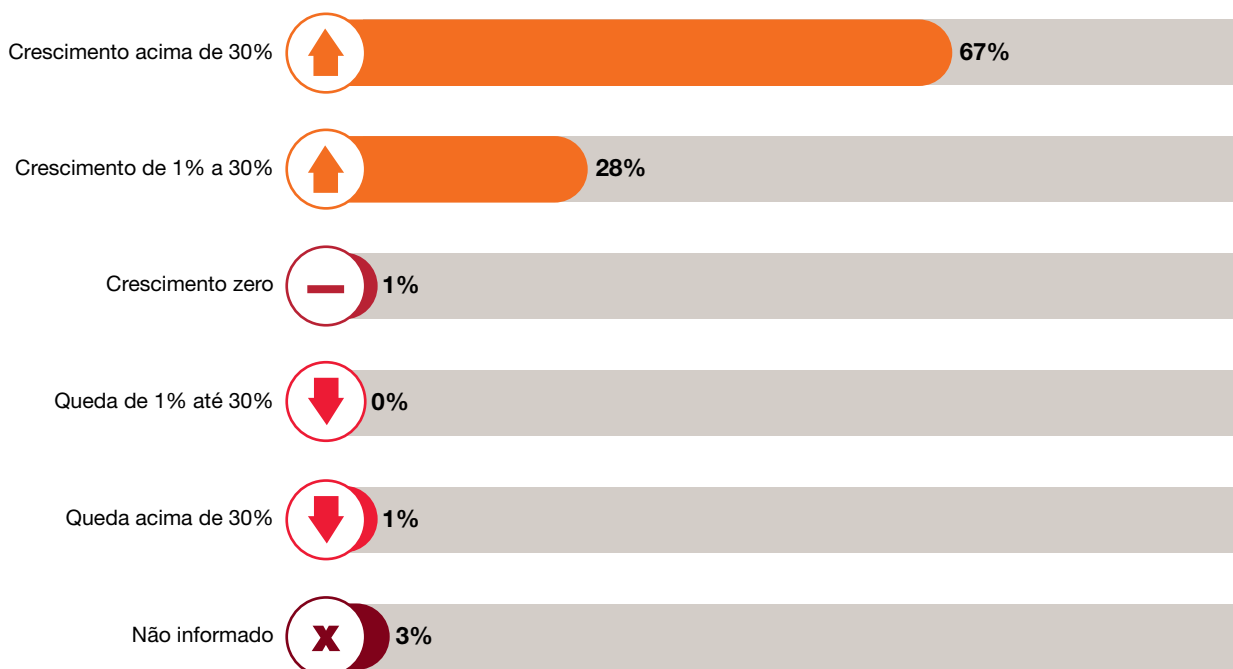
## Crescimento em 2017

P: Qual foi o crescimento comparado a 2016?



## Expectativa de crescimento para 2018

P: Qual é a sua expectativa de crescimento da receita bruta para 2018?

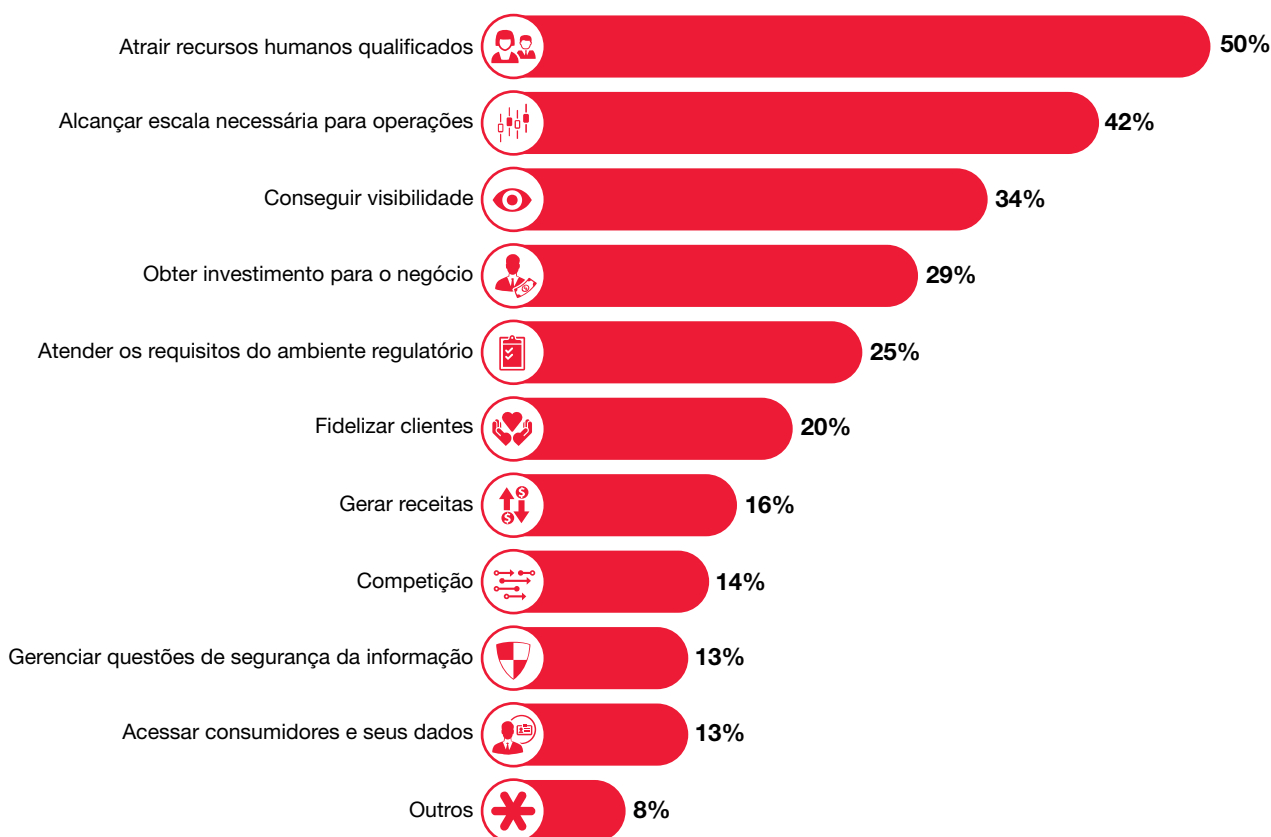


# Principais desafios e barreiras

Atrair e reter talentos qualificados, alcançar visibilidade no mercado para capturar novos clientes e investimentos e cumprir os requisitos regulatórios são as principais barreiras citadas pelos participantes da nossa pesquisa na gestão das suas empresas.

## O que mais dificulta a gestão das *fintechs*

P: Quais são as principais barreiras na gestão de sua *fintech*?



## Atração de talentos

A atração e retenção de talentos qualificados é uma preocupação de grande parte das empresas no Brasil e no mundo, não apenas no segmento das *fintechs*. A 21ª Pesquisa Anual Global com CEOs da PwC, publicada este ano, revelou que 70% dos líderes executivos brasileiros e 50% dos globais acham difícil ou extremamente difícil encontrar profissionais com domínio de habilidades digitais.

As *fintechs*, no entanto, têm uma vantagem natural em relação às empresas tradicionais na disputa por essa mão de obra qualificada: sua cultura mais flexível e diversificada e a preocupação com o impacto social de suas operações tende a funcionar como um fator de atração da nova geração de talentos que detém as qualificações necessárias para impulsionar a inovação nessas empresas. No entanto, a falta de profissionais mais maduros com conhecimentos adequados da regulamentação do setor de serviços financeiros no país, que é rigorosa e complexa, pode representar um entrave ao avanço dessas empresas.



**“É muito difícil concorrer em um segmento que tem as características regulatórias e de segurança do setor financeiro no Brasil e entender aspectos do processo transacional quando você não tem conhecimento do mercado ou, pelo menos, pessoas que você possa acessar para obter esse conhecimento. É preciso amadurecer muito o nível dos empreendedores nesse sentido. Outra fragilidade é a segurança da informação. É importante criar uma cultura de investir mais nesse aspecto desde o início, no momento de criação das *fintechs*.”**

---

**Alexandre Liuzzi**, cofundador e CSO da BeeTech, provedora de infraestrutura para o mercado de pagamentos internacionais. Também é CEO e fundador da Mar Ventures

## **Atração de capital**

Mais de metade das *fintechs* diz ter recebido investimentos, que ficaram concentrados nas faixas abaixo de R\$ 1 milhão (40%) e entre R\$ 1 milhão e R\$ 5 milhões (29%). Quase dois terços das empresas esperam fazer captações em 2018: cerca de 90% das que informaram a expectativa de valores pretendem obter mais de R\$ 1 milhão.

Mas para atrair um volume maior de investimentos, as empresas querem e precisam se expor mais ao mercado consumidor e investidor interno e externo. Ao todo, 26% consideram a pouca visibilidade de seus negócios no mercado um dos principais desafios para atrair capital. A falta de investidores e as turbulências do ambiente econômico e político nacional vêm logo em seguida na lista.

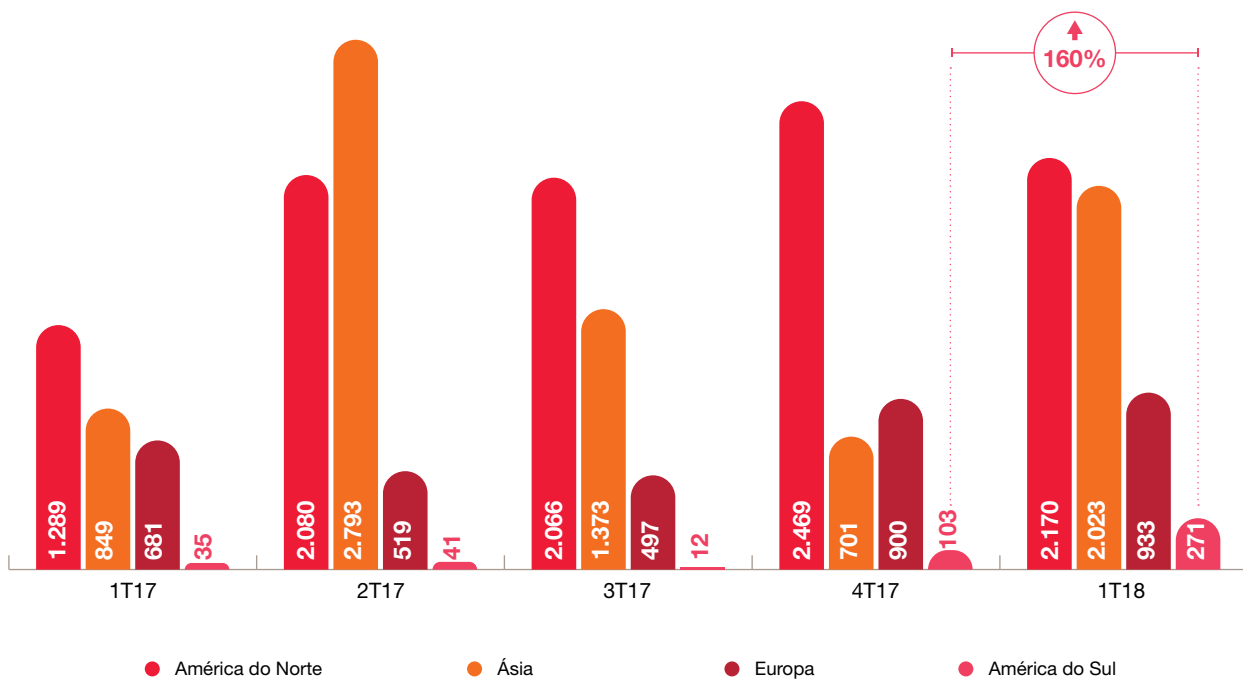
A criação de entidades de representação, como a ABFintechs, a Associação Brasileira de Criptoeconomia (ABCripto) e a Associação Brasileira de Crédito Digital (ABCD), para citar apenas algumas, é um esforço importante no sentido de conferir às empresas uma presença mais institucional no mercado, defender seus interesses perante órgãos reguladores e supervisores e conquistar a confiança dos consumidores.

