

Pesquisa Fintech

Deep Dive 2019



ABFIN
TECHS

associação brasileira de fintechs

Apresentação

É com grande satisfação que apresentamos a segunda edição anual da nossa **Pesquisa Fintech Deep Dive**, que traça um perfil do ecossistema de inovação e empreendedorismo no segmento de serviços financeiros do País. Nosso levantamento deste ano, feito em parceria com a ABFintechs, incluiu 205 fintechs de diferentes setores de atuação.

Graças ao rápido avanço da tecnologia, que tem eliminado importantes barreiras de entrada importantes a novos *players* nesse mercado, cerca de três novas fintechs surgem, em média, no Brasil todos os meses, considerando apenas a amostra estudada nesta nossa pesquisa. Essas empresas estão oferecendo experiências inovadoras a custos reduzidos a uma ampla gama de consumidores, muitos dos quais não eram atendidos pelas instituições financeiras tradicionais.

Mobile, data analytics, inteligência artificial, robótica, Internet das Coisas, todos esses avanços estão transformando por completo a experiência das pessoas no uso de produtos e serviços financeiros que têm se tornado muito mais convenientes, personalizados e intuitivos. Nesse cenário, o leque de oportunidades de negócios para as fintechs brasileiras é imenso, mas, com elas, surgem também novos riscos que precisam ser bem dimensionados e gerenciados.

Este relatório explora o cenário atual das fintechs no Brasil e as tendências que definirão os prováveis vencedores nesse mercado nos próximos anos, trazendo informações que podem ajudar essas empresas a se colocar em melhor posição para liderar a transformação dos serviços financeiros para o consumidor.

Desejamos a todos uma boa leitura!



Lindomar Schmoller
Sócio e líder de
Serviços Financeiros
PwC Brasil



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

O crescimento do número de fintechs, ano após ano no Brasil, comprova o interesse do público por meios alternativos, mais modernos e menos complexos de lidar com o dinheiro. Na ABFintechs, por exemplo, representamos atualmente 360 empresas nesse mercado, um aumento de mais de 10% em relação à quantidade de associados do ano passado.

Nesta segunda edição anual da **Pesquisa Fintech Deep Dive**, elaborada em parceria com a PwC Brasil, nosso foco continua sendo produzir informação de qualidade sobre o ecossistema de fintechs no País para dar segurança às decisões de investidores, empreendedores e reguladores em um mercado movido por transformações amplas e aceleradas.

Este ano nossa pesquisa contou com a participação de 205 empresas dos mais variados segmentos de serviços financeiros. Elas nos ajudaram a traçar o retrato de um setor que está investindo em tecnologia de ponta para criar negócios inovadores, revolucionar a experiência do consumidor e ampliar o acesso da população a produtos e serviços financeiros com custos reduzidos.

Agradecemos aos empreendedores que responderam ao questionário da pesquisa ou concederam entrevistas para a elaboração deste relatório. As informações por eles fornecidas nos ajudam a ampliar a visão sobre a inovação em serviços financeiros no País e a cumprir nossa missão de garantir que o maior número possível de fintechs se torne realidade como negócio.

Bernardo S. Pascowitch
Diego Perez
Ingrid Barth
Mathias Fischer
Paulo Deitos Filho
Diretores
ABFintechs

Conteúdo





Principais mensagens



01

Cresceu de **6% para 10%** a participação dos **bancos digitais** na pesquisa, passando do quinto para o terceiro lugar no ranking de segmentos representados.



02

Mais de R\$ 1 milhão por ano é o faturamento de **38%** das empresas participantes. Quase metade do total emprega apenas **10 pessoas**.



03

43% das participantes atuam em meios de pagamento ou crédito.



04

48% dobraram de tamanho em 2018. Percentual semelhante espera fazer o mesmo em 2019.



05

47% não receberam investimento e **43%** apontam a dificuldade de obter recursos como principal barreira à gestão do negócio.

O que são fintechs?

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 necessidade do cliente.



06

56% não recorreram a iniciativas de colaboração e 50% não sabem se devem usá-las.



07

O interesse crescente por **inteligência artificial, biometria e internet das coisas** aponta para transformação na experiência do consumidor de serviços financeiros, com plataformas mais intuitivas e maior personalização.



08

Baixo foco em **cibersegurança e governança de dados** é fonte de riscos.



09

Obter recursos humanos qualificados e alcançar a escala necessária para a operação continuam sendo as principais barreiras à gestão das fintechs.

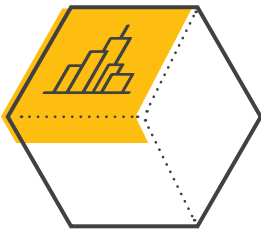


10

As *insurtechs* pesquisadas estão principalmente no início de suas operações e representam a principal vertical em estágio de produto viável mínimo (MVP, na sigla em inglês).



Perfil das participantes



205

empresas



8%

estão na fase de idealização ou desenvolvimento de um produto viável mínimo (MVP, na sigla em inglês), sem clientes e em processo de validação



62%

estão em fase de início de operação (com clientes e faturamento abaixo de R\$ 5 milhões)

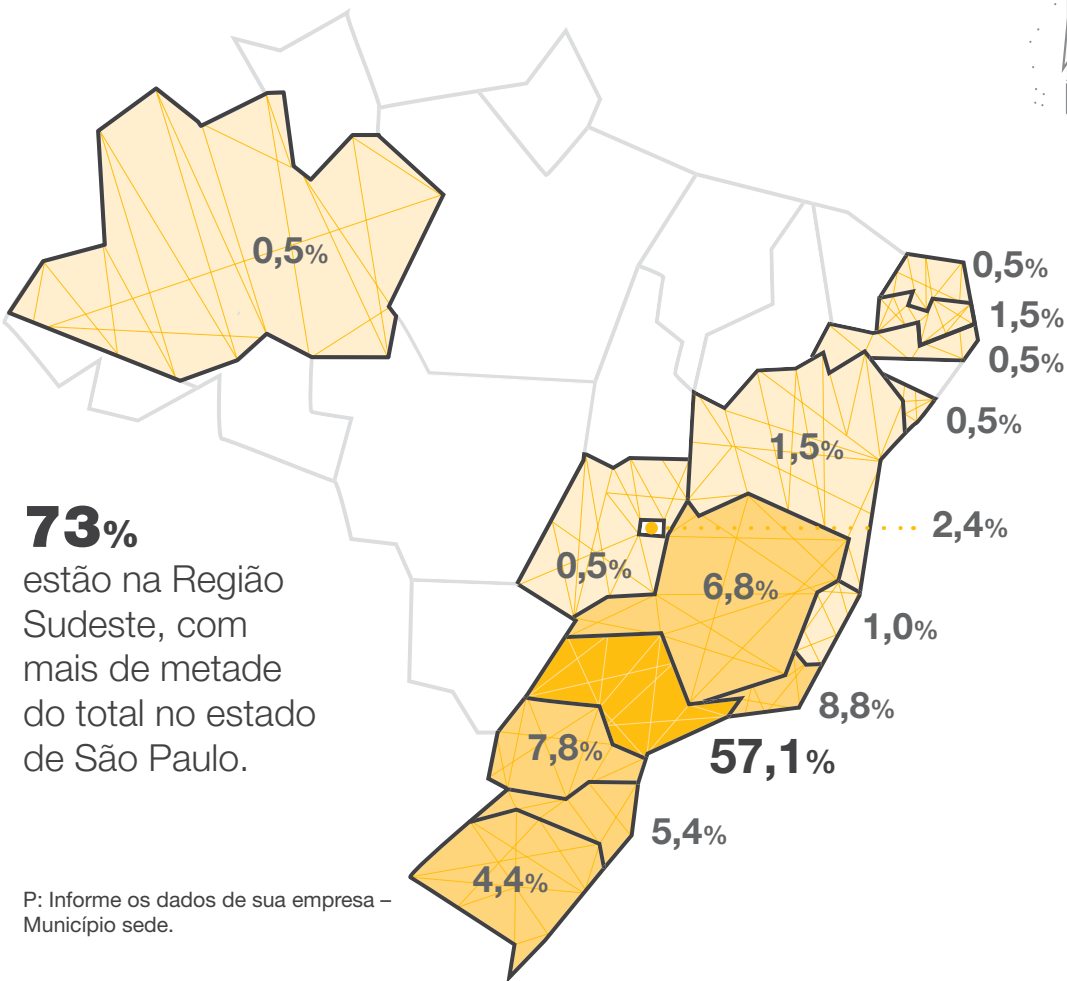


30%

estão em expansão ou consolidação (têm clientes, já estão validadas pelo mercado e faturam acima de R\$ 5 milhões ou R\$ 20 milhões, respectivamente)

Na pesquisa anterior, esses percentuais eram de 8%, 51% e 41%, respectivamente. Há uma concentração maior da amostra deste ano em empresas em início de operação.

Localização





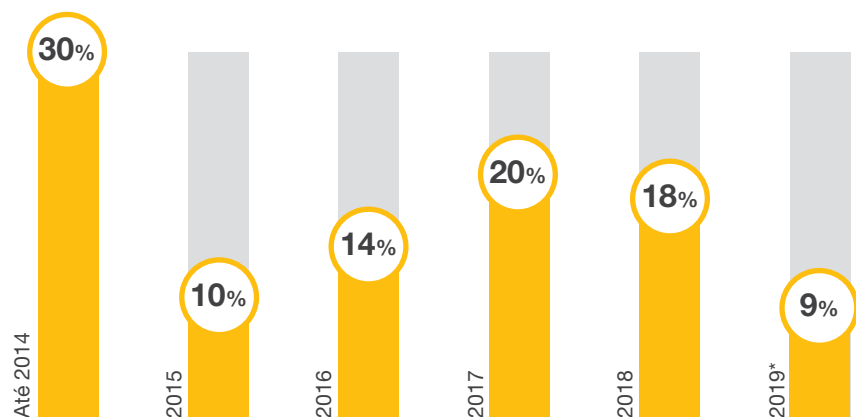
84%

dos clientes têm acesso ao sistema bancário tradicional

Jovens e enxutas

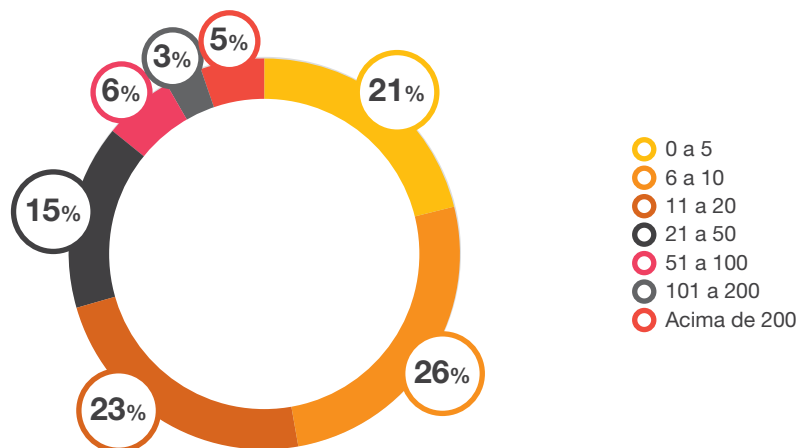
Cerca de 70% das empresas foram fundadas há menos de cinco anos e empregam até 20 pessoas (em 2018, eram 69%). As fintechs com mais de 200 funcionários se concentram nos segmentos de meios de pagamento, bancos digitais e seguros. Todas oferecem serviços atualmente disponíveis no sistema financeiro.

