

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO
PROJETO FINTECH SOCIAL – CEMIF FGV

RELATÓRIO EVENTO:

**Fintech e Inclusão Financeira no Brasil:
Desafios e Oportunidades**

Realização

Centro de Estudos de Microfinanças
e Inclusão Financeira



Apoio

International Finance
Corporation



Patrocínio

Banco Itaú



SÃO PAULO
2017

Sumário

Introdução	3
Fintechs e inclusão financeira	4
Fintech social.....	13 ¹⁴
P2P lending.....	18
Arranjos de pagamento.....	23
Anexo 1 – Material Divulgação Evento	26

Introdução

Este documento tem objetivo de apresentar os principais assuntos debatidos no evento **Fintech e Inclusão Financeira no Brasil: Desafios e Oportunidades**, que aconteceu no dia 17/12/2017, no auditório da FGV.

O evento contou com patrocínio do banco **Itaú** e foi organizado pelo Centro de Estudos de Microfinanças e Inclusão Financeira (**CEMIF**) da FGV, com apoio do International Finance Corporation (**IFC**), membro do Grupo Banco Mundial.

O objetivo principal do evento foi discutir iniciativas relevantes, lideradas pelas Fintech (acrônimo de “Financial Technology”), para um melhor funcionamento do mercado financeiro e que tivessem impacto em Inclusão financeira.

Participaram como palestrantes:

- Érica Siqueira, pesquisadora do CEMIF. Érica apresentou o desafio de inclusão financeira no Brasil e propôs o conceito de SocialTech, ou Fintech Social, que seriam as Fintech com a missão clara de gerar impacto Social.
- Alexandre Darzé, do IFC. Alexandre apresentou um quadro histórico do momento de inclusão financeira no Brasil e discutiu motivos para que esse modelo não tenha funcionado. Colocou os desafios para as Fintech nessa tarefa e como o IFC seleciona cases de investimento.
- Bernardo Bonjean, fundador da Avante. A Avante é uma Fintech especializada em Microcrédito para Microempreendedores da favela. Bernardo apresentou seu modelo de funcionamento, captação de funding, bem como sua motivação para se engajar em um negócio de impacto social.
- Bruno Sayao, sócio fundador da IOUU, Fintech especializada em crédito para micro, pequenas e médias empresa por meio do modelo P2P. Bruno explicou sobre o desafio de criar um algoritmo que calcule score de crédito para micro e pequenas empresas que não tem histórico de crédito. O modelo da IOUU já tem mais pessoas dispostas a investir do que negócios avaliados e disponíveis para receber investimento, mostrando como a evolução do P2P pode ser promissora para resolver gargalo de crédito para essas empresa.
- Ricardo Laureano, sócio fundador da KOIN. Ricardo explicou como as compras de e-commerce não tem se completado em função de dificuldades com o cartão de crédito, tanto pela falta dele quanto pela falta de limite. Nesse cenário, a solução KOIN oferece oportunidade das pessoas parcelarem suas as compras no boleto bancário diretamente nas plataformas de e-commerce. A solução da KOIN garante a operação do lojista e oferece crédito ao comprador.

Fintechs e inclusão financeira

Em poucos anos, a disseminação e o uso da tecnologia digital ruíram as bases de indústrias tradicionais. De forma acelerada e sem retorno, esse mesmo fenômeno está mudando os serviços financeiros e a forma de investir, emprestar e comprar. À medida que os bancos enfrentam a concorrência de startups financeiras, as fintechs, e a emergência de clientes nativos digitais, a chamada Geração Y, o potencial de mudança se amplia e o papel disruptivo da tecnologia tem o potencial de transformar o relacionamento entre clientes e bancos para sempre, criando novos modelos de negócio, novas categorias de negócio e autêntica inovação.

Para discutir o tema com o recorte das fintechs e de um sistema financeiro verdadeiramente inclusivo no país, em 12 de dezembro de 2017, o Centro de Microfinanças e Inclusão Financeira (GVcemif) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV EAESP), em parceria com o International Finance Corporation (IFC) e o patrocínio do Itaú, promoveu encontro sobre as diversas vertentes dessa temática.

“As fintechs têm contribuído para o avanço desse segmento. Em 2017, o FintechLab registrou cerca de 250 startups em diferentes categorias de serviços. A ideia do evento é expor alguns modelos de negócio emergentes direcionados para segmentos da sociedade já conectados digitalmente, embora ainda não plenamente atendidos pelo sistema financeiro”, explica Eduardo Diniz, professor da FGV EAESP e mediador do primeiro painel, sobre o papel das fintechs na inclusão financeira e na promoção do desenvolvimento.