Iniciativas de educação financeira também são relevantes para esclarecer melhor a população sobre os novos produtos e serviços. A FoxBit, por exemplo, faz palestras pelo Brasil e investiu na FoxBit Educação, uma plataforma de cursos on-line de curta duração sobre criptomoedas e *blockchain*.

## Relevância do mercado brasileiro

O Brasil é o país da América do Sul que tem o maior número de *fintechs*, com significativa vantagem sobre o México e a Colômbia (respectivamente, segundo e terceiro colocados), de acordo com dados da Finnovista. Novas ideias e empresas se proliferam no continente que menos recebe investimentos de *venture capital* em *fintechs* no mundo, segundo pesquisa da CB Insights.

### Investimentos de *venture capital* em *fintechs* por continente (em US\$ milhões)

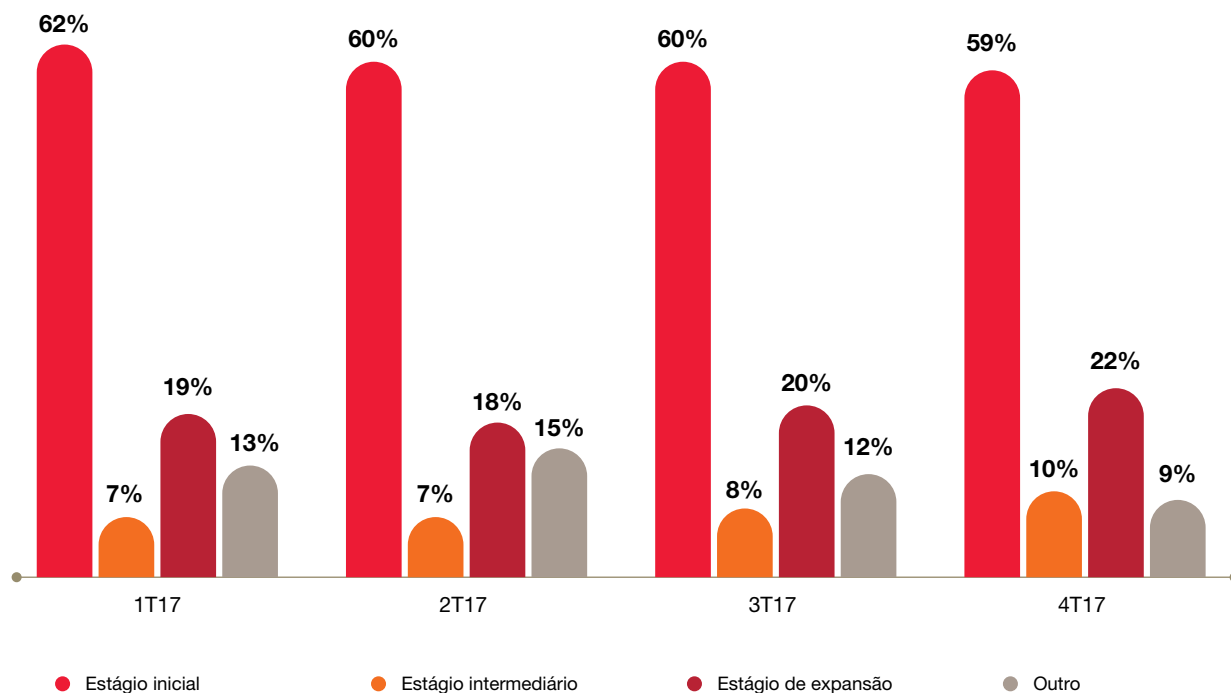


Fonte: CB Insights - Global Fintech Report Q1 2018

Como mostra o gráfico anterior, os empreendimentos da América do Norte e da Ásia atraem mais investimentos dessa modalidade no mundo, enquanto os da América do Sul historicamente recebem os menores valores. No primeiro trimestre de 2018, por exemplo, mesmo com um aumento acima de 160% em relação ao período anterior, o total de US\$ 271 milhões foi o menor registrado entre todos os continentes. A forte alta é justificada pelo investimento em uma só empresa, o Nubank, no valor de US\$ 150 milhões.

Os dados ressaltam o principal desafio citado pelos empreendedores para atrair capital: a falta de visibilidade dos seus negócios. Embora o mercado brasileiro seja fértil em novas ideias, consumidores e investidores ainda não têm pleno conhecimento das opções de *fintechs* disponíveis.

## Percentual de investimento por estágio da empresa



Fonte: CB Insights - Global Fintech Report Q1 2018

Segundo a CB Insights, os investimentos de *venture capital* em *fintechs* no mundo costumam ser feitos no estágio inicial da empresa (pré-operacional ou pós-concepção da ideia). Nos últimos anos houve um leve aumento nos investimentos em empresas mais maduras, mas a maior parte deles continua sendo feita nos estágios iniciais. No Brasil, no entanto, a realidade costuma ser diferente. Os empreendedores relatam dificuldades em atrair investidores dispostos a assumir os riscos do negócio. Em geral, eles se interessam por investir apenas depois que a empresa atinge o *break-even*.

Nossa pesquisa mostra que pouco mais da metade das empresas que já conseguiram atingir o equilíbrio financeiro não recebeu investimentos. Dessas, 17% não têm a intenção de procurar capital nos próximos 12 meses. Isso demonstra que há espaço para os investidores de capital de risco: empresas rentáveis e resilientes em um mercado com grandes oportunidades de expansão sem investimentos.

Uma alternativa a esse cenário pode estar no fomento estatal à inovação. Um exemplo desse modelo é Israel, que se tornou referência mundial e destinará US\$ 500 milhões em 2018 a investimentos em *startups* por meio de uma agência pública, a Autoridade de Inovação de Israel. Além de ajudar a promover a introdução de novas tecnologias em setores tradicionais da economia, ela atua como um verdadeiro fundo de *private equity* ou investidor anjo, em geral nos segmentos que o capital privado considera mais arriscados em termos de retorno de curto prazo, mas que podem ser essenciais à inovação no futuro.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Valor Econômico. "Sem recursos naturais, Israel aposta em inovação", 6/7/2018.

“No Brasil, o capital de risco é escasso e, como a oferta de investimento não é aquecida, as negociações demoram. Pode levar até 15 meses para o empreendedor ter acesso aos recursos. Nesse tempo, há *startups* que morrem tentando captar investimento. Outro aspecto que pode significar uma adaptação das *fintechs* a essa escassez é o fato de mais de 70% delas atuarem como B2B ou B2B2C, pois se atuassem como B2C o dispêndio de capital seria mais intensivo.”

Rodrigo Soeiro, presidente da ABFintechs e cofundador da Allgoo

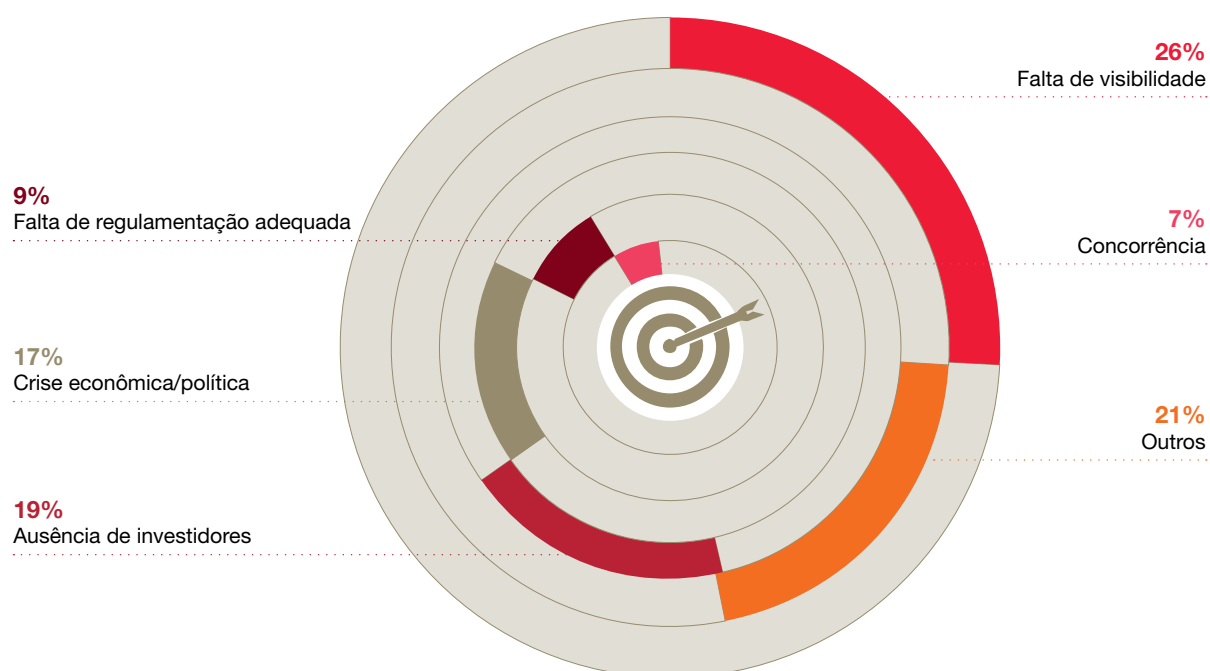
**57%**

*dizem ter recebido  
investimentos*



P: Quais os maiores desafios para obter capital?

## Percepção de valor sobre incubadoras e aceleradoras



Quase 40% das empresas não recorreram à colaboração de incubadoras e aceleradoras, e 75% não sabem ou não pretendem usar esse recurso no futuro. Os dados mostram que talvez exista espaço para aprimorar essas iniciativas no Brasil, tornando-as mais atraentes para um universo maior de *startups*, o que tende a produzir um impacto positivo para as *fintechs*.