Ano de fundação



P: Informe os dados de sua empresa – Data de fundação. / *Até setembro/2019

Número de funcionários



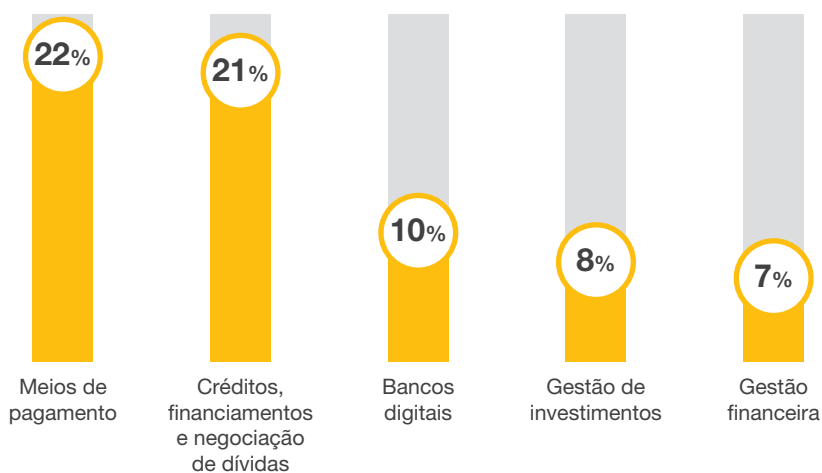
P: Qual a quantidade de funcionários da sua fintech?

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

Mais de metade das empresas atua em apenas três segmentos

Meios de pagamento e crédito continuam sendo os setores que atraem mais empresas. Este ano, a vertical de bancos digitais ganhou mais projeção e saiu do quinto para o terceiro lugar na nossa amostra.

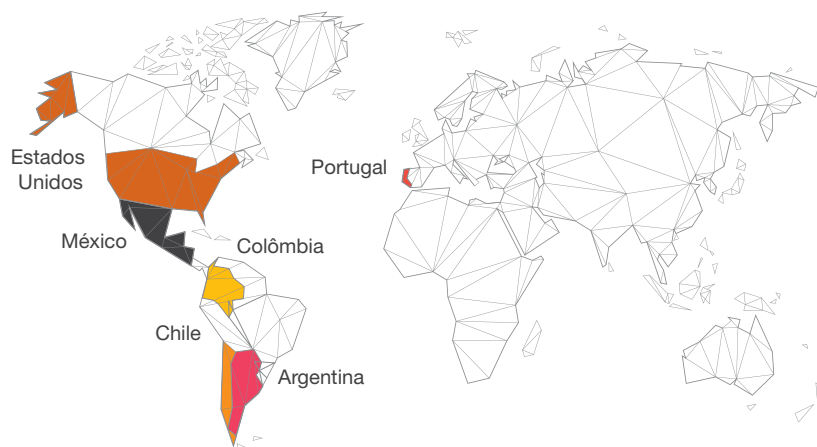
Principais setores de atuação



P: Qual a principal vertical financeira/segmento em que sua fintech atua? (selecione apenas uma opção)

Atuação internacional

Do total, 63% das empresas participantes da pesquisa já atuam ou pretendem atuar em outros países. As opções mais citadas para expansão internacional são destacadas no mapa a seguir.



P: Você atua ou pretende atuar em outros países? Em caso afirmativo, liste até três países.

Comunicação com os consumidores

Os meios eletrônicos predominam como canais de contato com os clientes.



P: Ordene os canais preferenciais de contato com o cliente utilizados pela sua empresa. Respostas: participantes que indicaram o canal como prioritário.

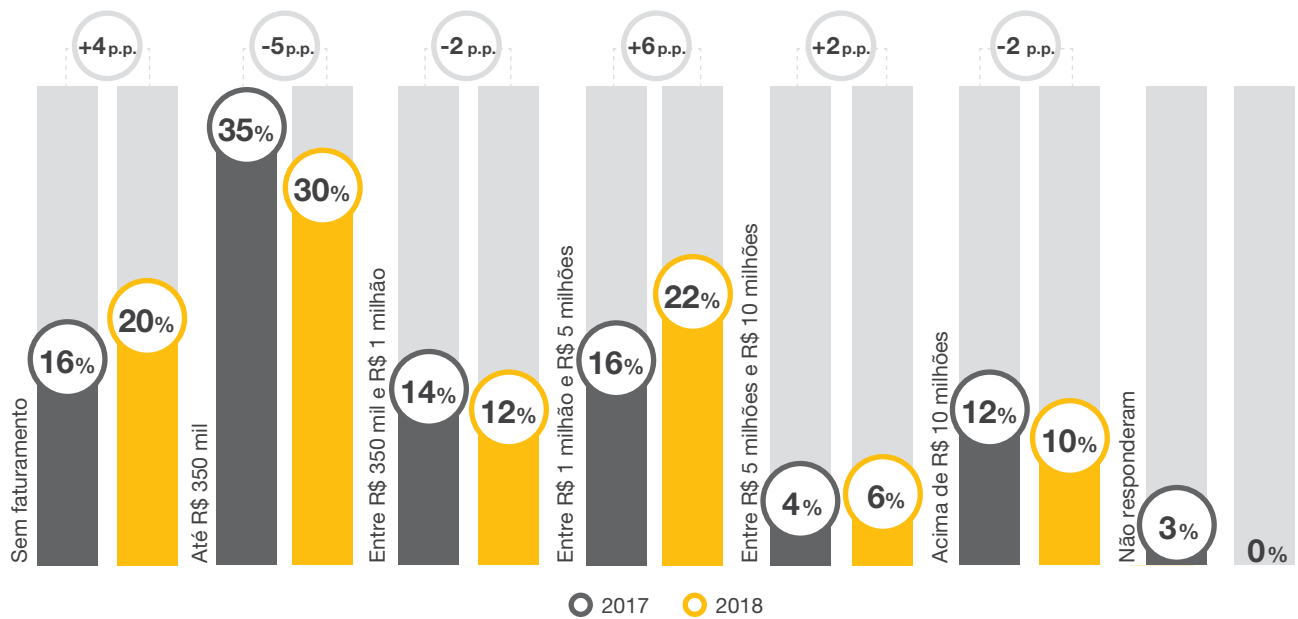


Informações financeiras

As fintechs com receita bruta de até R\$ 350 mil continuam predominando na nossa pesquisa, mas cresceu o percentual das que faturam entre R\$ 1 milhão e R\$ 10 milhões. A faixa acima de R\$ 10 milhões caiu, no entanto, 2 pontos percentuais.

Em ritmo acelerado

Receita bruta



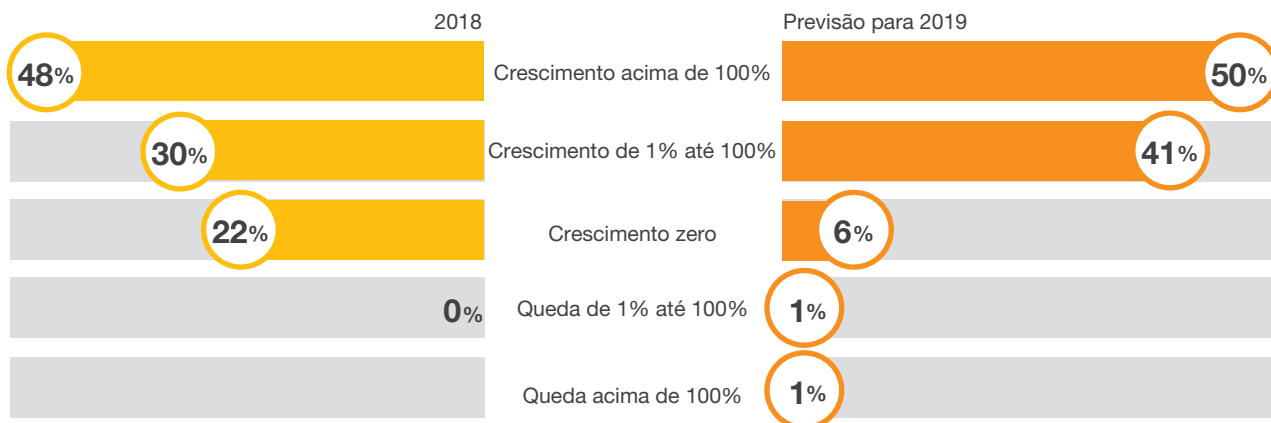
P: Qual foi seu resultado de receita bruta?



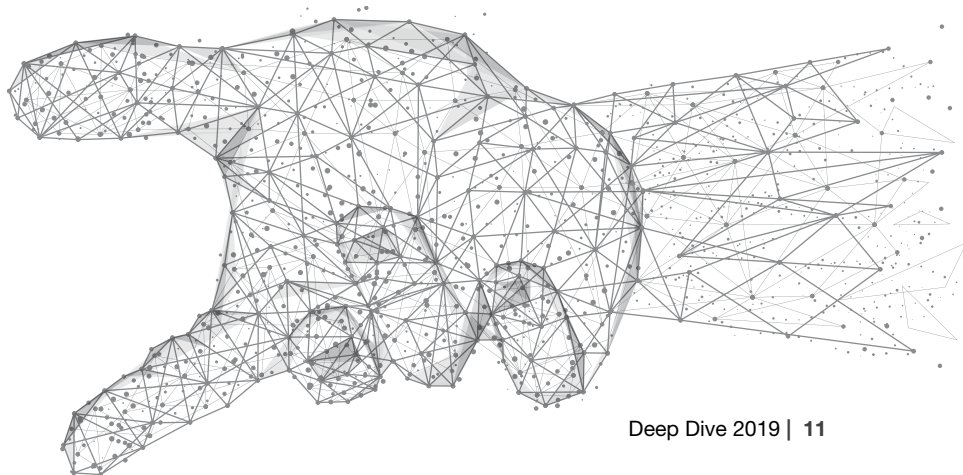
Quase metade das empresas mais do que dobrou de tamanho em um ano (aumento da receita bruta acima de 100%). Um percentual um pouco maior espera fazer o mesmo em 2019.