O cenário brasileiro foi apresentado pela professora Erica Siqueira, doutoranda e pesquisadora sobre fintech e inclusão financeira na FGV, com atuação de mais de 15 anos desenhando e implantando sistemas na área de TI. A partir dos dados do relatório de inclusão financeira do Banco Central, de 2015, ela analisou as três dimensões da inclusão: acesso, uso e qualidade.

No primeiro critério, praticamente 100% dos municípios brasileiros estão atendidos, seja por ATM, correspondente bancário, banco comunitário ou cooperativa. “O sistema financeiro nacional tem uma grande cobertura e capilaridade e o correspondente bancário é um modelo responsável por boa parte da inclusão financeira nesses últimos 15 anos, representa cerca de 70% dos pontos de atendimento, um modelo de sucesso que as pessoas vêm de fora para estudar”, ela conta.

Quando se coloca o foco sobre a segunda dimensão da inclusão financeira, o uso, o Brasil tem algumas particularidades, afirma a pesquisadora. Continuamos a ser um país com baixo nível de poupança, inclusive

comparativamente com outros países da América Latina. Segundo Erica, houve no país um crescimento de 82% no acesso ao crédito no período entre 2010 e 2014.

A situação se agrava quando se fala na terceira dimensão da inclusão financeira, que é a qualidade. “Temos que analisar se nossa inclusão é do tipo que ajuda, em que as pessoas vão conseguir independência e emancipação, ou se vão ficar presas a um ciclo de débito”, ela questiona. E chama a atenção para o dado relativo ao endividamento que, em 2014, chegou a 73% do universo de quem recebe até três salários mínimos. “O endividamento em si não precisa ser visto como uma coisa ruim, mas o que pode começar a se tornar ruim é quando uma parte significativa da renda dessas pessoas está comprometida para pagar serviços da dívida.”

Por isso, ela questiona se o modelo do correspondente bancário já não estaria no limite. Durante sua apresentação, a pesquisadora Erica Siqueira exibiu a proposta de um market place de serviços financeiros elaborado pelo instituto de pesquisas Gartner em 2017. Nesse desenho, que representaria uma evolução das plataformas digitais, o conceito que se apresenta é do banco como serviço, funcionando como um backoffice capaz de oferecer serviços via API, abrindo seus dados para as fintechs se conectarem e oferecerem produtos e serviços na ponta.

“A gente já vê vários bancos construindo APIs para permitir que os bancos se conectem. Banco do Brasil, por exemplo, entre outros”, aponta Erica. Nesse cenário, as fintechs podem ser parceiras ou trabalhar sozinhas, sem os bancos. A evolução tecnológica no setor financeiro começou com os serviços realizados em mainframe, depois nos microcomputadores das agências, em seguida no ATM, mais tarde passaram a ser via home office e internet banking, aí chegaram os correspondentes bancários, e agora vivemos a sexta onda da tecnologia bancária, das fintechs.

Na opinião da pesquisadora, pode-se chamar de inclusão a possibilidade de as pessoas que moram em locais distantes pagarem suas contas em farmácias e outros pontos de comércio. A questão é como avançar a partir daí. “Como essas pessoas agora podem fazer poupança, seguro e conseguir crédito produtivo”, ela questiona. Na prática, o que se apresenta é o avanço nas dimensões de inclusão pelo uso e pela qualidade do serviço bancário. Nesse sentido, Erica aponta, as fintechs têm grande potencial por oferecerem serviços focados e serem capazes de rapidamente entender uma necessidade social e serem mais customizadas do que os grandes bancos, por exemplo.

“No universo das fintech existem as insuretech, que são especializadas em serviços de seguros, as bigtech, como Amazon, Google, Samsung, Apple entrando também no mercado de serviços financeiros e as regtech,

oferecendo serviços de compliance para bancos e para fintechs, inclusive. E aqui gostaríamos de encaixar a socialtech ou fintech social, para criar uma nova categoria de fintech com missão social”, ela enumera. A professora trabalha na definição das fintechs sociais: organizações que atuam na indústria financeira por meio de uso intensivo das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que visam gerar impacto social ao mesmo tempo em que buscam a sustentabilidade de seu negócio.

As oportunidades para essas fintechs são os grandes aportes de investimento, avalia Erica. A pesquisadora aponta o mais recente relatório da consultoria McKinsey como sinalização: “foram 25 bilhões de investimento em fintech em 2015, 2016, é o valor do PIB de alguns pequenos países”. Ela destaca ainda aceleradoras e fundos dedicados a projetos de impacto social, como é o caso do Artemisia.