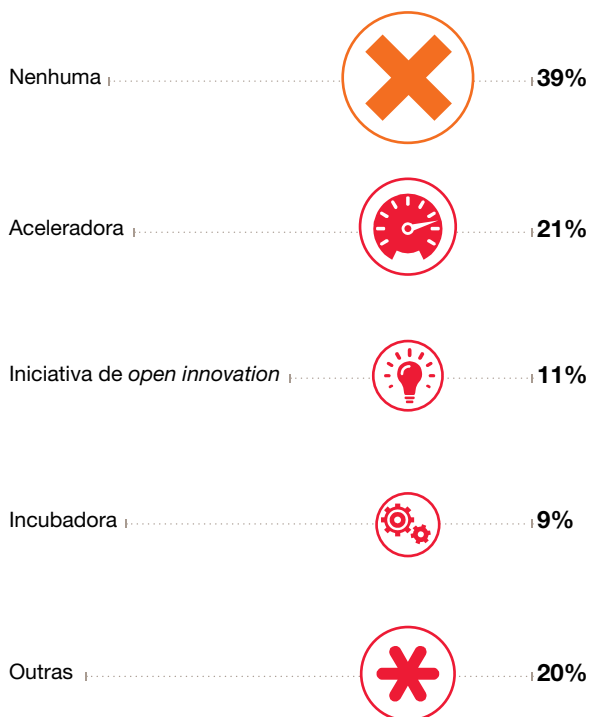
Possivelmente por serem profissionais experientes e qualificados, em sua maioria, esses empreendedores não percebiam como o uso desses recursos pode trazer de fato algum valor agregado. Além disso,

afirma Rodrigo Soeiro, presidente da ABFintechs, “as aceleradoras e incubadoras exigem no Brasil uma fatia maior do *equity* das empresas do que no exterior, o que tende a reduzir o apelo dessas iniciativas para os empreendedores”.

Entre as empresas que usaram alguma forma de colaboração, os motivos apontados para isso foram principalmente estabelecer relacionamentos ou validar modelo de negócios, ter acesso a *know-how* e buscar investimentos.

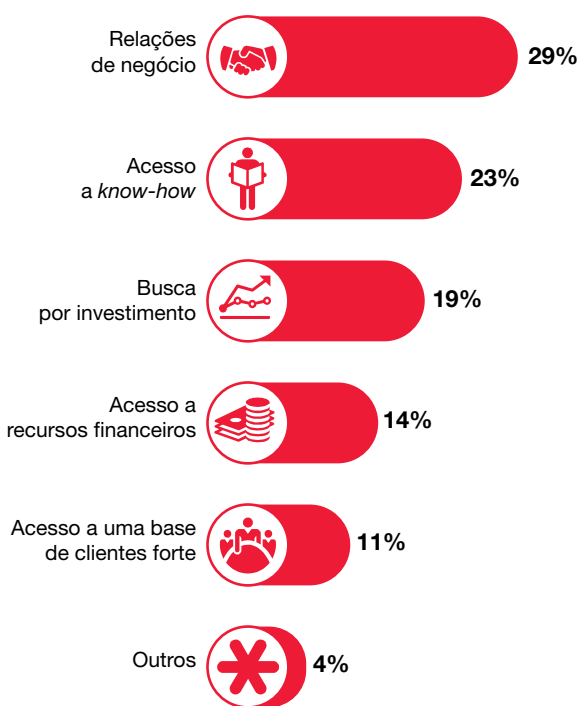
### Mais de um terço nunca recorreu a incubadoras ou aceleradoras

P: Quais das seguintes formas de colaboração trouxeram mais resultados para sua empresa?



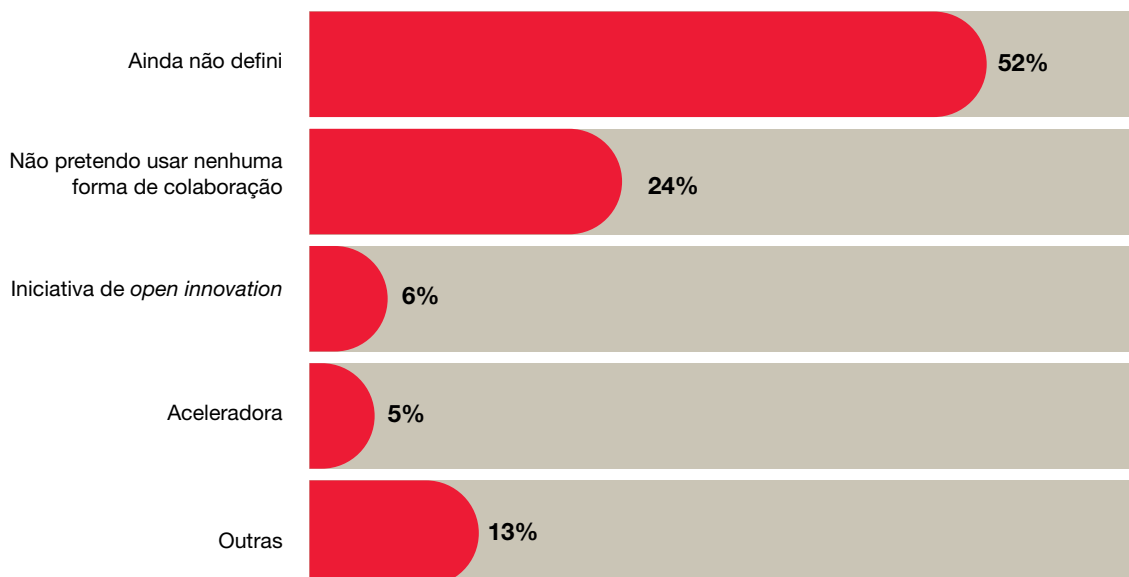
### Fazer relacionamento é o que mais atrai quem busca colaboração

P: Quais os principais motivos que o levaram a usar colaboração? (uma ou mais opções)



### Mais de metade não pretende usar colaboração

P: Você prevê usar alguma forma de colaboração no futuro? Qual?







## Regulamentação e burocracia

Uma em cada quatro *fintechs* pesquisadas cita dificuldades para cumprir as exigências do ambiente regulatório como uma barreira ao crescimento. A complexidade da legislação, principalmente a tributária, e a insegurança jurídica que ela gera afastam investidores e são uma barreira de entrada importante para qualquer novo empreendimento.

**“Esse segmento tem complexidades e exigências regulatórias bastante altas, o que em muitos casos leva as *fintechs* a fazer parcerias com instituições financeiras ou até se tornar uma delas. E quando você trabalha com uma instituição financeira, por mais que esteja digitalizando, automatizando processos, você precisa liquidar com essa instituição, que muitas vezes tem um legado tecnológico e operacional ruim. Isso tem um custo para a *fintech* e para o cliente, já que por trás você está engessado. No mercado europeu e no americano, tenho visto que se começa a dar às *fintechs* autorizações para que elas operem diretamente com o cliente sem se tornarem instituições financeiras, como aconteceu no Brasil no mercado de crédito e pagamentos. Nossa expectativa é que a regulamentação no nosso segmento também evolua.”**

---

Alexandre Liuzzi, cofundador e CSO da BeeTech

Em abril deste ano, um esforço positivo no sentido de modernizar a regulamentação foi a aprovação de novas regras de atuação para as *fintechs* no segmento de crédito em duas modalidades: Sociedades de Crédito Direto (SCD) ou Sociedades de Empréstimo entre Pessoas (SEP). Embora seja possível discutir melhorias nas novas regras, a iniciativa dá mais segurança tanto aos consumidores quanto aos interessados em investir nessas empresas.

Outra iniciativa importante de aproximação do regulador com o mercado das *fintechs* foi o lançamento do Laboratório de Inovações Financeiras e Tecnológicas (Lift) pelo Banco Central do Brasil (BCB), em maio deste ano, em parceria com a Federação Nacional das Associações de Servidores do Banco Central (Fenasbac) e com o apoio de empresas de tecnologia. Em um ambiente virtual, representantes da academia e do mercado vão colaborar para desenvolver inovações, trocar conhecimentos e avaliar os resultados dos seus experimentos.

Segundo o Relatório de Economia Bancária (REB) do BCB, a iniciativa demonstra a disposição da instituição de fomentar a inovação tecnológica no sistema financeiro do país e dará e subsídios à atuação do órgão nesse sentido.

“As oportunidades criadas durante esse processo transitório de inovação são mais bem aproveitadas – e seus ganhos mais bem distribuídos – se a atuação do regulador não é inibidora nem permissiva”, afirma o BCB no documento e complementa: “Os ganhos e os riscos associados ao fenômeno *fintech* não são inteiramente conhecidos, tampouco mensuráveis. Talvez assim continuem até que as inovações estejam assimiladas na rotina econômico-financeira da sociedade. Portanto, virtude da autoridade reguladora e supervisora será sempre o equilíbrio fundado na transparência, colaboração e rápida capacidade de resposta”.

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) segue linha de pensamento semelhante. “As inovações são muito bem-vindas, principalmente, quando vêm com o intuito de melhorar a relação entre todos os agentes do mercado – consumidores, empresas e corretores –, mas elas precisam caminhar alinhadas às diretrizes do setor de seguros, que é um mercado regulado”, afirma o superintendente da Susep, Joaquim Mendanha de Ataídes. Segundo ele, a instituição “tem buscado assumir uma agenda de protagonismo em relação a esse tema”.

No ano passado, a Susep criou uma comissão especial permanente dedicada a discutir a inovação no setor e as *insurtechs*. O grupo conta com a participação da diretoria e do quadro técnico da autarquia, além das principais entidades representativas do setor de seguros. “O objetivo é debater as melhores práticas nacionais e internacionais para o setor de seguros e discutir eventuais avanços na regulação”, afirma Ataídes, destacando que, como resultado dessas discussões, em dezembro do ano passado, o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) acatou o voto da Susep em relação a operações de seguros e previdência realizadas por meios remotos com a edição da Resolução CNSP nº 359 – um marco no uso de tecnologias digitais para a comercialização desses produtos.

Em conjunto com outros órgãos supervisores do Ministério da Fazenda, a entidade participa de um *sandbox* regulatório, o LAB (Laboratório de Inovação Financeira), lançado no ano passado pela Associação Brasileira de Desenvolvimento (ABDE), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Um dos quatro grupos de trabalho da iniciativa é dedicado às *fintechs*.



**“Apesar de existir uma série de iniciativas e dinheiro, a infraestrutura brasileira de inovação e empreendedorismo não tem um índice de produtividade à altura da demanda do mercado e da nossa capacidade. Falta orquestração e organização. Também falta proximidade da iniciativa privada com a academia. Ainda é muito difícil estabelecer programas de cooperação. Depois, temos problemas de acesso a recursos e burocracia. O dinheiro de fomento existe e é subsidiado, mas, para sobreviver, as empresas têm uma necessidade muito grande de captar recursos para capital de giro, para vender seus projetos, e o custo Brasil ainda é um obstáculo para atrair investimentos que nem todos conseguem superar.”**

---

**Dorival Dourado**, membro do conselho consultivo da ABFintechs e investidor em *startups*

Um esforço dos órgãos reguladores que facilitará a atuação das instituições financeiras de menor porte e das *fintechs* é a implantação da Nova Plataforma de Cobrança (NPC) de boletos, que visa a simplificação de serviços bancários.

Ela entrou em operação em julho de 2017 e deverá ser implantada por completo em novembro deste ano. Boletos de qualquer valor são registrados de forma centralizada, com informações como emissor, dados de cobrança e pagador, facilitando o controle e o cálculo automático de multas e encargos após o vencimento. A plataforma permite processar até 8 mil pagamentos por segundo, colabora para reduzir a incidência de fraudes e permite a emissão e o pagamento de boletos por instituições de menor porte.