Os dados ajudam a explicar uma tendência observada no Global Fintech Report 2019, uma análise feita pela PwC sobre o avanço das tecnologias financeiras em todo o mundo. Segundo a publicação, as empresas brasileiras se mostram mais otimistas que as de outros países em relação às oportunidades trazidas pelas novas tecnologias financeiras: 73% acreditam fortemente que as fintechs proporcionarão crescimento de receita nos próximos dois anos, em comparação, por exemplo, com 47% nos EUA e 41% no Reino Unido.

Crescimento

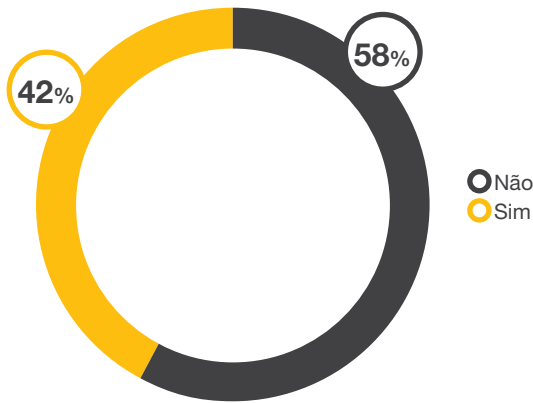


P: Qual foi o crescimento da receita bruta comparado a 2017? (Selecione apenas uma opção) / Qual é a sua expectativa de crescimento da receita bruta para 2019?





Já atingiu o *break-even*?



P: A empresa já atingiu o *break-even point*?

Ao todo, 42% das fintechs participantes atingiram o *break-even*, contra 39% no ano anterior. O aumento é pequeno, mas positivo, considerando que a amostra tem uma concentração maior de empresas em início de operação. Além disso, entre as participantes da pesquisa que não atingiram o *break-even*, apenas 11% estão nas fases de expansão e consolidação.

No entanto, como mostra o gráfico a seguir, entre 2018 e 2019, caiu muito o percentual das empresas que esperam atingir o ponto de equilíbrio financeiro em até dois anos. Ao mesmo tempo, a parcela das que não sabem quando conseguirão fazê-lo aumentou de 2% para 5%.

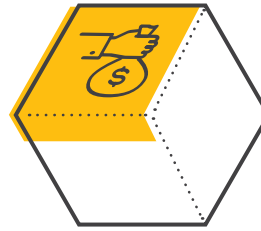
Expectativa de *break-even* em dois anos



P: Quando você espera atingir o *break-even*? Resposta: Nos próximos dois anos.

A corrida por investimentos

Entre as empresas que captaram recursos:



48%
participaram de mais de uma rodada de investimentos



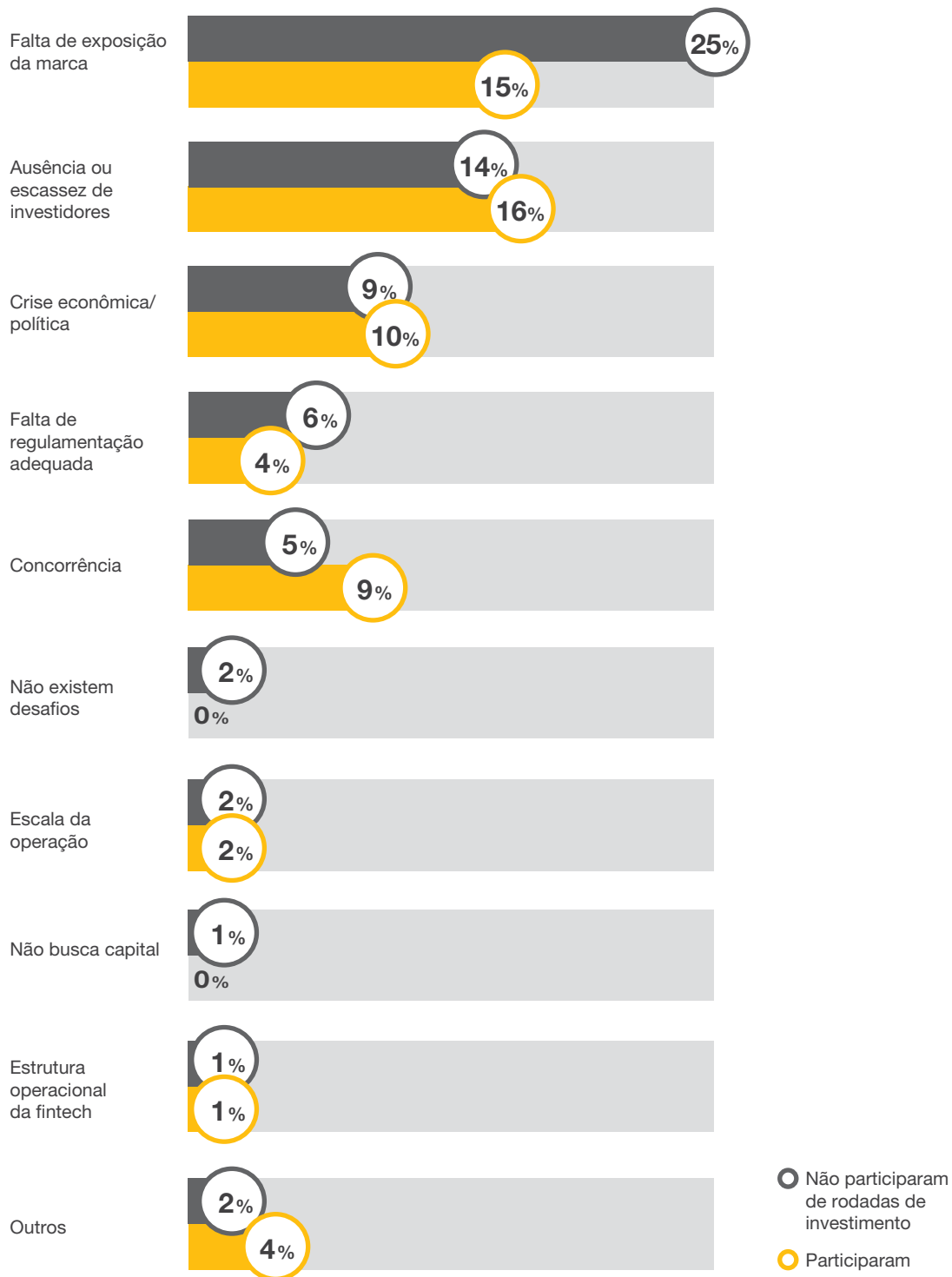
30%
obtiveram recursos internacionais

Quase metade das fintechs participantes não receberam investimento, problema que é apontado como terceira principal barreira à gestão dessas empresas (por 43% dos participantes).

Na edição anterior, o percentual das empresas que não haviam conseguido captar recursos era pouco menor (41%) – e essa barreira aparecia em quarto lugar na lista, com 29%. A diferença pode ser motivada pela maior concentração de empresas em início de operação na amostra deste ano.

A participação em rodadas de investimento beneficiou os segmentos mais ativos: crédito, gestão de investimento e meios de pagamento. Para metade das empresas da amostra que não participaram das rodadas (25% do total de participantes), a falta de exposição da marca é o principal desafio para obter capital.

Principais desafios para obter capital

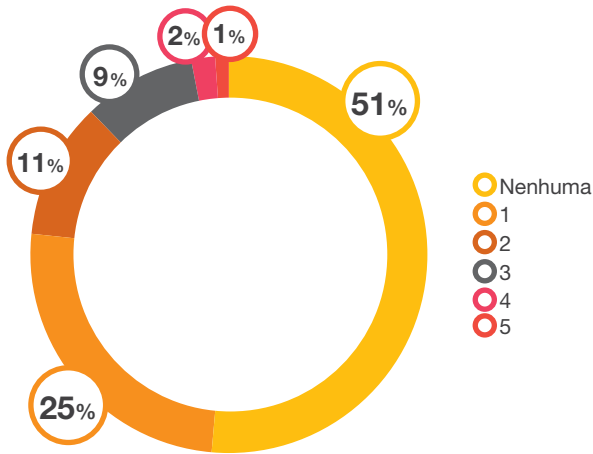


P: Sua empresa já participou de quantas rodadas de investimento?

P: Quais são os maiores desafios para obter capital?



Participação em rodadas de investimento

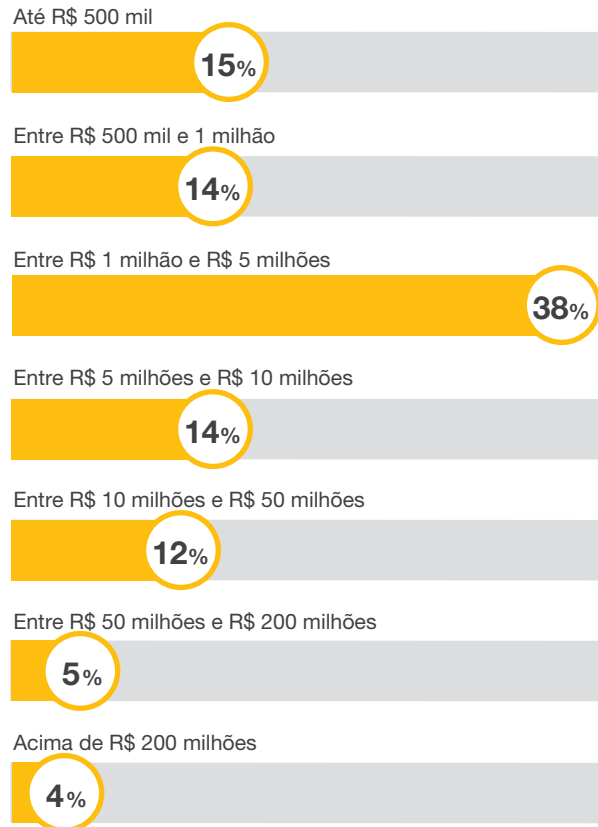


P: Sua empresa já participou de quantas rodadas de investimento?

Mais de metade das empresas que receberam recursos captou entre R\$ 500 mil e R\$ 5 milhões, enquanto apenas 4% receberam individualmente mais de R\$ 200 milhões em investimentos.