O acesso a serviços bancários para a chamada Geração Y traz para essas empresas e, especificamente para as fintechs sociais, um grande desafio, segundo ela. “Com base nos dados de 2010 e 2015, a gente fez uma projeção de como seria o comportamento dessa geração em 2020, 2025. Se a gente olhar direto para 2025, comparativamente com a população, quase todo mundo estará bancarizado.” Tanto a população jovem quanto a de baixa renda estariam aptas a se adaptar às novas tecnologias pelo fato de usarem em suas tarefas cotidianas celulares com interfaces mais simples e intuitivas. A Geração Y, especificamente, já tratando de suas transações financeiras por meio das grandes plataformas digitais, como Google e Facebook, de maneira transparente, ela projeta.

“Em relação aos jovens nativos digitais temos bastante discussão, agora é preciso colocar foco sobre os emergentes sociais, a população que recebe até três salários mínimos, como vai ser a adaptação e o oferecimento de serviços financeiros para essas pessoas que estarão quase todas bancarizadas”, ela questiona. Está aí um desafio e uma enorme oportunidade, ela afirma.

Erica selecionou um dado da pesquisa TIC Domicílios, de 2016, para a qual foram entrevistadas 17.300 pessoas com aparato estatístico para garantir representatividade da sociedade. “O principal indicador dessa pesquisa é o uso da internet para fazer consultas, pagamentos e outras transações financeiras. E aí a gente pode ver que na classe C, 18% usaram a internet para fazer transações financeiras, entre as classes D e E foram só 6%”, ela aponta.

Na questão de acesso à tecnologia, portanto, há outro desafio a se enfrentar para adaptar os serviços das fintechs de forma a atender ao público que precisa ser incluído também. Hoje, pela pesquisa TIC Domicílios, 50% da população das classes D e E ainda não têm acesso à internet. Essa situação parece resolvida para as classes A e B, onde mais

de 90% da população têm acesso às tecnologias digitais, e para a classe C, onde esse percentual chega a 74%, segundo Erica.

A inclusão não é só uma questão de acesso à tecnologia, embora também seja, segundo a pesquisadora. Uma vez que a maior parte das pessoas tem acesso à internet a partir do celular, por que elas não usam os serviços financeiros? O que fazer para incluir de fato essas pessoas, pergunta Erica. Ela apresenta o caso do Banco Palmas, em Tocantins, o banco que tinha uma moeda social e agora é detentor de uma plataforma digital. “Eles são uma fintech social, oferecem serviços de tecnologia para outros bancos comunitários no Brasil e para dar suporte a projetos de inclusão financeira”, conta a pesquisadora.

O caso do Banco Palmas é um dos objetos de estudo do Centro de Microfinanças e Inclusão Financeira da FGV (GVcemif). Criado em 2007 com a missão de promover a pesquisa, a disseminação de conhecimento e a formulação de estratégia com o eixo principal da inclusão e do desenvolvimento local, o centro tem pesquisadores estudando diversas modalidades de inclusão financeira.

Uma das iniciativas analisadas é o Cufa card, também conhecido como “cartão favela”, um cartão pré-pago vinculado a uma conta de pagamento para rodar nas favelas do Rio de Janeiro. Criado em julho de 2017 pela Central Única das Favelas (Cufa), o cartão com bandeira MasterCard é voltado à população sem acesso aos serviços bancários por não ter como comprovar renda, por estar com o nome sujo ou por não querer ter conta.

No mundo das fintechs há um grupo de iniciativas com potencial incrível de impacto para transformar o tema da inclusão financeira, avalia Alexandre Darzé, senior operations officer do IFC com 16 anos de experiência em consultoria para instituições financeiras, incluindo trabalhos com microfinanças e bancos de desenvolvimento.

“O Cufa é uma ação de infraestrutura que beneficia um monte de gente, beneficia fintechs e emissores puros de cartão pré-pago, porque você dá um chassi que funciona melhor para esse público que não está dentro do sistema”, avalia. Do ponto de vista social, ele reconhece que não há dúvida da relevância do projeto. Do ponto de vista do investidor, porém, Darzé diz que existe uma enorme interrogação. E isso vale, em geral, para quase todas as fintechs que focam no tema da inclusão, afirma, porque esse é um terreno desconhecido.

“Quando se olha para o negócio puro e simples, o risco é gigantesco. E por alguns motivos: ali não há as oportunidades de ganho de eficiência que você vê em outros mercados. Ali é terreno não tratado, ninguém conseguiu trabalhar. Existe o desafio de encontrar a forma de trabalhar”, calcula o executivo do IFC.

Do ponto de vista da infraestrutura, embora boa parte da população já tenha acesso a smartphones, esse ainda é um fator limitante. De acordo com a pesquisadora, nem todos os smartphones estão na versão do sistema operacional necessário para baixar um aplicativo. “Nem todo mundo tem o celular de última geração habilitado, e quando o sistema está na versão correta, o celular não tem memória suficiente para baixar o aplicativo”, ela diz. A internet ainda é um desafio, embora já esteja resolvido para as classes A e B, aponta Erica.