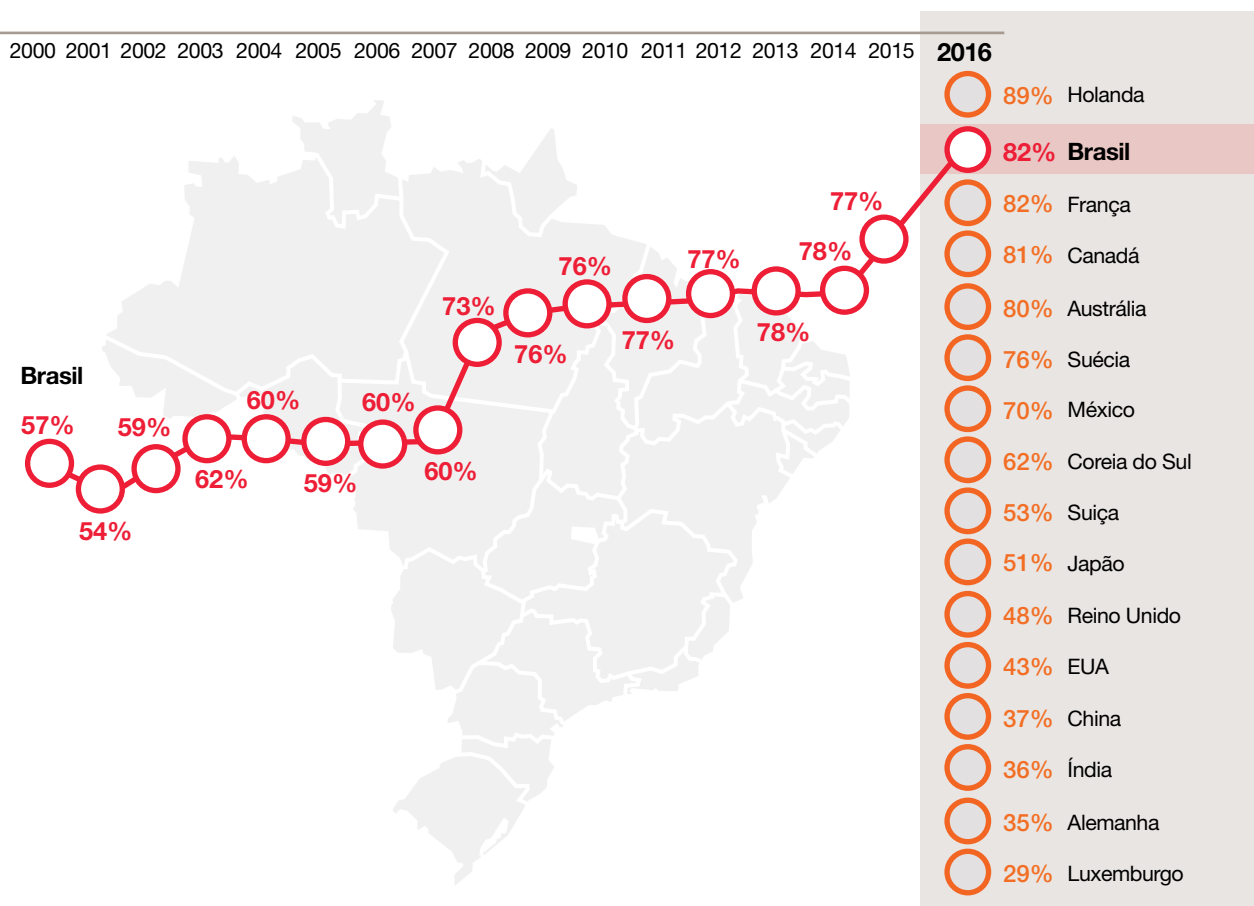
# Oportunidades e benefícios das *fintechs*

A tecnologia elimina intermediários e dá aos consumidores mais poder para tomar suas decisões. Como uma força descentralizadora, as *fintechs* atuam em nichos de mercado e pulverizam a oferta de serviços.

Embora muito desenvolvido, bem regulamentado e com alto nível tecnológico, o mercado bancário no país é altamente concentrado, um fator que naturalmente predispõe ao surgimento de ineficiências. Hoje, as cinco maiores instituições do país detêm 82% dos ativos financeiros, índice que coloca o Brasil entre os mercados mais concentrados do mundo.

## Evolução da concentração bancária no Brasil

Participação dos cinco maiores bancos no sistema (por percentual do total de ativos)



Fonte: Banco de Compensações Internacionais (BIS), dados de 2016.

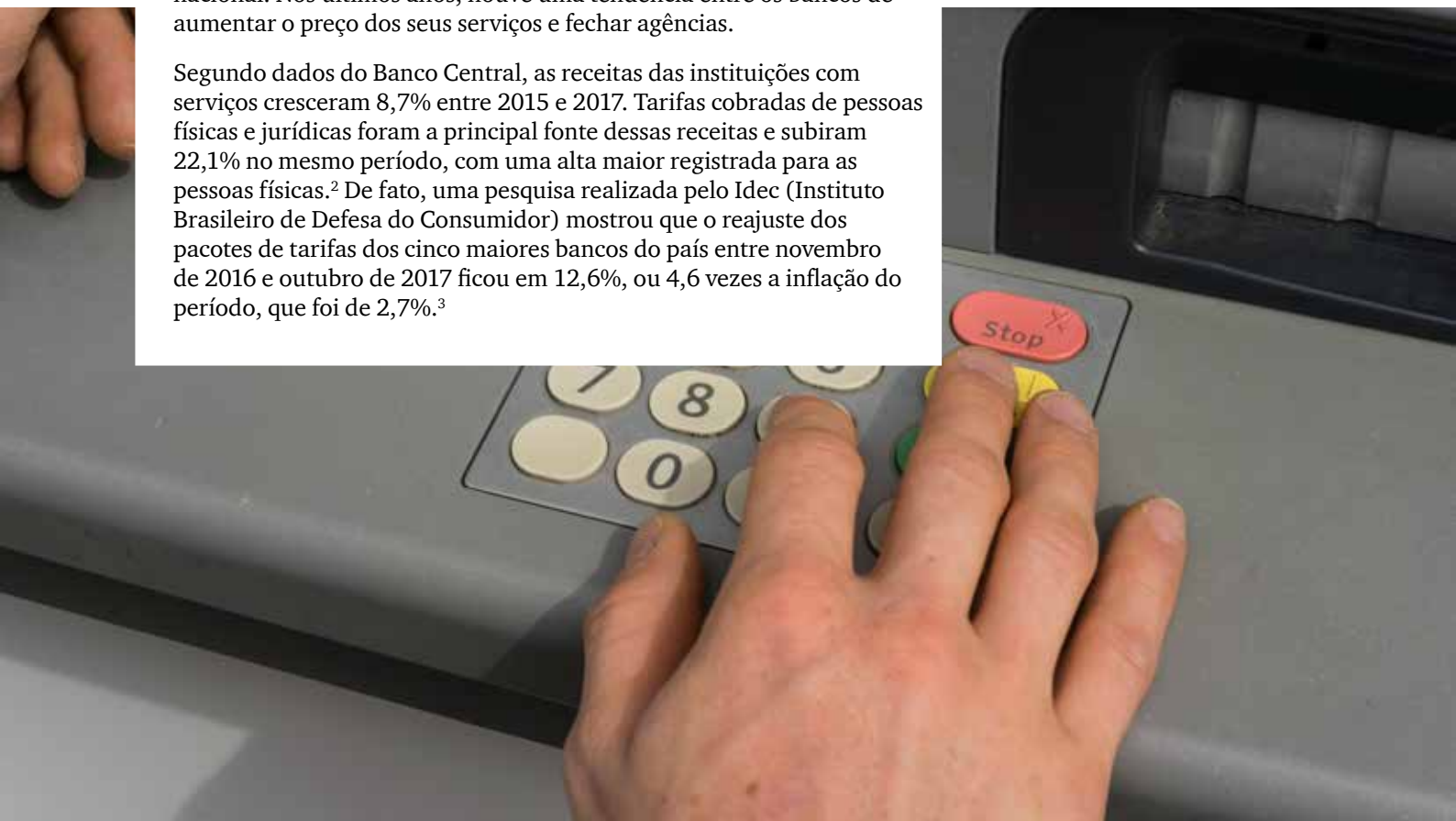
**“A visão da seguradora para produtos é baseada no que ela conhece do mercado e em suas estatísticas. A nossa tecnologia não olha o que existe, mas o que pode acontecer. Para mudar de vez esse mercado, o melhor caminho é a abertura do *sandbox* para testar novos modelos de seguros. Para uma seguradora no mundo de hoje, como é possível pensar fora da caixa estando dentro dela?”**

**Cristiano Maschio**, fundador da Next One, que transformou imobiliárias em canais de distribuição de seguros

## Custo e oferta de serviços

Tradicionalmente, o relacionamento das instituições financeiras com o público se baseou na existência das agências bancárias com alta capilaridade para distribuição de serviços em todo o território nacional. Nos últimos anos, houve uma tendência entre os bancos de aumentar o preço dos seus serviços e fechar agências.

Segundo dados do Banco Central, as receitas das instituições com serviços cresceram 8,7% entre 2015 e 2017. Tarifas cobradas de pessoas físicas e jurídicas foram a principal fonte dessas receitas e subiram 22,1% no mesmo período, com uma alta maior registrada para as pessoas físicas.<sup>2</sup> De fato, uma pesquisa realizada pelo Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) mostrou que o reajuste dos pacotes de tarifas dos cinco maiores bancos do país entre novembro de 2016 e outubro de 2017 ficou em 12,6%, ou 4,6 vezes a inflação do período, que foi de 2,7%.<sup>3</sup>

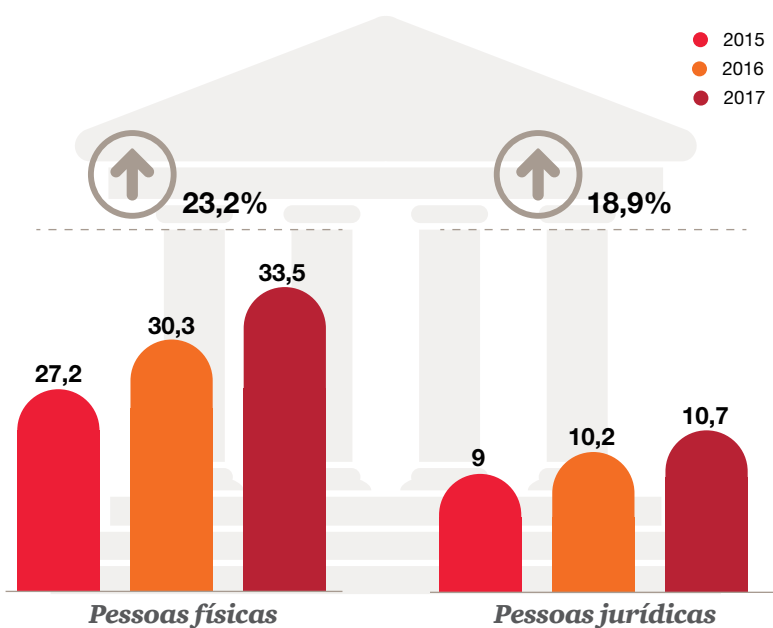


<sup>2</sup> Banco Central do Brasil. Relatório de Economia Bancária (REB) 2017.