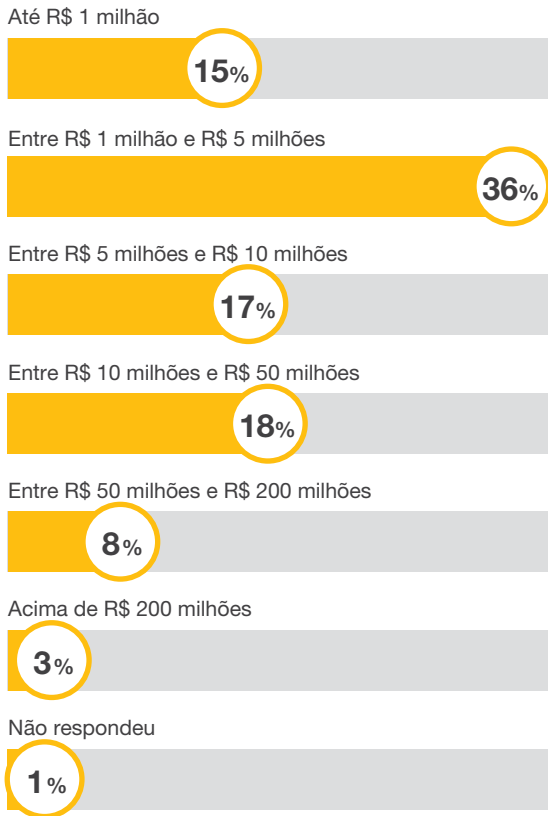
Ao todo, 81% das participantes estão buscando recursos para financiar sua operação e crescimento. Dessas, mais de dois terços estimam precisar de, no máximo, R\$ 10 milhões, para financiar seus projetos nos próximos 12 meses.

Valor total captado



P: Qual o valor total captado?

Necessidade futura de recursos



P: Qual o valor estimado do investimento que está buscando ou irá buscar nos próximos 12 meses?

Foco na cooperação com instituições tradicionais

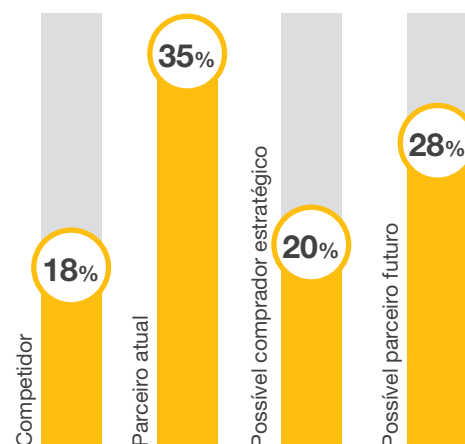
Metade dos participantes planeja sair do mercado vendendo a empresa para um investidor estratégico. As instituições financeiras tradicionais são consideradas possíveis compradoras para 20% dos entrevistados. Uma parcela muito maior (63%), no entanto, encara esses *players* como parceiros – hoje ou no futuro. Apenas 18% os consideram concorrentes.

Plano de saída do mercado



P: Seu plano de saída do mercado é (escolha uma das alternativas).

Foco em parcerias com os bancos



P: Sua empresa considera a instituição financeira tradicional como (escolha uma das alternativas).



A colaboração entre bancos ou seguradoras e fintechs que têm interesses de negócios complementares, chamada de coopetição, talvez tenha no sistema de *open banking* sua manifestação mais importante. Ele está sendo regulamentado pelo Banco Central e deve começar a funcionar no país em 2020.

Em geral, bancos e seguradoras veem a colaboração com as fintechs como uma forma de ter acesso à inovação. Já as fintechs encaram essa oportunidade como um trampolim para ganhar escala e viabilizar seus negócios.

No centro dessas possíveis parcerias está o compartilhamento de dados via APIs (Application Programming Interfaces) abertas, padrões de programação que permitem que os sistemas legados dos incumbentes conversem com os novos sistemas das fintechs por meio de aplicativos desenvolvidos para as mais diversas necessidades dos consumidores.

Por causa de preocupações com segurança, muitas instituições financeiras ainda evitam o uso de APIs (Application Programming Interfaces), mas é justamente esse esforço de abertura que pode levar a um maior entendimento das demandas dos consumidores para fundamentar melhor as decisões estratégicas sobre novos produtos e serviços, como comprovam novas soluções tecnológicas surgidas desse tipo de iniciativa até o momento nessa e em outras indústrias.



Proposta de uso

Plataformas de agregação

Descrição

As plataformas de agregação fornecem uma visão única da situação financeira do cliente em diferentes instituições, além de recomendações sobre a escolha de produtos.

Exemplo de uso

Gerenciamento de conta bancária, cartões de crédito, empréstimos e produtos de investimento de diferentes provedores em um único aplicativo.

Fonte: PwC Strategy&

As possibilidades do *open banking*



Melhoria de processo

Integração e automação de atividades administrativas.

Uso de APIs de conta para verificar automaticamente identidade, salário, origem do depósito e renda como parte do processo de aprovação de hipotecas.



Ferramentas de análise e assessoria

Informações e recomendações baseadas em dados abertos.

Uso de análise de dados de transações de uma conta para identificar padrões de gastos e ajudar as pessoas a fazer seu orçamento e gerenciar seus investimentos.



Ofertas aprimoradas de produtos bancários

Produtos personalizados com base nos dados do cliente e funcionalidades aprimoradas pela automação.

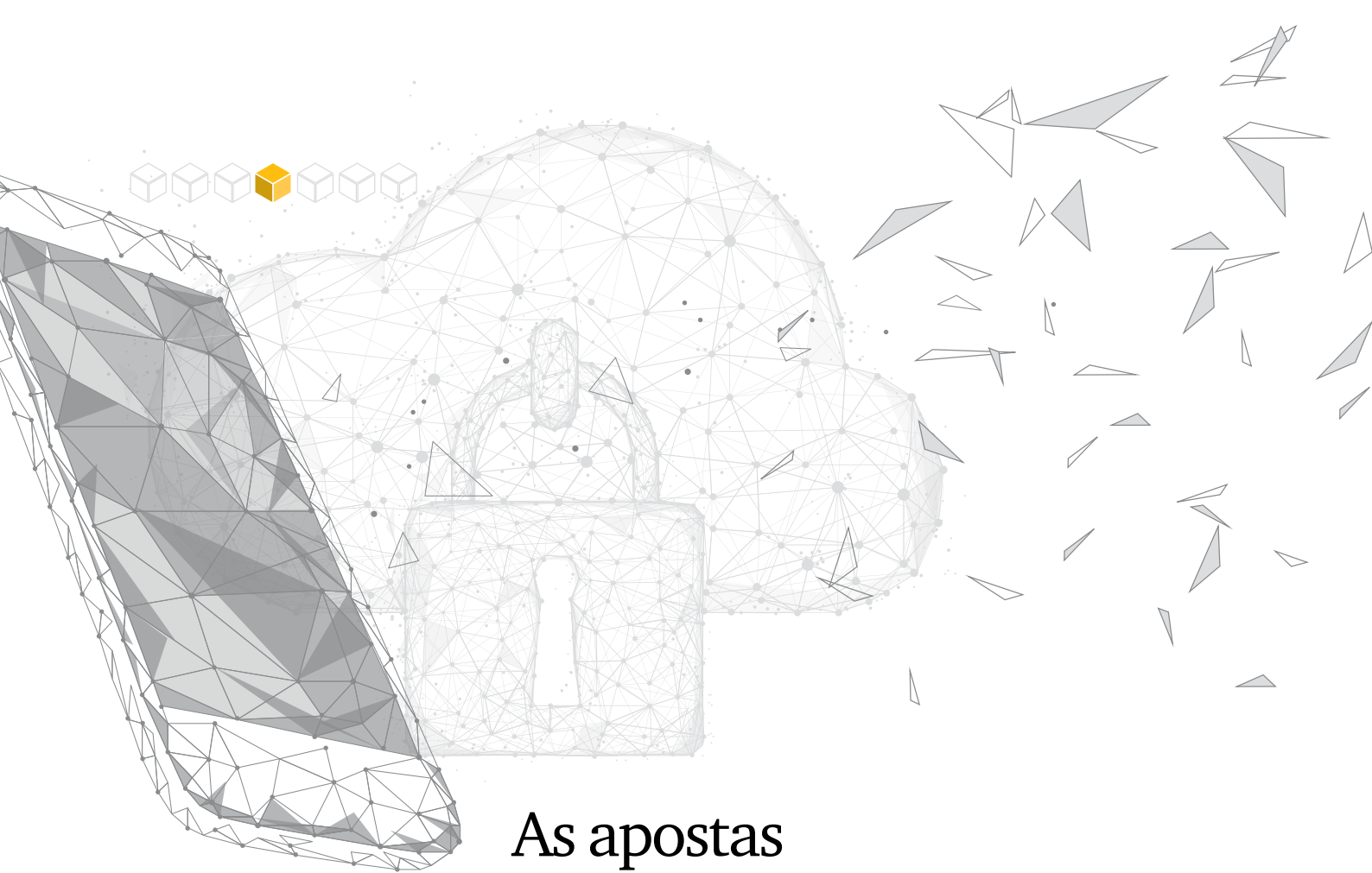
Criação de produtos personalizados de empréstimos para férias com base em informações de reservas de voos e hotéis e gastos realizados.



Ofertas aprimoradas de produtos não bancários

Comparação e compra de produtos não financeiros através de plataformas de *open banking* de maneira fácil e integrada.

Gerenciamento automático de contas de serviços públicos, por meio do acesso a dados de transações e comparação das tarifas de mercado para identificar possíveis descontos.