A questão de como as fintechs, especialmente as de crédito, conseguem se financiar e financiar os seus programas é outra discussão em aberto. De acordo com Erica Siqueira, uma das opções é usar os fundos de direitos creditícios, outra é fazer operações ativas vinculadas com o banco, que faz a intermediação entre quem dá e quem toma o empréstimo, sem que isso represente um risco para o banco. Quem toma o risco é a pessoa que empresta.

Do ponto de vista das fintechs de cunho social, Alexandre Darzé faz algumas ressalvas levando em conta a experiência do que chamou de anos dourados das microfinanças, em 2000. Nessa época, ele lembra, havia grande mobilização pró-inclusão financeira, com BNDES, Banco Central, ministérios, novas regulações e o surgimento das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips) e das Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCMs).

“Todo mundo tinha expectativa ambiciosa em relação ao que se poderia gerar a partir daquilo. Hoje quando a gente olha para esse segmento, tem mais frustração do que grandes realizações”, afirma Darzé. E explica: “As Oscips continuam aí, todas elas muito pequenas, algumas SCMs ainda têm perspectivas interessantes, mas ainda muito pequenas”.

Havia problemas de governança e de regulação importantes, ele ressalta. Vem daí a importância de usar os erros passados como inspiração para tratar o tema das fintechs hoje. Governança é uma questão fundamental agora que se começa a discutir a regulação das fintechs, diz Darzé.

O executivo relata que o IFC trabalha com os temas de desenvolvimento caros ao Banco Mundial, como inclusão financeira, geração de emprego e questões climáticas. “Pode-se encarar o IFC como uma espécie de banco de investimento cuja atuação está, ou deveria estar, totalmente direcionada por esses vetores sociais e econômicos. Qualquer projeto do IFC deveria ter por trás um impacto positivo na sociedade onde a gente está operando”, ele afirma, independente do perfil da instituição, seja um banco grande, seja médio, seja uma fintech.

“A depender do que for o ativo financiado e o perfil dessa empresa, as práticas podem ser diferentes, mas a gente sempre vai ter um plano socioambiental pactuado com a empresa, e ela é obrigada a cumprir dentro de um prazo”, ele conta. O não cumprimento significa a possibilidade de o IFC solicitar pré-pagamento e executar outras cláusulas do contrato. Para empresas que se alavancam em fundos, isso pode ser um diferencial importante para alguns investidores, diz o executivo. A saída de um investidor por questões de reputação pode derrubar o fundo, ele diz.

Em sua opinião, um dos principais motivos do movimento das Oscips não ter incluído tantas pessoas foi o caráter essencialmente social. “Isso afasta o capital privado e diminui as fontes possíveis de financiamento dessas carteiras”, analisa. Essas instituições ficaram extremamente dependentes do mundo não privado, resume.

Quando olha para o tema fintech hoje, Darzé chama a atenção para a relevância de não fechar os olhos para a necessidade premente de capital. “Esse é um negócio absolutamente intensivo em capital, a fintech mais bem sucedida no Brasil vai queimar capital por um bom período de anos. De onde virá essa grana”, ele pergunta. O desafio da inclusão financeira, portanto, é encontrar uma forma de conciliar o apetite por inclusão com as perspectivas de investidores privados, isso tanto do ponto de vista de capital puro, mas também do ponto de vista de funding, de financiamento da carteira.

Darzé diz que nos anos 2000, não havia capital privado, o funding vinha essencialmente de BNDES, agências de fomento, algum investidor internacional, entre eles o próprio Banco Mundial, o IFC. Resultado: muitas das Oscips morreram ou não cresceram por falta de funding. “Hoje, no mercado de capitais, a estrutura de FDIC talvez seja um belíssimo instrumento para injetar liquidez nessas instituições, e deve movimentar 70 a 80 bilhões de reais, é nada quando se olha para o mercado de capitais brasileiro”, diz o executivo do IFC.

Como exemplo de inclusão no qual o IFC tem participação, Darzé cita o Sistema de Cooperativa de Crédito, o Sicred, que, assim como muitas instituições financeiras, monta sua própria fintech. “Existe hoje dentro dos bancos um esforço enorme de construir as próprias células de inovação, o que pode entregar resultados importantes do ponto de vista de inclusão”, diz Darzé.