<sup>3</sup> Idec. “Pesquisa do Idec mostra que tarifa bancária subiu bem mais que inflação”. <https://idec.org.br/idec-na-imprensa/pesquisa-do-idec-mostra-que-tarifa-bancaria-subiu-bem-mais-que-inflacao>



### Receitas dos bancos com tarifas (R\$ bilhões)

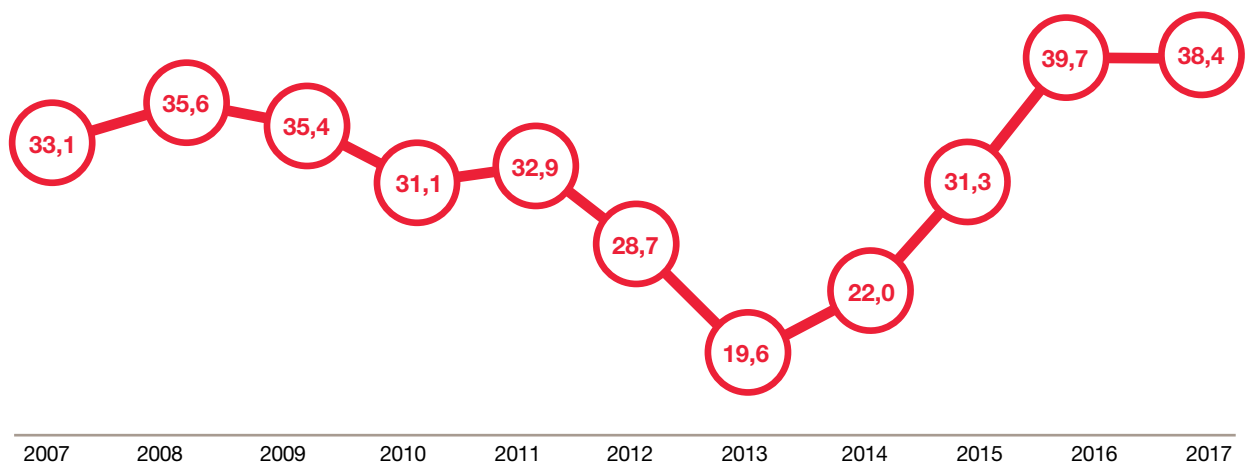


Em relação às operações de crédito, a melhora no cenário econômico e a redução da taxa básica de juros (Selic) ao longo de 2016 e 2017 contribuíram para reduzir os juros médios cobrados em empréstimos e o *spread* bancário (diferença entre os custos de captação e empréstimo). Mesmo assim, o Brasil continua no topo do ranking mundial de *spread*, atrás apenas de Madagascar, segundo dados do Fundo Monetário Internacional (FMI) compilados pelo Banco Mundial.

Fonte: Bacen, Relatório de Economia Bancária 2017



### Evolução do *spread* bancário no Brasil



Fonte: Banco Mundial, com base em dados do Fundo Monetário Internacional (FMI)

## Spread bancário no mundo



Fonte: Banco Mundial, países selecionados entre aqueles que fornecem dados de acordo com os parâmetros do Fundo Monetário Internacional (FMI).  
(\* ) Dados de 2016

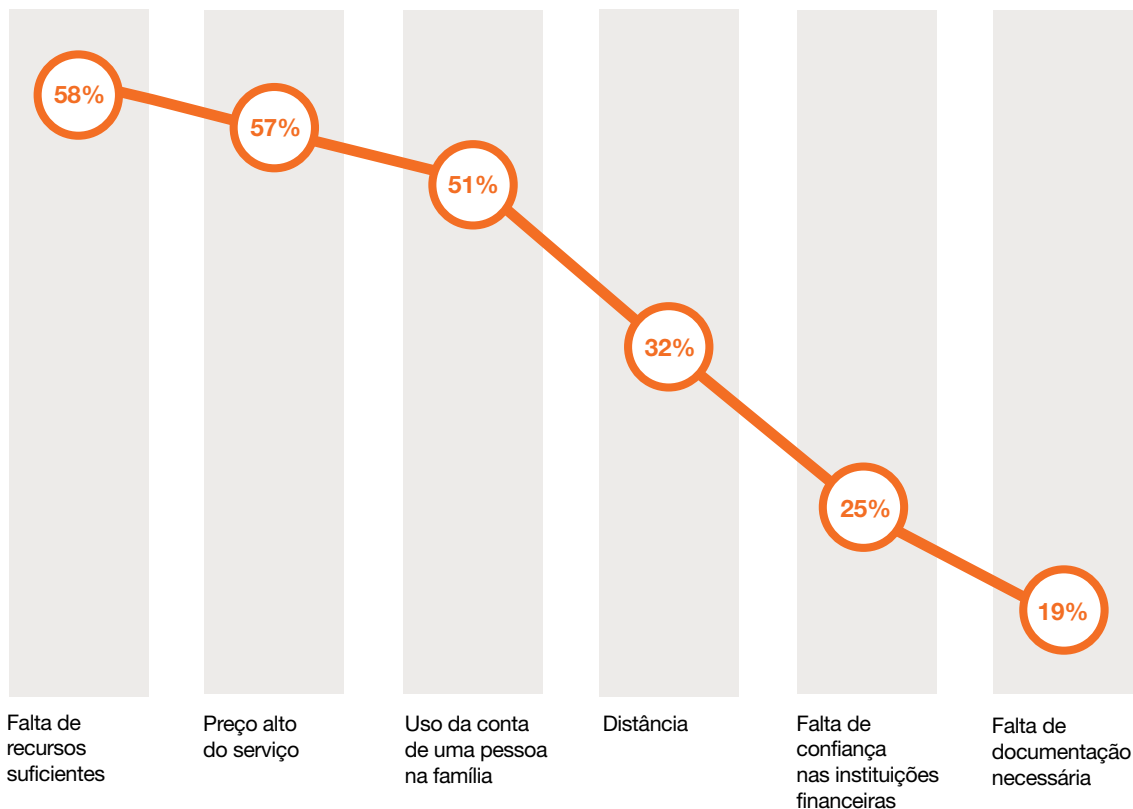




Atualmente, o Brasil tem cerca de 11 agências bancárias para cada grupo de 100 mil habitantes, contra, em média, 44 agências na Europa (região do euro) e 26 nos Estados Unidos. Nos estados do Norte e Nordeste do Brasil, esse índice cai para pouco mais de 6 agências.

Os dados revelam que, para o público de alta renda, o nível de penetração dos serviços financeiros no Brasil se aproxima do registrado em mercados mais maduros, mas ele diminui drasticamente para a população de baixa renda. De acordo com o Banco Mundial, embora a população sem acesso a serviços bancários represente menos de um terço dos adultos brasileiros, 58% dos desbancarizados estão entre os 40% mais pobres.<sup>4</sup>

### Por que os brasileiros não têm uma conta bancária



Fonte: Banco Mundial, 2017 Global Findex Survey

<sup>4</sup> Banco Mundial, 2017 Global Findex Survey. No Brasil, de acordo com a publicação, 70% da população acima dos 15 anos tinha conta bancária em uma instituição financeira em 2017, contra 68% em 2014.





## O cliente agora é *mobile*

A oportunidade para as *fintechs* está principalmente no avanço dos dispositivos móveis no país. Desde 2014, o Brasil tem mais linhas celulares do que habitantes. Segundo dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações, o país fechou 2017 com 236 milhões de linhas em operação para uma população estimada em 207 milhões de pessoas. Além disso, 60% da população desbancarizada do país tem celular ou acesso à Internet.<sup>5</sup>

Com seu modelo digital e acesso simplificado, aliado ao baixo custo de operação, essas empresas estão numa posição vantajosa para promover a inclusão da grande massa de pessoas que vive à margem do sistema financeiro ou que está insatisfeita com as instituições tradicionais.

A rápida penetração da tecnologia no país transformou radicalmente os hábitos dos consumidores. As transações bancárias via *mobile banking*, por exemplo, já representam um terço do total e crescem aceleradamente, de acordo com a Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária 2018. Em apenas um ano, a alta foi de 38%. Somados, *mobile banking* e *Internet banking* equivaleram a 57% de todas as transações realizadas pelos bancos em 2017. Mesmo com o aumento de 10% no volume de transações bancárias no país entre 2016 para 2017, a participação das agências físicas nesse volume caiu pela primeira vez desde 2011 – de 5,6 bilhões para 5,5 bilhões de transações, menos de 8% do total.

## Conexão com as novas gerações

Ao longo das próximas décadas, a riqueza mudará de mãos: US\$ 30 trilhões no mundo serão transferidos dos *baby boomers* para a geração do milênio até meados deste século. E é importante notar que dois terços desses jovens adultos costumam demitir seus assessores financeiros depois de receber uma herança.<sup>6</sup> Para manter conexão com esse grupo, as instituições financeiras precisam aprender a falar o idioma dele.

Usuários intensivos de *smartphones* e redes sociais, os integrantes da nova geração esperam soluções práticas e conexões diretas. Buscam transparência, conveniência e produtos e serviços facilmente acessíveis. Não cultivam fidelidade a marcas e são avessos à burocracia. Formam um grande bloco de consumidores disposto a compartilhar informações privadas e esperam, em troca, uma experiência personalizada a um custo baixo ou mesmo a custo zero. Em 2020, deverão corresponder a 50% da força de trabalho global.

No Brasil, que ainda tem uma parcela significativa de jovens na sua população, a mudança de comportamento do consumidor tende a ser acentuada. Segundo a pesquisa *Global Consumer Insights* da PwC, o percentual de participantes na faixa etária entre 18 e 34 anos que faz compras pelo menos uma vez por mês via *smartphone* saltou de 19% em 2013 para 48% em 2018. Além disso, 29% deles consideram a experiência de navegação em sites para dispositivos móveis fundamental para a compra, enquanto 28% usam meios de pagamento móvel, como o Apple Pay ou o Google Wallet, em suas compras.

<sup>5</sup> Idem.

<sup>6</sup> InvestmentNews Data. "The great wealth transfer is coming, putting advisers at risk". <http://www.investmentnews.com/article/20150713/FEATURE/150719999/the-great-wealth-transfer-is-coming-putting-advisers-at-risk>

## A geração conectada

Nativos digitais, valorizam a mobilidade e conexão e gostam de fazer parte de **comunidades on-line**.

**91%** dormem ao lado do smartphone.



O smartphone é sua primeira tela. O uso diário ultrapassa **6 horas**.

**88%** têm um perfil nas redes sociais e **65%** atualizam esse perfil diariamente.

A interação digital reduz a necessidade de proximidade dentro da própria família. Em média, eles mantêm uma rede de **200 a 300** contatos em diferentes canais.

### No Brasil



**2/3** dos jovens brasileiros da geração do milênio (entre 18 e 34 anos) fazem compras on-line pelo menos uma vez por mês – quase metade deles via smartphone.



**54%** buscam inspiração on-line para suas compras nas mídias sociais tradicionais e 39% usam as redes sociais visuais. Isso revela a importância do marketing viral e das avaliações positivas nessas plataformas para o sucesso de uma marca entre o público mais jovem.