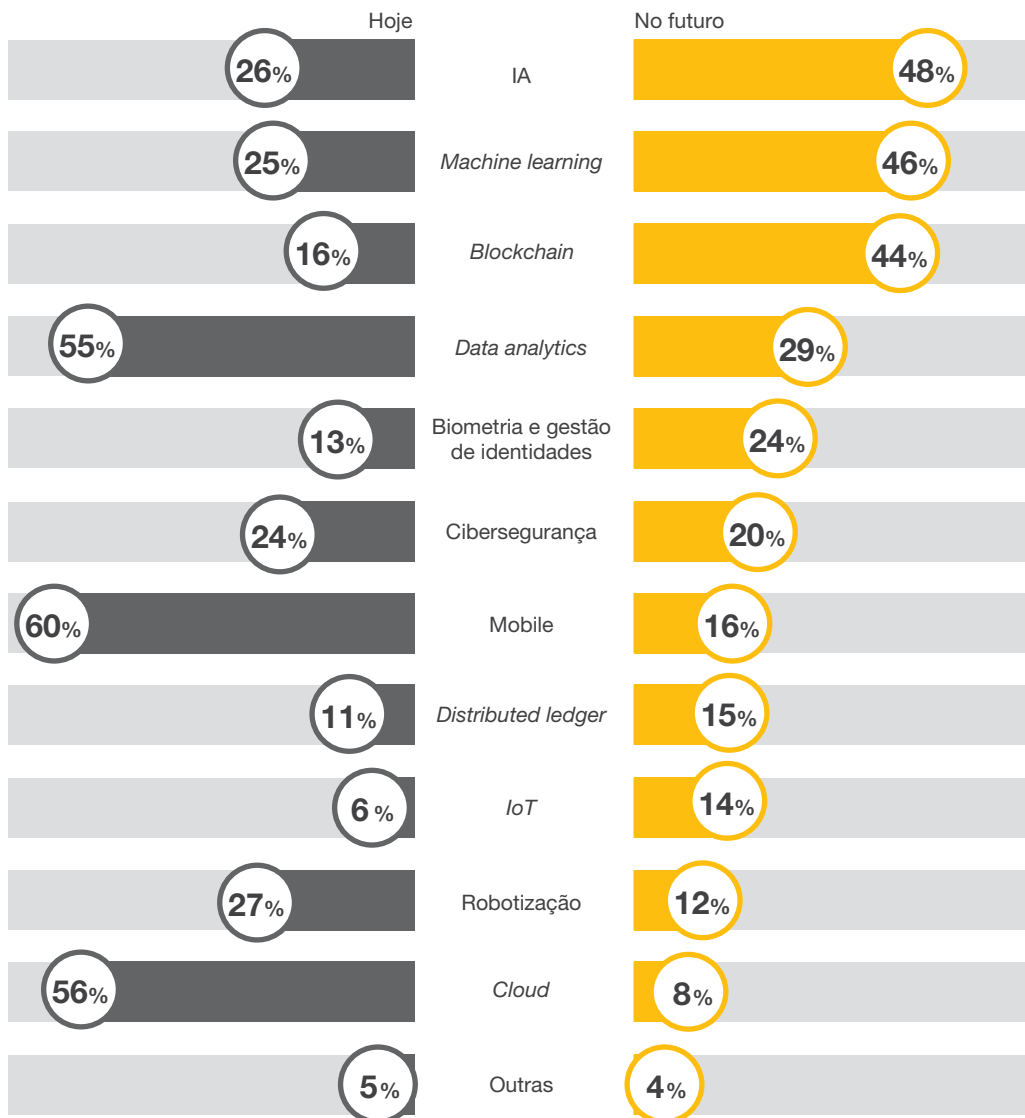


As apostas tecnológicas

As cinco principais tecnologias que as fintechs dominam continuam sendo *mobile*, *cloud*, *data analytics*, inteligência artificial (IA) e robótica. Entre as que elas pretendem dominar, há uma predominância muito maior de IA, sobretudo considerando que *machine learning* – um subcampo da IA que foi destacado como uma das alternativas da pesquisa – é a segunda tecnologia mais mencionada pelos entrevistados.

Além de possibilitar a personalização de produtos e serviços para uma grande massa de clientes, a IA é uma tecnologia essencial para ajudar as fintechs a gerenciar riscos, prevenir fraudes e combater a lavagem de dinheiro, com base no monitoramento e na análise dos dados de comportamentos dos clientes. Ela permite também a automação de processos para reduzir custos administrativos, a identificação precoce de novas demandas de mercado e o desenvolvimento de previsões sobre a curva de preço dos ativos para os gestores de investimentos.

Principais tecnologias que as fintechs dominam e que pretendem dominar



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



Na EasyCrédito, *marketplace* de produtos de crédito, como empréstimos, cartões e financiamentos para carro e imóvel, a tecnologia de *cloud*, por seu baixo custo e segurança, foi decisiva para escalar os negócios. Já a inteligência artificial permitiu escalar as decisões, levando em conta os mais diferentes cenários e perfis de clientes.



“Usamos um modelo de inteligência artificial para oferecer crédito ao consumidor que se baseia em dois aspectos: primeiro o que ele quer, se é um empréstimo ou cartão, por exemplo, e segundo – e mais importante – um tipo de crédito em que ele tenha mais chance de ser aprovado, que se enquadre melhor no seu perfil. Para fazer isso, usamos informações fornecidas pelo consumidor, outras que obtemos das plataformas e dados dos *bureaus* de crédito e do Banco Central.”

Marcos Ramos, fundador da EasyCrédito, marketplace de concessão de empréstimos

Tecnologia como base da confiança

Construir relacionamentos de confiança é um aspecto essencial dos esforços das fintechs para conquistar clientes e atrair investidores. Uma preocupação nesse sentido são as ameaças cibernéticas, que têm forte potencial para minar a reputação de uma empresa e a credibilidade de sistemas e controles para tratamento e armazenamento de dados dos usuários. Nesse cenário, nossa pesquisa mostra que a cibersegurança é dominada por menos de um quarto das fintechs participantes atualmente. E que apenas 20% dizem querer dominá-la no futuro.

“Para minimizar esses riscos, a segurança cibernética precisa estar arraigada na forma de encarar novas oportunidades de negócios e novos produtos. É importante que esteja contemplada na própria definição do modelo de negócio. Essa não pode

ser apenas uma preocupação das equipes de sistemas”, afirma Luís Ruivo, sócio e líder de Consultoria em Serviços Financeiros da PwC Brasil.

Esse cenário é ainda mais preocupante quando se leva em conta o interesse crescente das empresas pela Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês) e os novos riscos que ela pode trazer para esse ambiente. Capaz de conectar entre si diferentes dispositivos, como eletrodomésticos, carros e até residências, a IoT deverá permitir uma experiência mais personalizada para o consumidor e uma avaliação de riscos mais precisa na área de seguros, por exemplo, mas a coleta, o gerenciamento e o compartilhamento de um volume crescente de dados pessoais abrem novos e múltiplos flancos para ataques e vazamentos.

Outra transformação na experiência do consumidor virá do avanço no uso da biometria e da gestão de identidades. Atualmente, 13% das participantes da pesquisa dominam essas tecnologias; 24% pretendem fazer o mesmo no futuro, o que abre caminho para uma jornada de consumo mais fluida, com interações mais naturais por meio de toque e voz, navegação simplificada nos aplicativos e eliminação de pontos de atrito no uso dos serviços.

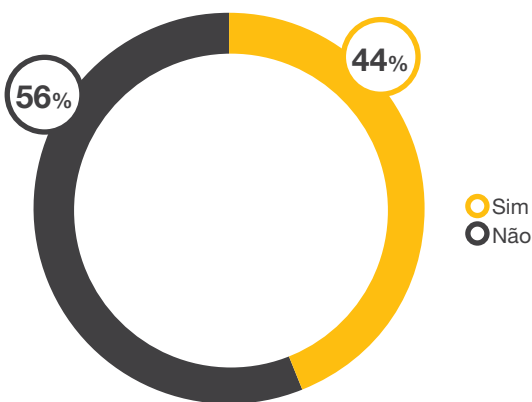
Formas inovadoras de autenticação, como reconhecimento facial e comandos de voz, estão se popularizando entre os consumidores, como mostrou pesquisa recente da PwC:



“Em nossa pesquisa, 10% dos consumidores entrevistados no Brasil disseram usar esses assistentes digitais para fazer compras on-line pelo menos semanalmente (9% de média global). Como as compras por voz continuam a crescer, as empresas devem pensar além do celular para considerar como a tecnologia de controle por voz em residências, carros e outros lugares afetará também a experiência do consumidor. A disputa pela liderança de marca tende a se acirrar à medida que as organizações lançarem tecnologias cada vez mais amigáveis para o consumidor.”

Global Consumer Insights Survey 2019, da PwC

Adoção de política de governança de dados

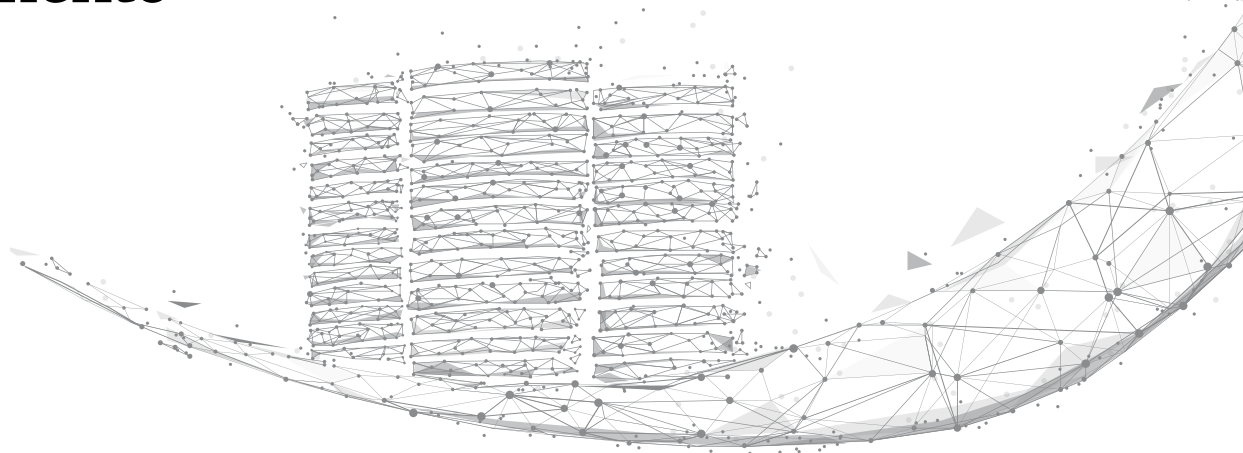


Menos de metade das empresas participantes adota políticas de governança de algoritmos, ou seja, mecanismos capazes de avaliar as escolhas feitas por essas instruções de máquina, otimizar seu funcionamento – evitando decisões ineficientes, enviesadas ou discriminatórias – e minimizar seus impactos. Essa adoção é mais disseminada entre as fintechs em início de operação com domínio de inteligência artificial.

P: Sua empresa adota política de governança de algoritmos?