Ele conta que quando o IFC investiu no Sicred, em 2010, 2011, a cooperativa reunia um pouco mais de um milhão de associados. Hoje são quatro milhões. Com o Sicred digital, a expectativa é dobrar esse número, o que representa um elemento de inclusão financeira potente. Ao fazer um recorte geográfico, o que se vê é que 70% dos associados do Sicred

estão em cidades de menos de 100 mil habitantes, que não são alvo de nenhuma grande instituição financeira.

O executivo do IFC apresenta ainda o exemplo do Grupo Martins, o maior distribuidor de produtos da América Latina, que tem um banco do qual o IFC é sócio. “De olho em frentes de oportunidade, o Tribanco está criando um market place para levar soluções não só de crédito, mas principalmente de gestão de caixa ao pequeno varejista, que provavelmente está incluído, tem conta bancária, mas não tem instrumentos para melhorar a gestão de suas contas a receber e a pagar”, ele resume.

Segundo Darzé, isso representa um potencial de 150 mil novas empresas só dentro do Grupo Martins, um milhão fora. “Talvez seja um dos melhores usos do um correspondente bancário, para levar serviço financeiro para essa pessoa física que está ali no entorno”, defende Darzé. Assim como no Sicred, o banco do Grupo Martins desenvolve sua célula interna de inovação, quase como uma fintech, o que abre uma nova frente de investigação importante do ponto de vista tecnológico e de inclusão, avalia Darzé.

O executivo do IFC aborda o que considera ser um ponto chave para o sucesso de algumas fintechs: o modelo de negócio. Ele explica que dentro da estrutura dos grandes bancos, não é possível atender massivamente ao público excluído, simplesmente por uma questão de custo de transação. “É uma plataforma que não está posta para fazer isso de forma saudável para o banco. A gente vê algumas fintechs encontrando formas alternativas de trabalhar com esse público. Aí, pelo menos da perspectiva do IFC, é onde estão as oportunidades mais interessantes do ponto de vista de impacto”, ele explica.

Outro exemplo é o Creditas, um cliente do IFC que trabalha com um cliente já bancarizado, mas num mercado de tal ineficiência no sistema financeiro, que são as operações de crédito com garantias, que o caso de investimento é óbvio. De acordo com o executivo, quando se compara a tese de investimento pura, ela é muito mais clara no Creditas. O papel social pode parecer menos óbvio do ponto de vista de inclusão porque não traz necessariamente gente nova, embora seja claramente relevante para a economia, mas do ponto de vista de risco do modelo de negócio, ele tem mais clareza.

”Esse é outro desafio que não faço a menor ideia de como tratar, mas que é super importante, o peso entre um papel de inclusão claríssimo, dado por uma fintech, e o seu modelo de negócio, portanto o risco associado a esse modelo”, avalia Darzé. Ele aponta para a necessidade de se pensar em instrumentos para incentivar e estimular o fluxo de capital para esse setor. Em 2017, foram quase 700 milhões de reais de investimento, muito

para um setor que há três anos era quase inexistente, ele diz. “Não sei exatamente como se articula isso sem cair nos equívocos que caímos lá nos anos de ouro das microfinanças. Aquilo não funciona: a gente fica prisioneiro de um mundo que é mais político e menos social. Ninguém quer isso, especialmente no ambiente político atual”, diz.

Darzé lembra quando o IFC começou a pensar o tema de Nubank, talvez a mais conhecida e valorizada das fintechs. “Existia uma discussão dentro do IFC se aquilo tinha ou não relevância do ponto de vista de desenvolvimento, do ponto de vista social”, lembra Darzé. O próprio executivo responde, apontando para o impacto que a pequena organização teve frente a bancos do porte de Itaú e Bradesco. “O Nubank teve papel fundamental para a indústria. Rompeu uma barreira, colocou a indústria de fintechs no radar e mudou completamente a dinâmica do negócio de cartões de crédito”, avalia.

Com quais indicadores, afinal, se consegue medir o impacto social dessas iniciativas é justamente o questionamento do professor Eduardo Diniz, moderador do primeiro painel. Se for medir o impacto com um indicador clássico, como o número de novas contas abertas, por exemplo, talvez o resultado seja baixíssimo. Mas existem elementos indiretos e efeitos no ecossistema como um todo que não devem ser desprezados, insiste Darzé. Na avaliação do professor Eduardo Diniz, às vezes uma solução sem o aspecto social tão bem marcado pode ter impacto econômico e efeito em cascata de várias outras formas.

A grande questão quando se fala no tema de inclusão financeira e fintech, de acordo com o executivo do IFC, é encontrar os instrumentos, principalmente os instrumentos financeiros, “que viabilizem esse bloco com viés mais social, porque essas instituições vão precisar de grana para crescer”, ele avalia. Para o executivo, o desafio das fintechs está no investimento de capital e na alavancagem via fundos. “Talvez algum papel para os investidores institucionais do mercado de capitais, talvez as instituições de desenvolvimento como uma espécie de colchão de risco para que outros investidores possam botar sua grana ali com mais conforto”, ele sugere.