**58%** não se incomodam que uma loja monitore seu padrão ou histórico de compras, desde que para fornecer ofertas personalizadas. Eles também esperam que o varejista tenha informações atualizadas sobre como é esse relacionamento em todos os canais disponíveis.

Para envolver esse público, os operadores tradicionais precisam assumir uma posição mais humana e passar mais credibilidade, usando as ferramentas digitais que fazem parte do cotidiano da nova geração.

De acordo com o Millennial Disruption Index, 53% desses usuários não acreditam que seu banco tenha ofertas diferenciadas, 71% preferem ir ao dentista do que ouvir o representante de um banco e um em cada três está aberto a mudar de banco nos próximos 90 dias. Do total, 73% ficariam mais entusiasmados com uma nova oferta de serviços financeiros de empresas como Google, Amazon, Apple, PayPal ou Square do que com oferta de um banco tradicional do seu país. Para crescer nessa base de clientes, será necessário fomentar um sentimento de conexão e propósito social.<sup>7</sup>

Os objetivos de poupança dessa geração são menos focados em acumulação de riqueza do que nas anteriores. Eles estão mais inclinados a poupar para viajar do que para garantir uma aposentadoria mais tranquila. Escolhas de vida como casamento e filhos são empurradas para frente, e a preocupação com a poupança demora mais a surgir.

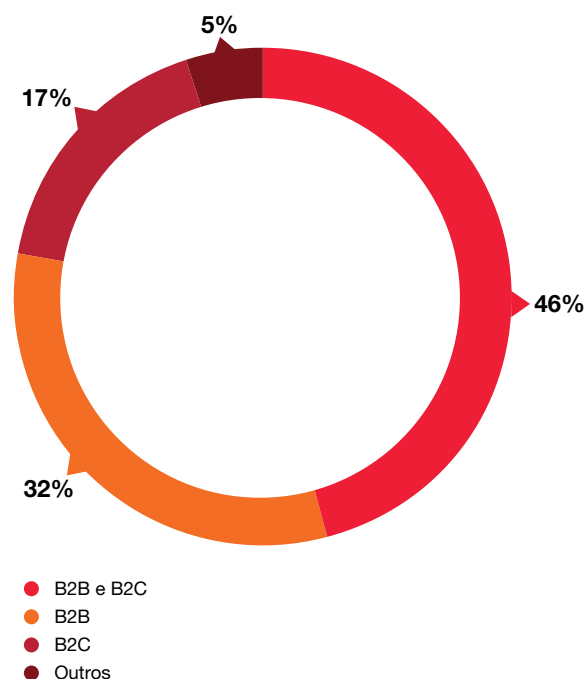
Oferecer uma melhor experiência de serviços por canais digitais, portanto, pode fazer a diferença. Se a geração do milênio passar a confiar em suas redes sociais e outros novos canais de gestão de riqueza, como robôs-consultores, por exemplo, ela não hesitará em dispensar o serviço dos consultores tradicionais.

## O poder das parcerias com os bancos

Nossa pesquisa mostra que, no Brasil, apenas 17% das *fintechs* atendem unicamente pessoas físicas (B2C). A esmagadora maioria dos participantes do estudo mira algum nicho corporativo que não é bem atendido pelos grandes bancos e seguradoras e tem como clientes também as próprias instituições financeiras.

### Empresas são clientes importantes

*P: Qual é o foco da sua fintech?  
(selecione apenas uma opção)*



<sup>7</sup> The Millennial Disruption Index. Viacom Media Networks. <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2015/08/milleniels.pdf>

Com soluções inovadoras de pagamentos, empréstimos e câmbio, entre outros produtos, as *fintechs* atraem sobretudo pequenas e médias empresas com uma experiência diferenciada de serviço. Mas elas também chegam para dar conta de um problema que aflige as instituições financeiras – a tecnologia antiquada dos legados. Com sua aposta no desenvolvimento aberto e em soluções *Software-as-a-Service* (SaaS), elas facilitam a integração de sistemas, racionalizam capacidades operacionais e avançam em direção à distribuição digital/móvel.

**“Vejo uma grande complementaridade na oferta de serviços de *fintechs* e grandes *players*. Como já nasceram sem legado, essas *startups* têm uma infraestrutura de processos diferente e conseguem trabalhar uma relação custo-benefício mais adequada. Esse é um segmento em que você atua muito por especialização. Há espaço para as empresas que têm uma competência diferenciada e especialidade em um determinado segmento fazerem melhor e mais barato.”**

**Dorival Dourado**, membro do conselho consultivo da ABFintechs e investidor em *startups*



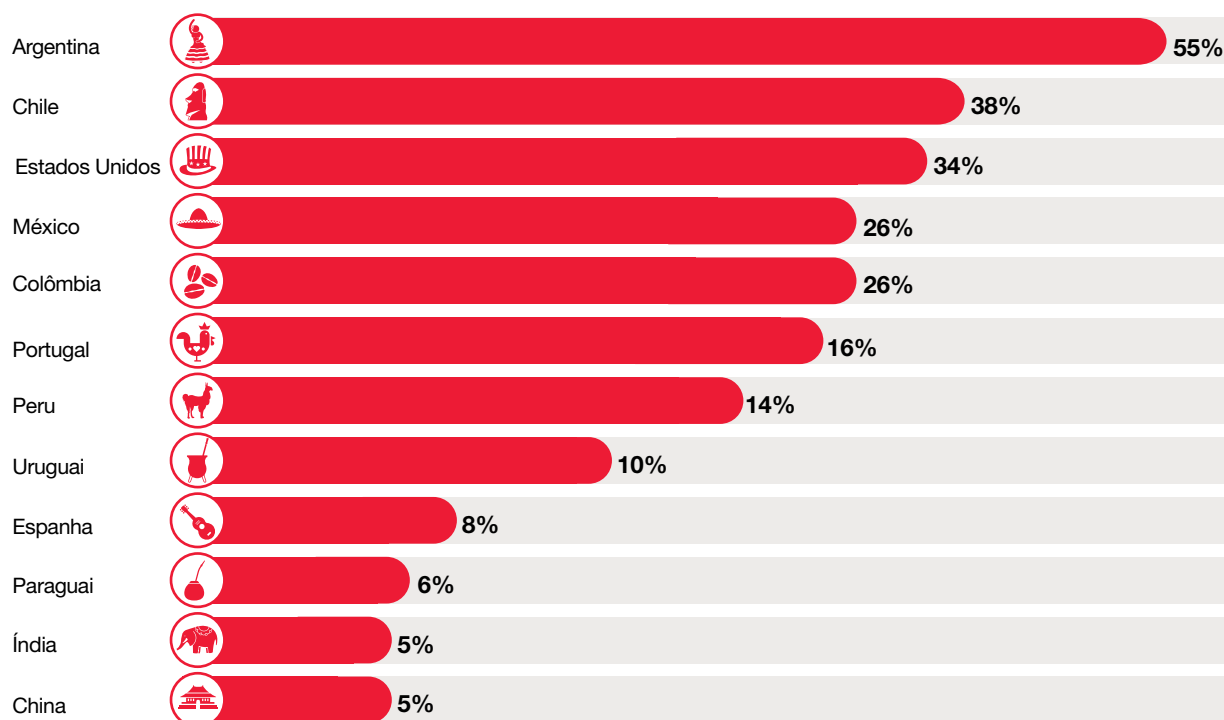
## Expansão internacional

Por afinidades culturais e de mercado, a América Latina é o principal alvo das fintechs que têm planos de internacionalização. Outros mercados, sobretudo por aspectos regulatórios, apresentam barreiras de entrada significativas para as empresas brasileiras.

Plataformas que consigam vencer essas diferenças estão em vantagem para ganhar o mercado externo. Outro possível entrave a projetos de internacionalização é o elevado custo da infraestrutura do país, que encarece as operações e reduz a competitividade das *fintechs* nacionais. Para aproveitar oportunidades no exterior, muitas delas precisarão se fixar lá fora.

### Principais países para expansão

P: *Você pretende atuar em outros países? Se sim, liste até três candidatos*



“Vejo oportunidades de expansão para as *fintechs* de meio de pagamentos no mercado internacional, mas não no curto prazo, principalmente para países que têm necessidades de bancarização. É o caso, por exemplo, dos países da América Latina, onde o sistema bancário é caro ou não atende bem.”

**Paulo Kulikovsky**, CEO da Acesso, *fintech* que emite, processa e gerencia cartões pré-pagos



# Tendências do setor

## Uma reinvenção tecnológica

Tecnologias que impulsionaram as *fintechs* até hoje não serão as mesmas no futuro

*Cloud*, *data analytics* e *mobile* são as principais tecnologias por trás das soluções fornecidas atualmente pelas *fintechs*. Mas essa realidade precisará mudar se essas empresas quiserem continuar aprimorando sua oferta de produtos e serviços financeiros. Para se desenvolverem no futuro, as participantes da nossa pesquisa querem dominar principalmente a inteligência artificial e o *blockchain*.

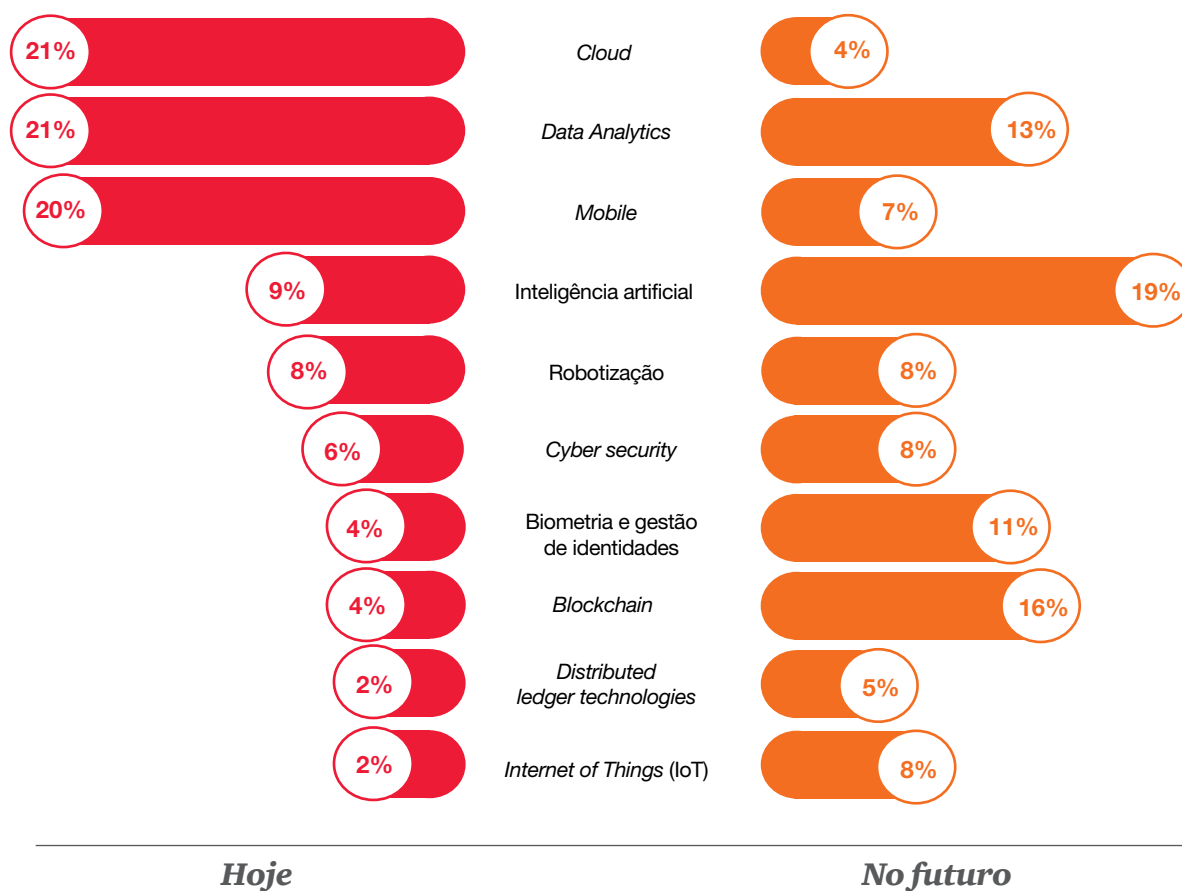
Serviços em nuvem e *mobile* estão se tornando commodities nesse segmento. Além disso, as instituições financeiras tradicionais também conseguiram aprimorar muito nos últimos anos a qualidade da experiência que oferecem aos seus clientes, um dos principais fatores de sucesso das *fintechs*.