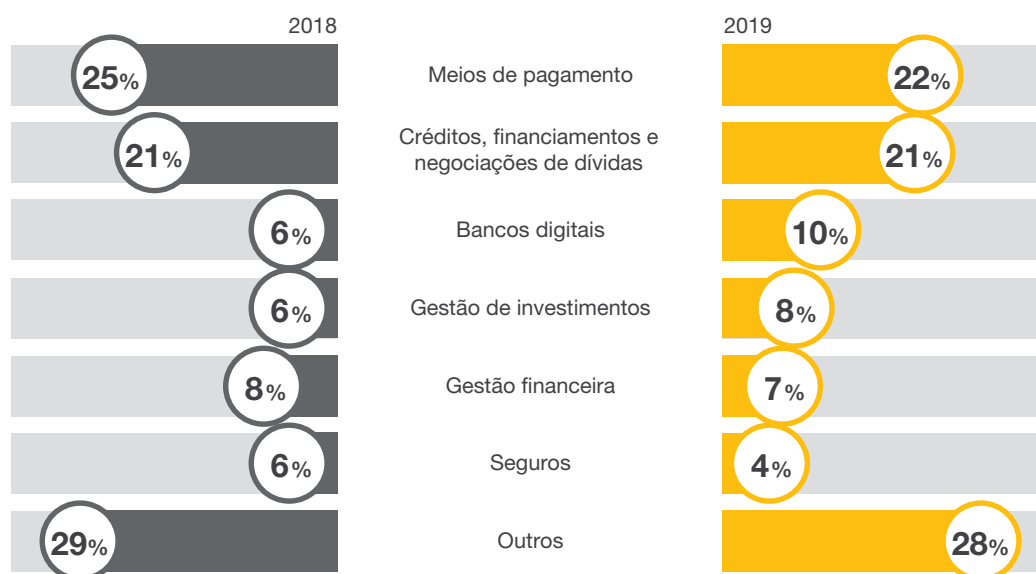


Os desafios do crescimento

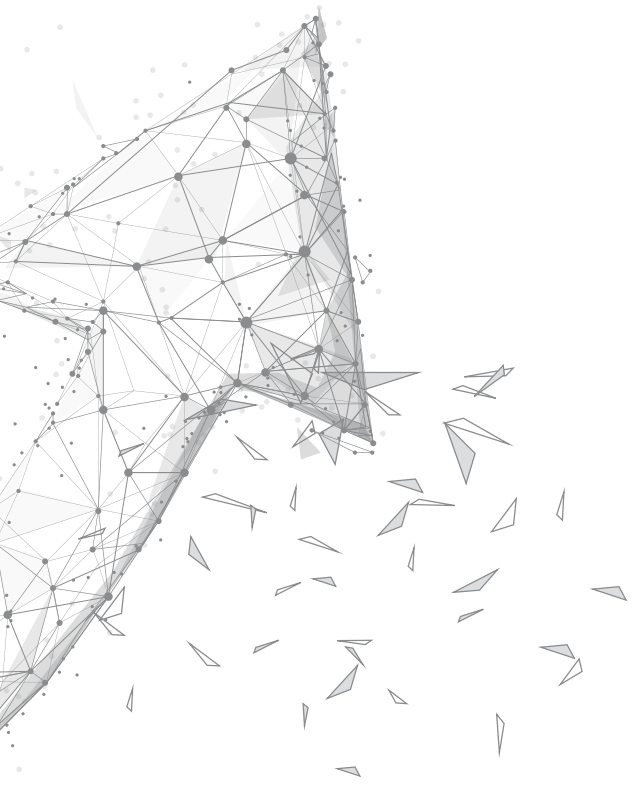


Meios de pagamento e crédito continuam sendo os dois principais segmentos de atuação das fintechs desde o levantamento do ano passado, mas a diferença entre os dois diminuiu. Ambas as categorias correspondem a 43% das fintechs participantes da nossa pesquisa. Em paralelo, cresceu bastante a participação dos bancos digitais no total: 6% para 10%, passando do quinto para o terceiro lugar no ranking de empresas pesquisadas.

Principais segmentos de atuação

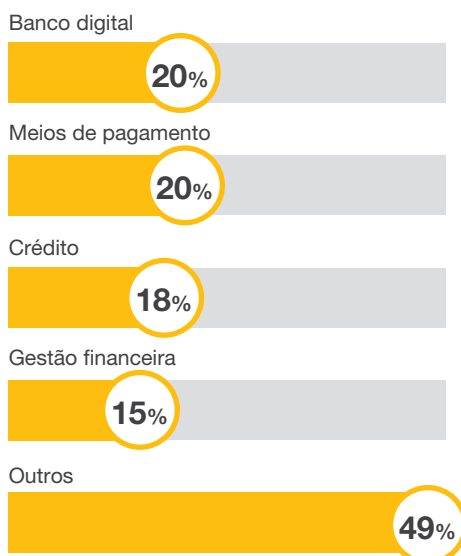


P: Qual a principal vertical financeira/segmento em que sua fintech atua? (selecione apenas uma opção)



Esse crescimento dos bancos digitais aparece em outro resultado da nossa pesquisa: ao lado de meios de pagamento, esse é o segmento em que as fintechs mais se expandiram no último ano para novas áreas de atuação, seguido das verticais de crédito e gestão financeira.

Setores em que a fintech se expandiu no último ano



P: No último ano, você expandiu sua atuação para uma nova vertical financeira/segmento? (selecione as opções aplicáveis)

“Meios de pagamentos foi o primeiro grande grupo de fintechs e agora vemos que elas estão crescendo e começando a se tornar bancos digitais. Isso mostra que realmente as fintechs são uma tendência que veio para ficar. Também percebemos um crescimento sólido do grupo de crédito como uma evolução natural desse mercado. Afinal, depois que o consumidor consegue guardar seu dinheiro em uma conta e transferir para pessoas e empresas, o próximo passo natural dele é pensar em pedir crédito para fazer suas compras. Para os próximos anos, a ABFintechs aposta em uma tendência de crescimento dos grupos de investimentos, câmbio e criptomoedas.”

Paulo Deitos Filho, diretor da ABFintechs e fundador das plataformas CapTable (de investimento em startups) e CapRate (de peer-to-peer lending para o mercado imobiliário)



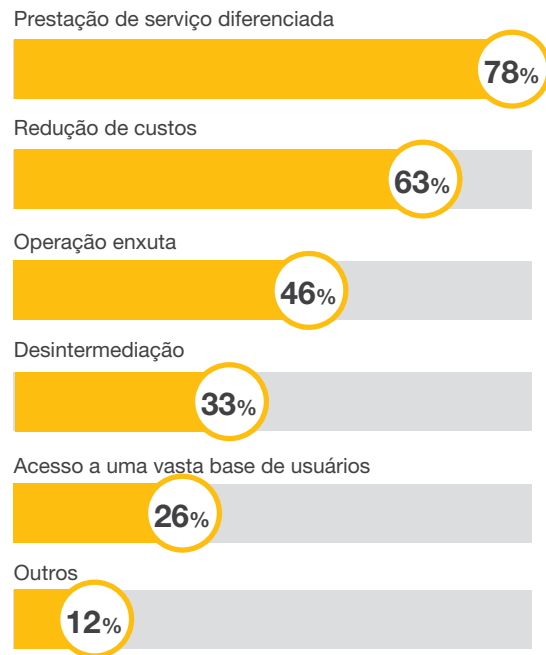
Personalização como chave da diferenciação

Transformar a experiência do consumidor de serviços financeiros é o foco de diferenciação de 78% das fintechs pesquisadas. Essa alternativa aparece no topo da lista, seguida de redução de custos, operação enxuta e desintermediação, diferenciais mais associados à desburocratização do atendimento.

Não se discute que melhorar a facilidade e a velocidade dos serviços no Brasil, reduzindo custos, é um aspecto essencial para atrair e reter clientes no mercado de serviços financeiros hoje, mas em uma era de foco crescente em dados, alta conectividade e uso de tecnologias de inteligência artificial e IoT, vai se diferenciar realmente quem apostar no desenvolvimento de estratégias de personalização em massa da experiência do consumidor.

Os benefícios para o consumidor virão na forma não só de interfaces mais fáceis de usar, criadas com base na análise de dados sobre comportamentos e preferências do consumidor, mas também, por exemplo, de assessoria financeira fornecida por robôs, mais massificada e barata, com o desenvolvimento de soluções de investimentos personalizadas, antes disponíveis apenas para clientes de alta renda.

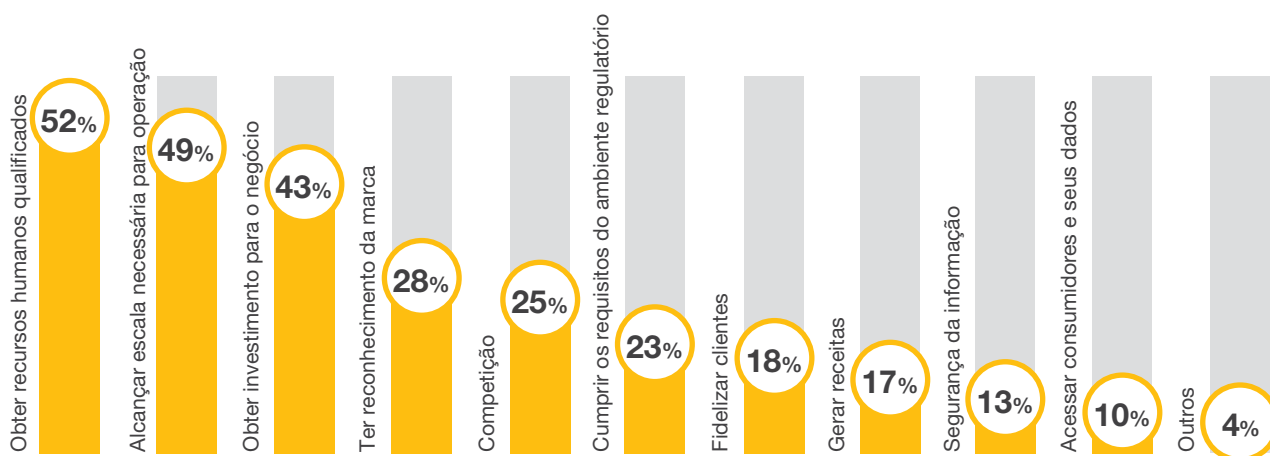
Principais diferenciais



P: Quais são os principais diferenciais de sua fintech? (selecione uma ou mais opções)

Barreiras à gestão

Obter recursos humanos qualificados e alcançar a escala necessária para a operação continuam sendo as principais barreiras à gestão das fintechs, com percentuais semelhantes aos registrados no ano anterior (50% e 42%, respectivamente). A ameaça da concorrência subiu três posições no ranking (passando de 14% para 25% das menções).



P: Quais são as principais barreiras na gestão de sua fintech? (selecione uma ou mais opções)



“Hoje um dos desafios mais importantes é sem dúvida a construção do time. Como atrair bons profissionais, construir uma boa cultura para que eles estejam sempre motivados a continuar transformando nossos produtos e serviços na melhor experiência para o usuário. (...) O mercado hoje está cada vez mais maduro, mas ainda precisamos de mais cursos voltados à área de tecnologia, para que tenhamos um ambiente cada vez mais rico.”

Ingrid Barth, diretora da ABFintechs e fundadora da Linker, que desenvolveu uma conta digital para empresas



Ecosistema de inovação ainda é pouco utilizado

Aumentou de 39%, em 2018, para 56%, este ano, a fatia das empresas que não utilizaram nenhum tipo de colaboração (aceleradora, incubadora ou *open innovation*) para amadurecer seus modelos de negócios e se lançar no mercado. Do total, 24% têm intenção de fazer isso no futuro. Além disso, mais de metade (57%) pretende se candidatar a algum *sandbox* regulatório (Bacen, CVM e Susep, nesta ordem).