E completa: “não falta investidor querendo dar mais causa à sua grana, mas isso bate no limite de quanto risco a mais eu estou trazendo”. Sobre o tema da fintech social, ele teme se tratar de uma armadilha que pode encapsular soluções fantásticas. “Ao colocar o carimbo de fintech social, você tira ela do mapa de muitos outros investidores e apoiadores”, alerta.

Em resposta à questão de métricas e indicadores, a professora Erica Siqueira argumenta que tudo depende de qual resultado se quer alcançar. “Será que a gente quer só pessoas consumindo serviços financeiros e tendo crédito, ou pessoas que aprendam a se posicionar na sociedade e ter

outro tipo de benefício em função, ou não diretamente em função, da sua inclusão financeira”, ela questiona.

A pesquisadora apresenta o exemplo das fintechs de impacto social, como a Avante ou o Banco Palmas, que não estão só preocupadas em gerar acesso, mas em criar e levar perspectiva para a pessoa se incluir na sociedade, refletindo inclusive politicamente sobre a sua existência ali. “É mais do que só o serviço financeiro por si e por isso talvez seja difícil de medir resultados”, diz Erica.

Sobre a questão de como as fintechs vão conseguir capital, ela reconhece que cancelar essas iniciativas com o selo social pode assustar investidores, mas existem fundos especializados nessa vertente, como é o caso da Artemísia. “Colocar a missão clara, bem definida, pode atrair esse tipo de investidor que realmente queira gerar impacto com o seu investimento”, ela sustenta.

Uma particularidade sem precedentes diz respeito ao universo de informação que a tecnologia permite coletar. Alexandre Darzé cita como exemplo o aplicativo de educação financeira Guiabolso, projeto apoiado pelo IFC. “Se eu quiser monitorar, consigo inclusive capturar o uso do aplicativo, as telas que você usa mais, se você está mais preocupado com o tipo de poupança ou se está mais preocupado em simular empréstimos”, conta.

A análise de dados recolhidos por esses sistemas ainda está nos primórdios e exige aprendizado, ele afirma. “Estamos discutindo com algumas instituições sobre green bonds, para o pequeno produtor rural. Ao olhar para uma dessas agritechs com imagens de satélite e outras tecnologias, você consegue uma quantidade de informação que permite inclusive calcular quanto de sequestro de carbono”, ele conta. Darzé compara com o cenário de cinco anos atrás, quando discutia a criação de uma linha de sustentabilidade para questões agro: “o IFC tinha uma calculadora cheia de parâmetros, isso mudou radicalmente”.

Quando se fala de micro e pequena empresa e a qualificação do acesso a serviços financeiros, Darzé usa como exemplo instituições que trabalham com recebíveis: “sei quando, que tipo de recebível, onde ela recebeu, como pagou, qual o nível de liquidez daquele recebível”.

Uma das questões apresentadas no debate foi relacionada ao elevado custo de captação de clientes. Quanto mais baixo o custo de aquisição, mais interessante é a fintech do ponto de vista do investidor, avalia Alexandre Darzé. Para ele, todas as startups financeiras buscam alternativas para encontrar o modelo comercial que traga um custo de aquisição relativamente baixo. “A associação com instituições que são polos aglutinadores de clientes é um caminho, mas vem com um preço. O

custo de estar dentro de uma governança mais pesada é difícil e talvez saia mais caro”, ele diz.

“A gente vai ver poucas fintechs se juntando com grandes instituições como bancos e telefônicas. Existem oportunidades, mas não me parece que isso venha a ser a regra”, afirma. A regra, em sua opinião, será a busca das fintechs por construir modelos de negócio com custo de aquisição mais baixo.

Quanto ao papel dos gigantes de tecnologia e sua ameaça aos bancos, a professora Erica Siqueira avalia que as ferramentas digitais usadas no dia a dia, como Facebook, entre outras, devem adaptar o pagamento direto de forma transparente e fácil, mas a realidade não é tão simples. A pessoa precisa estar incluída no sistema bancário. Para usar o serviço de pagamento da Samsung, por exemplo, é necessário ter uma conta ou um cartão. “Claro que para a Geração Y vai ficar fácil usar esses serviços, colocando em risco até alguns modelos de negócio de fintechs que trabalham especificamente com modelos de pagamento, mas acho que isso não atinge talvez quem precisa ainda ser incluído”, ela opina.