Por meio de investimentos, parcerias ou aquisições, os grandes *players* avançam para fazer frente à competição estabelecida em alguns setores pelas *fintech*, sobretudo no de meios de pagamento. A reinvenção tecnológica será, portanto, essencial para assegurar a diferenciação de mercado das *fintechs* no futuro.

## Principais tecnologias hoje e querem e no futuro

P: Quais destas tecnologias a sua empresa domina atualmente?

P: Quais destas tecnologias a sua empresa planeja ter no futuro?

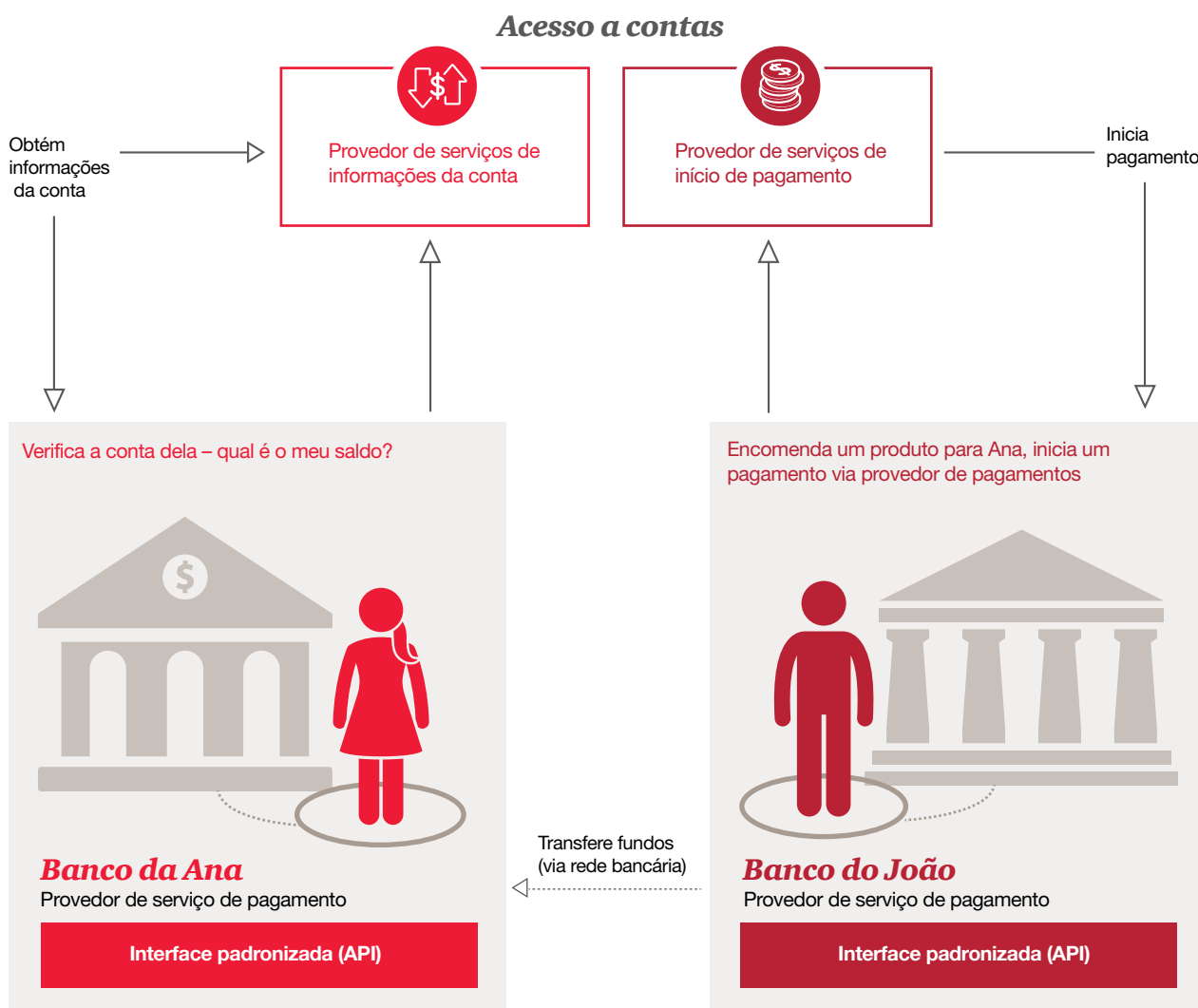


## Competição tende a aumentar com *open banking* e *BigTechs*

Muito mais poder de escolha nas mãos dos clientes

Com a distribuição dos serviços bancários migrando rapidamente dos canais físicos tradicionais para os digitais, o *open banking* (compartilhamento seguro de dados financeiros dos clientes para terceiros via canais digitais) representa uma grande oportunidade para as *fintechs*, que têm plataformas digitais maduras e abertas, além de custos baixos de aquisição de clientes. O modelo já funciona na Europa e na Ásia, mas ainda não há regulamentação específica sobre ele no Brasil.

A mudança incentiva os *players* do setor a buscar parcerias com *fintechs* cuidadosamente selecionadas ou a desenvolver APIs (interfaces de programação de aplicativos) públicas que facilitem a integração das plataformas digitais aos seus sistemas legados. Essas parcerias tendem a ser fatores importantes no sentido de promover sinergias que ajudem a construir uma rede de instituições financeiras e *fintechs* com ofertas de serviços adequadas.



Uma consequência natural dessa tendência será também o empoderamento ainda maior dos clientes. Ele deve fomentar a personificação de ofertas e o desenvolvimento de soluções que facilitem a escolha de serviços bancários. Saem na frente as *fintechs* que surgem para ofertar serviços simplificados a um público digital.

Os bancos tendem a aproveitar a confiança e a solidez de que desfrutam para atuarem mais como “guardiões de dados”. O consumidor poderia então compartilhar informações específicas sujeitas a uma pré-aprovação ou informações gerais de identidade para abrir ou acessar outros serviços.

O ambiente é propício para o desenvolvimento de plataformas que congreguem diferentes ofertas de serviços e produtos financeiros e estabeleçam uma conexão com empresas que hoje estão fora do sistema financeiro, transformando-as em novos canais de venda de produtos e serviços, como redes sociais, serviços de saúde, sites de viagem e varejo, entre outros.

É um movimento que tende a acelerar a entrada das *BigTechs* (Amazon, Google e Apple, entre outras) no segmento de serviços financeiros. Essas empresas têm marcas muito conhecidas, escala e uma base de clientes ampla e fiel – exatamente os maiores desafios enfrentados hoje pelas *fintechs*.

## Confiança é um ativo essencial

Segurança cibernética exige atenção antes de se tornar um problema urgente

CEOs da indústria de serviços financeiros em todo o mundo apontam os riscos cibernéticos como a principal ameaça ao crescimento das suas organizações, segundo a *21ª Pesquisa Anual Global com CEOs* da PwC. Entre as *fintechs* brasileiras, no entanto, apenas 13% mencionam a segurança da informação como um dos maiores desafios na gestão de suas empresas. A diversificação de canais, a disseminação dos serviços em nuvem e o avanço rumo ao *open banking* tendem a tornar a questão da segurança cibernética ainda mais desafiadora no futuro. É inegável que as novas tendências digitais trazem enormes benefícios para o consumidor, mas elas são acompanhadas de preocupações válidas quanto à segurança e à privacidade de dados que precisam ser cuidadosamente gerenciadas.

Uma vantagem competitiva das instituições financeiras tradicionais em relação aos novos *players* do setor é seu ambiente de controles maduro e altamente regulado, com um sólido sistema de governança interna que lhes confere um atributo de confiança maior que o das *fintechs*.

Além das preocupações comuns com violação de dados e acesso não autorizado, as empresas precisarão desenvolver modelos de autenticação seguros levando em conta as mais diferentes variáveis, como redes com wi-fi público, acesso via mobile ou desktop, diversos sistemas operacionais (Windows, Android, iOS etc.), bem como tipos específicos de APIs.

Será preciso identificar facilmente quem enviou um determinado conjunto de dados, por que razão e o que fez com eles. O objetivo é garantir que terceiros que não sejam instituições bancárias e que armazenam dados financeiros dos clientes protejam esses dados de forma adequada. O uso indevido significa um risco de reputação alto para todos os envolvidos, sejam eles do sistema financeiro ou não.

Esse cenário revela uma clara oportunidade de aplicação da tecnologia de *blockchain* para registro de transações, além de recursos de inteligência artificial para análise preditiva de comportamentos e prevenção a fraudes.





*Para evitar riscos reputacionais, o open banking exigirá um modelo seguro para identificar quais dados foram compartilhados com quem*

Os desafios são claros. Qualquer decisão de compartilhar dados por meio de APIs públicas, por exemplo, será uma decisão baseada em riscos. Além disso, os modelos econômicos talvez precisem ser revisados, a arquitetura de tecnologia pode mudar e os problemas de *compliance* precisarão ser reavaliados. É uma transformação radical, mas inevitável, impulsionada por mudanças no comportamento do consumidor, pela digitalização dos serviços financeiros e pela dinâmica da concorrência.

## O poder da destruição criativa

Depois de fragmentar serviços, *fintechs* se preparam para o *rebundling* de suas ofertas

As *fintechs* fragmentaram os serviços bancários oferecendo aos clientes produtos muito focados para atender às necessidades mais específicas deles. Foi o fenômeno que conhecemos como *unbundling*. Com isso, os clientes hoje não precisam mais depender apenas de um banco para satisfazer todas as suas necessidades financeiras. Eles podem escolher serviços especializados e com uma experiência superior. Mas o amadurecimento dessas empresas deverá levar naturalmente ao reagrupamento dos serviços financeiros em torno de poucos *players*, em uma tendência conhecida como *rebundling*.