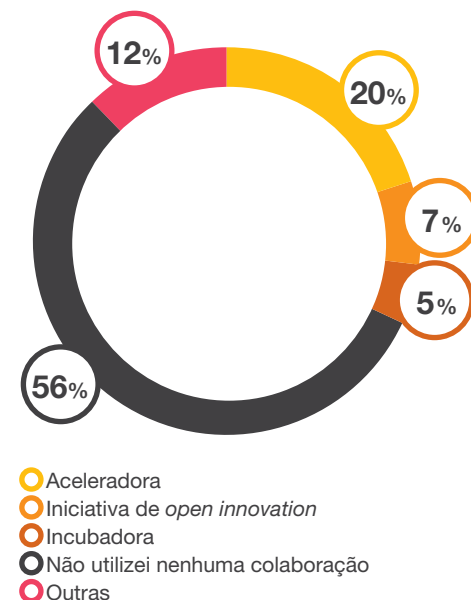
Utilizado em vários países pelos órgãos reguladores, os *sandboxes* permitem testar inovações tecnológicas para incentivar a transformação dos serviços financeiros em um ambiente controlado no qual é possível monitorar os riscos associados aos novos produtos.

Em estudo publicado este ano,¹ a Secretaria de Política Econômica do Ministério da Economia avaliou que, no Brasil, as categorias de pagamentos, DLT (*distributed ledger technology*) e tokens digitais, remessas internacionais e seguros são as que mais podem se beneficiar de um regime de *sandbox*. A avaliação considerou o potencial de inclusão financeira, redução de custos, desintermediação financeira e evolução em modelos de negócio oferecidos por essas tecnologias.

Especificamente no setor de seguros, muitas fintechs ainda têm dificuldade para cumprir os requisitos regulatórios do *sandbox*, pois a Susep exige que essas empresas sejam autorizadas a atuar como seguradoras para oferecer produtos de seguro. Uma alternativa para contornar essa exigência é a associação a uma empresa seguradora parceira.

A participação nos *sandbox* ocorre por um período determinado para que o produto ou serviço testado possa alcançar um patamar de maturidade e eficiência e seja capaz de atrair investidores para se desenvolver como negócio. Em paralelo, o regulador pode entender os potenciais benefícios da solução para o mercado e mitigar riscos para os consumidores.

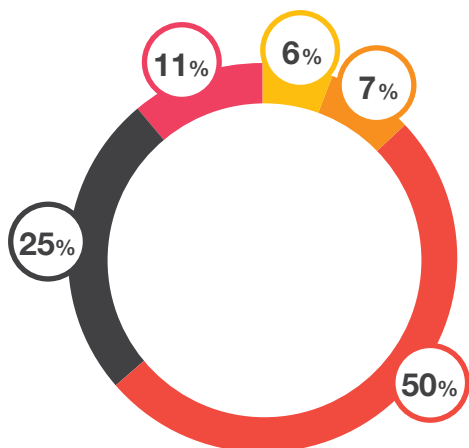
Colaboração usada



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

¹ "Fintechs e *Sandbox* no Brasil", Brasília, junho/2019. <http://www.economia.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/notas-informativas/2019/publicacao-spe-fintech.pdf>

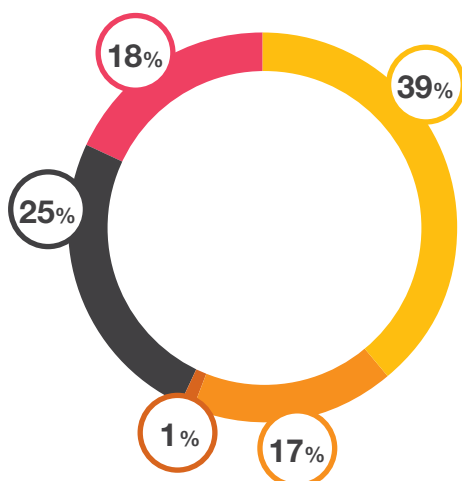
Colaboração que pretende usar



- Aceleradora
- Iniciativa de *open innovation*
- Incubadora
- Ainda não defini
- Não pretendo usar nenhuma forma de colaboração
- Outras

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

Intenção de participar de um *sandbox* regulatório



- Bacen
- CVM
- Susep
- Não pretende participar
- Não tem conhecimento

P: Sua empresa pretende se candidatar para algum *sandbox* regulatório?

A Swipe, fintech que desenvolveu uma solução de contas digitais, passou tanto pela experiência de colaboração quanto pela de *sandbox* – os programas de aceleração da Liga Ventures e da Visa e o Laboratório de Inovações Financeiras e Tecnológicas (Lift) do Banco Central. Segundo Vitor Almeida, um dos fundadores da empresa, essa participação foi fundamental para transformar o modelo de negócios da empresa:



“Trabalhar com o Banco Central foi muito importante. Já nos deu instantaneamente mais credibilidade. Ter a chance de demonstrar nosso sistema para eles fez com que muitas pessoas viessem nos procurar depois para iniciar conversas. Foi algo que nos deu exposição. O processo de aceleração nos ajudou também a amadurecer a nossa solução. A gente passou a entender melhor nosso produto e toda a demanda de contas digitais.”

Vitor Almeida, fundador da Swipe, fintech que desenvolveu uma solução de contas digitais



Em relação ao apoio governamental, 47% dos participantes acreditam que ele deve vir na forma de mais rapidez na regulamentação do setor. Outros 30% querem benefícios tributários mesmo antes do *break-even*. No entanto, apenas 2% das empresas dizem ter recorrido ao incentivo da Lei do Bem (Lei nº 11.196/05), que estabeleceu benefícios fiscais para fomentar investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica.



2%

É o percentual de fintechs participantes beneficiadas pela Lei do Bem, que oferece benefícios fiscais para quem investe em pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica

Lei do Bem: incentivo fiscal à inovação precisa se adaptar aos novos tempos

Promulgada há 14 anos, a Lei do Bem (Lei nº 11.196/05) sofreu poucas alterações ao longo desse período para se adaptar às mudanças no cenário econômico e às novas necessidades das empresas. Inovações em rede, novos entrantes, desenvolvimento em nuvem global são pontos não atendidos claramente na legislação.

Devido à crise econômica, um entrave à sua utilização nos últimos anos está no fato de o benefício – que permite reduzir o pagamento de tributos como IRPJ, CSLL, IPI e IRRF – ser concedido apenas no ano em que a empresa tem base tributável. Quando há prejuízo fiscal no período, não é possível desfrutar do incentivo porque a lei não permite uso posterior.

Há dificuldades também para recorrer à Lei do Bem no caso de projetos feitos em parceria com outras empresas. Além disso, o processo de análise pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicação é demorado e pouco claro, o que gera dúvidas e insegurança nas empresas postulantes.

Caso já apresente lucro fiscal, a fintech pode usar todos os incentivos previstos na Lei do Bem, pois muito de sua operação envolve a criação de serviços e produtos que têm grande potencial de serem considerados inovações. Quando, no entanto, não há lucro tributável, as fintechs podem ser beneficiadas indiretamente, pois uma empresa com lucro que contrate seus serviços poderia ter seu custo final reduzido utilizando os benefícios fiscais previstos.

Algumas mudanças na regulamentação seriam bem-vindas e poderiam facilitar o aproveitamento do incentivo, como:

- Dar mais clareza e objetividade ao processo de avaliação de pedidos: verificar a possibilidade de utilizar as auditorias independentes como suporte nesse trabalho.
- Definir as principais linhas de inovação por grupos de setores empresariais e diminuir dúvidas sobre o que é enquadrável na lei ou não.
- Permitir a utilização em empresas tributadas fora do lucro real, com concessão de créditos tributários.
- Permitir a utilização em anos seguintes, quando a empresa apresentar prejuízo fiscal.

Insurtechs: promessa de inovação

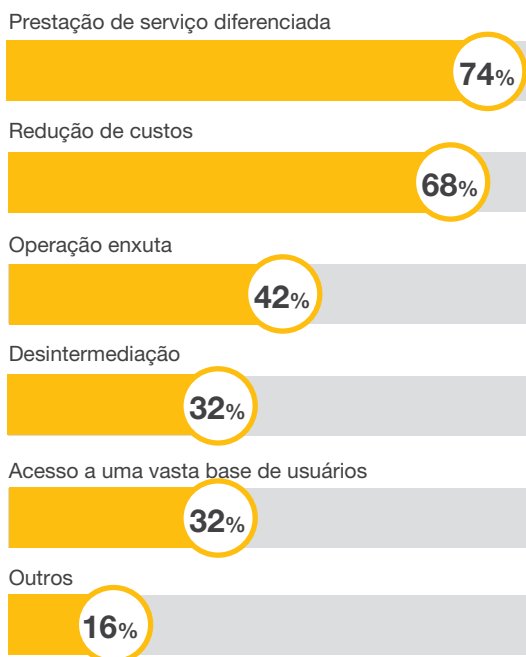
As fintechs participantes da nossa pesquisa que atuam no segmento de seguros estão principalmente no início de suas operações e representam a principal vertical em estágio MVP do estudo.

A expansão do segmento ainda é discreta no Brasil, e as principais barreiras são próprias às empresas que estão começando a operar: dificuldade de obter investimento, alcançar escala e fidelizar clientes.

Seu principal diferencial está na qualidade do serviço prestado, pois o uso da tecnologia e dos dados que geramos em nossas atividades cotidianas tem potencial para transformar por completo a experiência dos clientes do mercado segurador.

Mobile e data analytics são as principais tecnologias dominadas por essas empresas atualmente, mas inteligência artificial, *machine learning* e *blockchain* terão importância central no futuro. Na Minuto Seguros, insurtech fundada em 2011 para venda de seguros on-line, por exemplo, a análise de *big data* e o uso de algoritmos de inteligência artificial são essenciais para oferecer aos clientes os produtos mais adequados ao cada perfil. Segundo o CEO Marcelo Blay, a integração dos sistemas da empresa com o das seguradoras permite enorme agilidade: o que antes era feito em 48 horas agora leva um minuto. Mas foi a associação da tecnologia com o atendimento humano, na opinião dele, um dos principais fatores que ajudou a consolidar no mercado a posição da fintech, que já recebeu US\$ 60 milhões em investimentos desde a fundação.