Darzé compartilha da mesma visão. E acrescenta que além dos gigantes da tecnologia, cada um entrando de uma forma diferente, outro fator concorrente é o peso do e-commerce. Cita o portal Ali Express, na Ásia, que já é um dos maiores financiadores de pequenas empresas no mundo. Na América Latina, ele cita o Mercado Livre, que tem operação no Brasil, no México, e em outros países, e muito rapidamente pode ser um dos maiores financiadores de pequena e média empresa. Com uma diferença. “Ele tem uma enorme vantagem em relação aos bancos porque passa a ter um mitigador de crédito, que é barrar a venda do cidadão. A gente não tem isso no mundo bancário”, avalia o executivo do IFC.

Pelo menos do nosso lado, diz Darzé, o campo é de tentativa e erro em quase todas as frentes. Ele chama a atenção para o movimento dos bancos e das fintechs emergentes em criar soluções dentro de laboratórios de inovação. “Acho que aí é onde talvez exista a maior oportunidade nos próximos dois anos”, afirma.

Fintech social

Para contextualizar o poder de transformação socioeconômica de certas fintechs, Helene Meurisse, do IFC, fez um cálculo de seu impacto. Se fosse possível juntar todas as comunidades pobres do país, as favelas representariam o quinto maior Estado do Brasil, com 12 milhões de pessoas e renda anual superior a 60 bilhões de reais, avalia a moderadora da segunda mesa de debate, centrada no tema Fintech Social.

Explorar os bastidores desse assunto ficou a cargo de Bernardo Bonjean, executivo principal da Avante, fintech social de maior crescimento na América Latina, com foco em empoderamento na base da pirâmide. Ao todo, diz Helene, ele concedeu 140 milhões de reais em crédito, impactando mais de 30 mil empreendedores.

Para Bonjean, empreender é uma guerra e o microcrédito, uma arma. “Se esse guerreiro fosse uma empresa ou um setor, seria a maior empresa ou setor do Brasil, algo em torno de 50 milhões de pessoas”, ele calcula. A Avante nasceu para criar as armas para essas pessoas vencerem a guerra do empreendedorismo, explica. Mas só o microcrédito não basta para garantir a mesma vantagem competitiva de uma empresa pequena, média ou grande.

Com experiência de 15 anos no mercado financeiro, no Banco Pactual e na sociedade da XP Investimentos, Bonjean revela que em 2008, na crise, conquistou a independência financeira. Enxergava ter dois caminhos: “ou fazer como a elite faz, que é dar as costas para o Brasil e ir morar num país de primeiro mundo para não pagar imposto ou ficar no Brasil para resolver um problema com P maiúsculo”, conta.

Foi fazer pós-graduação na Universidade de Harvard, onde conheceu o conceito de empresa humanizada, construída em cima de pessoas, propósito e performance. Foi então que resolveu fundar a Avante. “A inclusão financeira no Brasil não funcionou, temos 48 milhões de pessoas negativadas”, ele afirma. Em sua opinião, é preciso fazer a inclusão do sono. “Hoje o brasileiro pega crédito, é incluído, mas não dorme mais”, diz o executivo, que resolveu montar a Avante para simplificar a vida do microempreendedor. “Para mudar esse país tem que ser por baixo. Por cima não funcionou”, ele avalia.

A empresa aprova 67% das propostas que recebe, sendo que 80% dos clientes renovam o crédito e a inadimplência média é de 7%. E como conseguiu isso? Ele explica: humanizando seu produto. Hoje o sistema de avaliação mede três critérios. O primeiro é a capacidade do negócio. “A segunda variável, e a mais importante, é o caráter, se o cliente preza ou não por seu nome”, diz o executivo. O último critério é a avaliação do agente, que dá uma nota para a personalidade do empreendedor e para o seu negócio.

A partir daí, diz Bonjean, se calibra o algoritmo de concessão de crédito. O segundo produto da Avante é de pagamentos. “Nosso cliente perde muita venda para um pequeno e para um médio porque não parcela, não aceita cartão, nem fiado”, diz Bonjean. O executivo explica que a solução foi criar um aplicativo que o agente baixa em 30 segundos e em mais um minuto ele cadastra o empreendedor para aceitar cartão.

“O stakeholder mais importante da Avante não sou eu, que sou o maior acionista, não são os colaboradores, é o microempreendedor”, diz o executivo da Avante, que tem 11 indicadores de desempenho, sendo quatro de pessoas, quatro de propósito e três de performance. Paralelamente, a fintech tem um conselho formado de microempreendedores, que se reúne trimestralmente. São eles que definem a política de preços da empresa e o roadmap de novos produtos. “A gente nem tem área de produto, a área se chama microempreendedor e é junto e misturado que a gente desenha essas soluções, somos 100% customer centric”, diz Bonjean.