Até hoje, o modelo de serviços bancários nunca foi, de fato, ameaçado por uma grande *fintech* com um leque completo de serviços. Com a tendência

de *rebundling*, no entanto, isso tende a mudar. Focadas em serviços específicos, as *fintechs* já começam a se aventurar em novos territórios, com ofertas de produtos e serviços diferentes. Se souberem aproveitar sua agilidade como empresas digitais para alcançar o sucesso com um portfólio amplo de produtos e serviços, elas estarão muito bem posicionadas para concorrer com os grandes *players* do setor.

“É bom lembrar, no entanto, que por trás de muitas *fintechs* de sucesso há um grande banco como parceiro e que, por isso mesmo, eles podem capitanear iniciativas de *rebundling* buscando uma diferenciação para os seus serviços”, afirma Luís Ruivo, sócio da PwC na área de consultoria em serviços financeiros.

Ele lembra que, em paralelo a essa tendência, o Brasil deve começar a assistir a uma concorrência maior com *fintechs* internacionais: “O mercado brasileiro de *fintechs* tem grandes oportunidades e passará por uma fase de amadurecimento, não só por suas características de concentração, população jovem e desbancarizada e *spread* elevado, mas pelo movimento de modernização da regulamentação do setor. É preciso se preparar para o *rebundling* e para a chegada dos *players* internacionais.”

**“O mercado brasileiro de *fintechs* tem grandes oportunidades e vive uma fase de amadurecimento, não só por suas características de concentração, população jovem e desbancarizada e *spread* elevado, mas pelo movimento de modernização da regulamentação do setor. É preciso se preparar para o *rebundling* e para a chegada dos *players* internacionais.”**

---

**Luís Ruivo**, sócio da PwC na área de consultoria em serviços financeiros

# Conclusão

Pela qualificação dos empreendedores brasileiros e aspectos históricos de desenvolvimento do nosso mercado, acreditamos que o Brasil tem condições de se tornar um importante *hub* para o consumo local e a exportação de tecnologia em serviços financeiros. Esse movimento depende de avanços em termos de regulações e incentivos, mas principalmente de um posicionamento mais estratégico das *fintechs* para se aproximarem de seus públicos consumidores e acelerarem a curva de adoção das novas soluções.

Esse movimento garantirá a elas a exposição necessária para influenciar as decisões de investidores e órgãos reguladores, pois demonstrará os ganhos que as *fintechs* podem trazer para a sociedade, seja em termos de maior equilíbrio entre oferta e demanda, seja na promoção do acesso a melhores serviços, seja na geração de novas oportunidades de desenvolvimento de negócios e serviços inovadores.

Em um cenário de disrupção acelerada como o que estamos vivendo, é difícil prever como o mercado evoluirá nos próximos anos, mas é forte a probabilidade de um movimento de consolidação entre as próprias *fintechs* ou entre grandes bancos e *fintechs*. Novas soluções disruptivas, como o *open banking* e o *blockchain*, e a entrada de *players* internacionais no mercado brasileiro devem provocar fortes turbulências no ambiente competitivo em um futuro próximo, diversificando ainda mais o mercado e eliminando agentes centralizadores.

Com esta pesquisa, que pretendemos repetir anualmente, iniciamos um trabalho de análise da atuação das *fintechs* brasileiras que consideramos essencial para o processo de amadurecimento e fortalecimento desse mercado. Nossa ideia, a partir de edições futuras, é ampliar e aprofundar a base de dados coletados para fornecer uma visão cada vez melhor das empresas de tecnologia financeira do país ao participantes desse mercado.

# Metodologia

A *Pesquisa Fintech Deep Dive 2018* foi realizada pela Associação Brasileira de Fintechs (ABFintechs) e a PwC com base nas respostas fornecidas em um questionário on-line encaminhado a representantes de empresas de tecnologia especializadas em serviços financeiros no Brasil. Entre 15 de fevereiro e 8 de junho de 2018, recebemos respostas de 224 *fintechs*. Realizamos algumas entrevistas em profundidade para entender melhor os desafios e o contexto de atuação dessas empresas no mercado brasileiro.

Nossa amostra inclui empresas de diferentes portes e setores. A análise dos dados foi realizada pelos especialistas da ABFintechs e da PwC. As respostas foram tratadas de modo estritamente confidencial e analisadas coletivamente. Nenhuma referência a empresas individuais é feita nos resultados ou na análise dos dados.

Agradecemos a todas as empresas que participaram da nossa pesquisa e aos empreendedores e investidores que participaram das entrevistas que ajudaram a aprofundar melhor o contexto de atuação das *fintechs* brasileiras.

## ABFintechs

Fundada em outubro de 2016, reúne 360 associados e representa as entidades que promovem as maiores inovações em serviços financeiros em prol da sociedade brasileira.

## PwC

Somos um *network* de firmas presente em 158 países, com mais de 236 mil profissionais dedicados à prestação de serviços de qualidade em auditoria e assecuração, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações.

# Referências

Banco Central do Brasil. *Relatório de Economia Bancária*, volume 1, nº 1, 2018.

Buch, C., and Dages, G. *Structural changes in banking after the crisis the nature of regulatory capital requirements*. Basileia, Suíça: Committee on the Global Financial System, Bank for International Settlements, 2018.

CB Insights , *Global Fintech Report Q1*, 2018

DataSebrae, “Perfil dos empreendedores”. <http://datasebrae.com.br/perfil-dos-empresarios/>

Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar, and Jake Hess. 2018. *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1259-0. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

Global Entrepreneurship Research Association (GERA). 2017/18 *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*.

InvestmentNews Data. *The great wealth transfer is coming, putting advisers at risk*. <http://www.investmentnews.com/article/20150713/FEATURE/150719999/the-great-wealth-transfer-is-coming-putting-advisers-at-risk>

PwC, *21st CEO Survey: Banking and capital markets*. <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2018/pwc-banking-capital-markets-ceo-survey.pdf>

PwC, *Global Consumers Insights Survey*, 2018. <https://www.pwc.com.br/pt/setores-atividade/varejo-consumo/gcis2018.html>

PwC, *Global Fintech Report 2017 – Redrawing the Lines: Fintech’s Growing Influence on Financial Service*, 2017.

PwC, *Opening the bank for a new era of growth*, junho/2018. <https://www.pwc.com/us/en/financial-services/publications/assets/pwc-fs-digital-open-banking.pdf>

Febraban, *Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2018*.

Viacom Media Networks. *The Millennial Disruption Index*. <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2015/08/millennials.pdf>

# Contatos

## **Alvaro Taiar**

*Sócio e líder de Serviços Financeiros*

+55 (11) 3674 3833

alvaro.taiar@pwc.com

## **Luís Ruivo**

*Sócio e líder de Consultoria em Serviços Financeiros*

+55 (11) 3674 2620

luis.ruivo@pwc.com

## **Ricardo Neves**

*Sócio e líder de Mercados de Consumo*

+55 (11) 3674 3577

ricardo.neves@pwc.com

## **Sérgio Alexandre**

*Sócio de Consultoria*

+55 (11) 3674 3843

sergio.alexandre@pwc.com

## **Eduardo Kimura**

*Sócio de Consultoria em Serviços Financeiros*

+55 (11) 3674 2411

eduardo.kimura@pwc.com

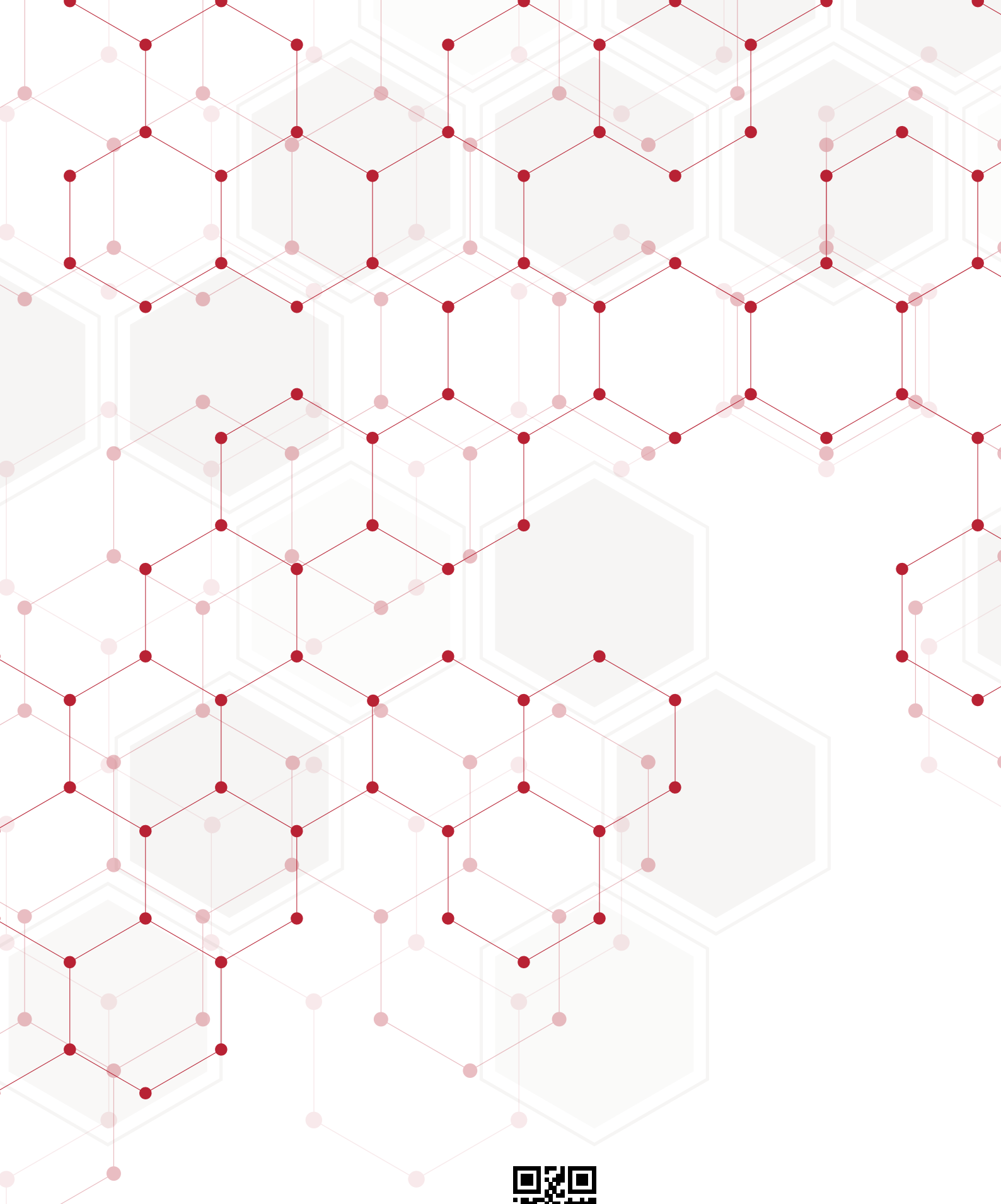
## **Catarina Lyra**

*Gerente de Consultoria em Serviços Financeiros*

+55 (11) 3674 2769

catarina.lyra@pwc.com





Neste documento, "PwC" refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)

© 2018 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.