Principais diferenciais



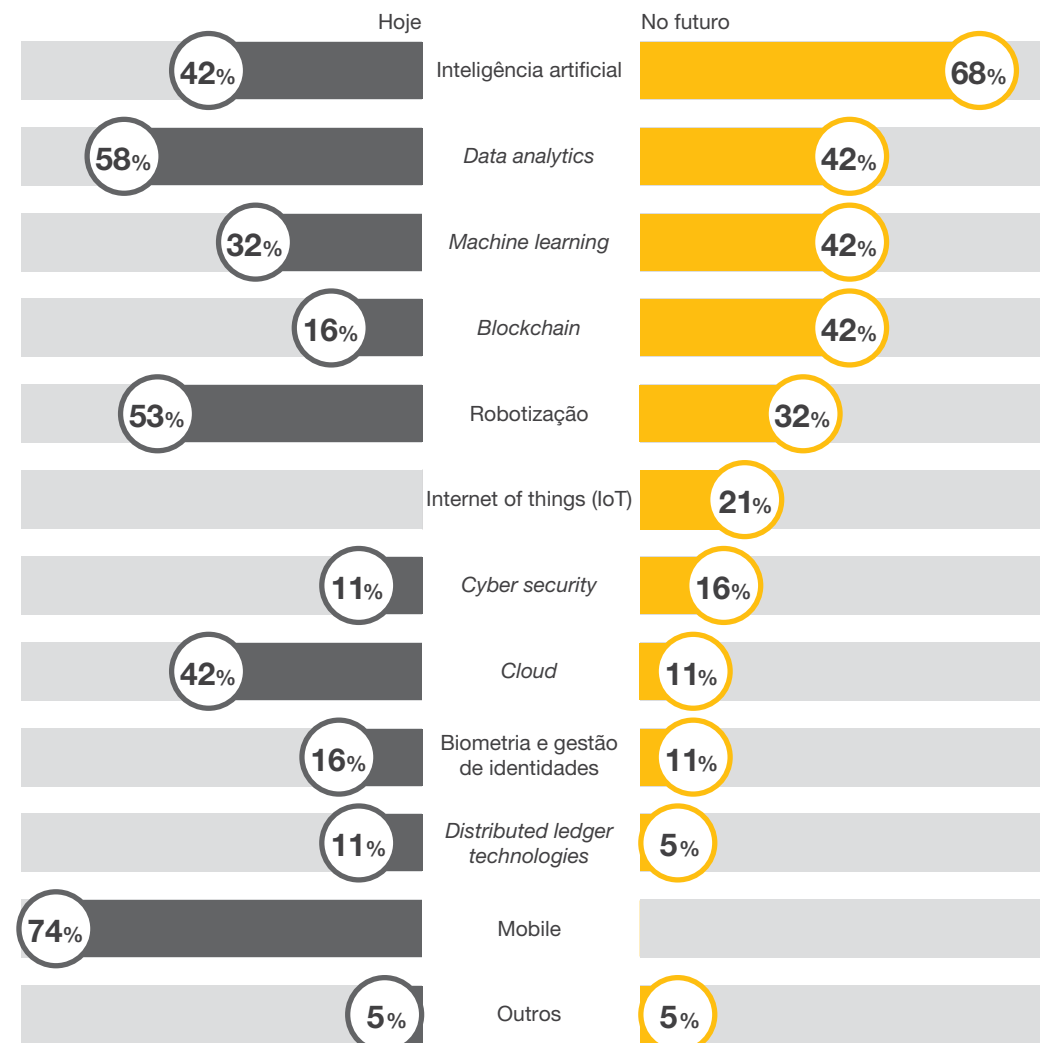
P: Quais são os principais diferenciais de sua fintech? (selecione uma ou mais opções)



“Nosso modelo de negócios chegou a brasileiros que nunca tiveram seguros. Dois terços das pessoas que nos procuram nunca contrataram um seguro. O que gente está fazendo é inclusão financeira. Tem que ter paciência, ser didático. Já vendemos para cidades que representam 94% do PIB brasileiro. Muitas delas não têm corretoras de seguros. Essas pessoas têm medo de comprar numa agência bancária. Aí elas vão na Internet, nos acham e ficam surpresas de receber uma cotação transparente e depois uma ligação telefônica. A reação geralmente é: ‘Nossa, uma empresa de Internet que tem gente.’”

Marcelo Blay, fundador da Minuto Seguros, plataforma de venda de seguros on-line

Tecnologias que as *insurtechs* dominam hoje e pretendem dominar no futuro



Benefícios do uso da tecnologia no mercado de seguros

Personalização – Com a análise de dados gerados por dispositivos *wearable* ou equipados com Internet das Coisas (IoT) e o uso de inteligência artificial, as seguradoras podem entender melhor as necessidades dos consumidores e criar produtos de nicho. Uma experiência personalizada aumenta a fidelização.

Precificação - As companhias de seguros tradicionais agrupam as pessoas e cobram a todos um preço semelhante, mas cada cliente é único. Com o uso de IoT, análise de dados e inteligência artificial, as seguradoras podem entender como cada indivíduo ou empresa se comporta e oferecer preços e prêmios que reflitam melhor o risco que cada segurado representa. Será possível, por exemplo, recompensar a direção segura com prêmios de seguros mais baixos baseados no estilo de direção de cada um e não em estatísticas. O exercício regular pode ser rastreado com o uso de *smartwatches*, por exemplo, e traduzido em seguros-saúde ou prêmios mais personalizados.

Redução de falhas e custos de manutenção – em fábricas, o monitoramento de equipamentos caros em tempo real ajuda a prevenir falhas que podem parar a produção ou alerta para a necessidade de executar a manutenção programada, evitando prejuízos.

Ampliação de acesso – O uso de *blockchain* ou DLT para registro de transações e de robôs para execução de processos repetitivos elimina a burocracia e pode reduzir drasticamente os custos administrativos dos seguros, permitindo a criação de produtos para proteger pessoas de baixa renda contra acidentes e doenças.

Prevenção de acidentes e doenças – A sociedade também se beneficia dessa revolução tecnológica no setor de seguros, pois ela cria incentivos para os motoristas se comportarem de maneira sensata nas estradas, beneficiando a todos. As pessoas podem cuidar melhor da sua saúde e detectar doenças precocemente. As empresas, por sua vez, mantêm suas instalações e máquinas em bom estado de conservação, evitando acidentes.



Metodologia

A Pesquisa Fintech Deep Dive 2019 foi realizada pela PwC, em parceria com a Associação Brasileira de Fintechs (ABFintechs), com base nas respostas fornecidas em um questionário on-line encaminhado a representantes de empresas de tecnologia especializadas em serviços financeiros no Brasil.

Entre 12 de setembro e 22 de outubro de 2019, recebemos respostas de 205 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 PwC e da ABFintechs. 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.

ABFIN
TECHS
associação brasileira de fintechs

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 276 mil profissionais dedicados à prestação de serviços de qualidade em auditoria e asseguarção, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações



Contatos



Lindomar Schmoller
Sócio e líder de Serviços
Financeiros
+55 (11) 3674 3780
lindomar.schmoller@pwc.com



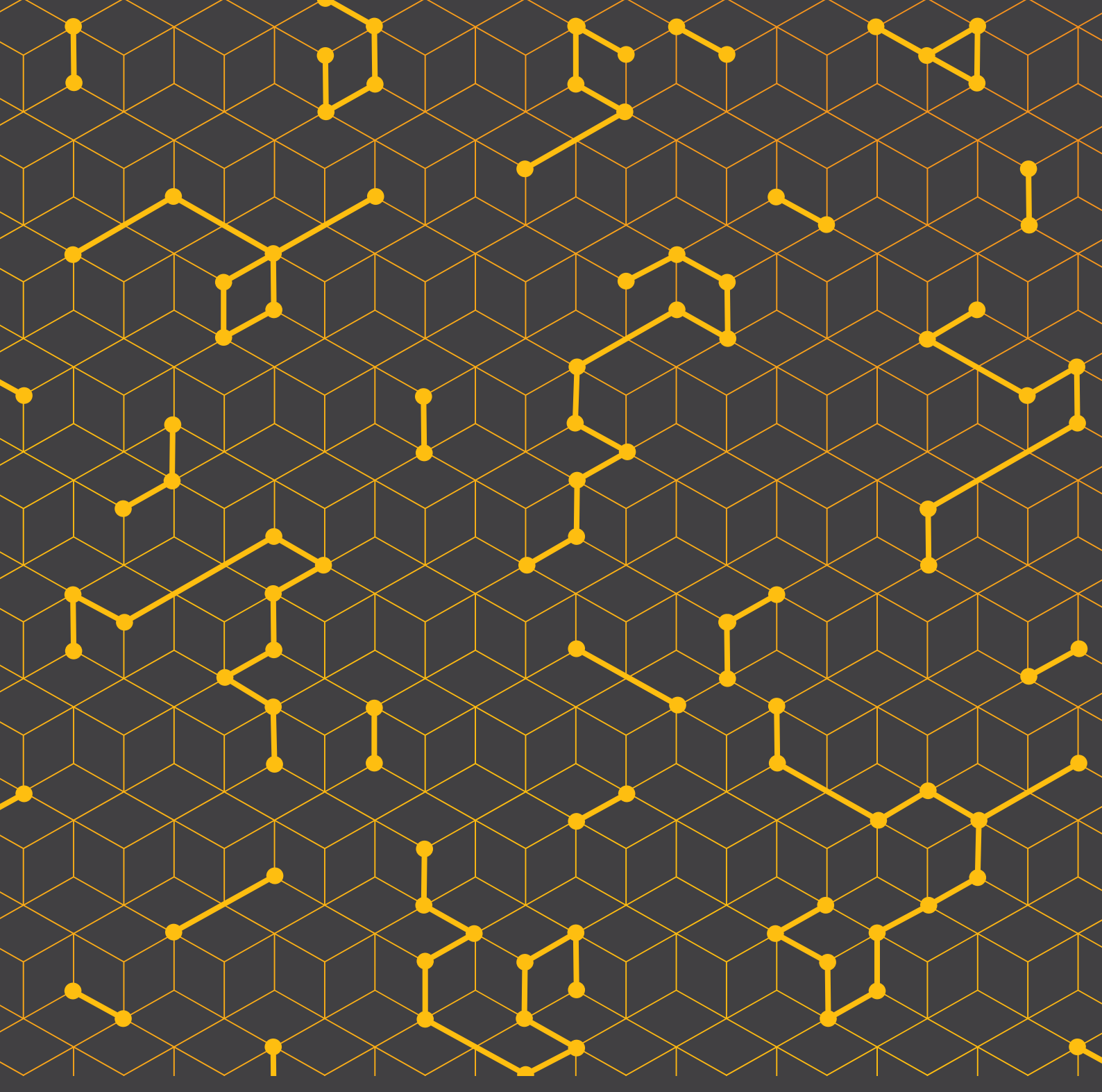
Luís Ruivo
Sócio e líder de Consultoria
em Serviços Financeiros
+55 (11) 3674 2812
luis.ruivo@pwc.com



Ingrid Barth
Diretora
ABFintechs
ingrid.barth@abfintechs.com.br



Bernardo Pascowitch
Diretor
ABFintechs
bernardo.pascowitch@abfintechs.com.br



www.pwc.com.br



PwC Brasil



@PwCBrasil



@PwCBrasil



PwC Brasil



PwC Brasil



pwc

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

© 2019 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.