Na opinião do empresário, não adianta os bancos atenderem o aposentado, o microempreendedor e o estudante. “Tem que focar num cliente e colocar ele no meio de tudo”, avalia. Diante da questão de Helene sobre o preconceito do sistema financeiro em relação à população de baixa renda, Bonjean argumenta que não conseguiu convencer bancos e investidores de que na favela existem bons pagadores. “Hoje os bancos têm uma visão extremamente voltada para rentabilidade, esquecendo a responsabilidade social com o país”, afirma.

Para estruturar sua empresa, o executivo buscou parceiros acostumados a lidar com as classes mais pobres, como é o caso da família Klein, das Casas Bahia. Depois trouxe como investidor a Omni, uma financeira que virou banco e ganhou a vida financiando o que ele chama de Pacheco, acrônimo para os carros populares Passat, Chevette e Corcel. Por último, juntou-se ao grupo Compartamos, “a maior empresa de microfinanças da América Latina, com 5 milhões de clientes e um case de microcrédito mundial”.

Bonjean iniciou seu modelo de negócios com uma parceria com o Itaú, mas “a cada 100 propostas, eles aprovavam 12%. A gente aprova 67%”. Seu concorrente no microcrédito é o Banco do Nordeste. “As portas estão sempre abertas, a gente fala tudo para eles, não fica aquele jogo de ganha-perde. O mercado é muito grande, se a gente não der as mãos, não resolve este país”, diz. No produto de pagamento, seu concorrente é a PagSeguro.

“Se fosse para dar uma nota para o capitalismo no mundo, de zero a dez, para mim como pessoa física foi dez, mas para o mundo é quatro e com quatro, você não passa de ano, é só olhar os números de igualdade social e ver que só funcionou para uma minoria, que está neste auditório”, ele afirma. “Quando vi que era possível para as empresas construir em cima de pessoas, propósito e performance, eu disse, isso é o que eu acredito”, afirma. E cita como exemplo do movimento de capitalismo consciente a maior aquisição da Amazon, de Jeff Bezos, com o Whole Foods.

Bonjean confessa se emocionar ao ver que o microempreendedor só quer um voto de confiança na missão de educar sua família. “Você vê uma

cliente que pegou microcrédito com você e fazia 30 coxinhas, hoje faz 300 e formou o filho em jornalismo, não tem como você querer voltar para o sistema financeiro tradicional, que é tudo para o acionista”, conta, sob aplausos espontâneos da plateia.

Sobre os desafios da Avante, ele explica que pretende chegar a um milhão de clientes até 2020, “o que não é nada para um país continental igual ao Brasil”. Por isso, um desafio de curto prazo é apoiar outros empreendedores e Oscips “que se adaptaram ao programa de microcrédito e infelizmente estão vendendo o almoço para pagar o jantar por não conseguirem acessar dinheiro subsidiado”. Em 2018, ele diz, a Avante deve ultrapassar todas as organizações da sociedade civil juntas em quantidade de clientes.

A Avante oferece tecnologia a partir de seu centro de inovação em Israel e tem acesso a funding por ter bancos como sócios. “Não ficamos nessa zona cinzenta que as fintechs ainda estão”, afirma. Seu desafio, revelou, é buscar meios de colaborar para em 2020 ter 10 milhões de clientes. “Se não a gente não muda esse país por baixo”, defende.

Bernardo Bonjean detalha que o grupo Omni hoje tem 28% da Avante e que com ele consegue ter até 1 bilhão de crédito de carteira ativa. O tíquete médio é de 2600 reais, com prazo de 8 meses e retorno por empréstimo de 10%. “A gente tem número para rentabilizar o investidor, e ao mesmo tempo, como empresa de propósito, se os juros baixam, tenho que baixar o preço para dar um retorno que a gente acredita ser satisfatório para os dois lados”, avalia.

O mecanismo de enfrentamento de fraudes adotado pela Avante foi exigir que o cliente digitalize o cartão para transações acima de 200 reais. De forma geral, o fraudador não tem a posse do cartão, apenas seu número. No início da operação, o índice de fraude era de 10% e hoje está em 0,8%, ele explica

“Não temos problema nenhum em falar que nosso cliente hoje a maioria é CPF, é informal. A gente está como subadquirente, cobra um custo de 5%, e o cliente recebe 100% das transações antecipadas”, ele conta. Um cliente da Avante custa 74 reais, custava 262, e tem um lifetime value na casa de 500 reais por causa do microcrédito e do pagamento.

O primeiro crédito que a Avante originou foi na favela de Paraisópolis, onde o agente ia com prancheta, papel e caneta, depois transferia os dados para uma planilha Excel. Bonjean conta que recorre ao laboratório de inovação de Tel Aviv para buscar melhoria de processo a partir da tecnologia.

Ele conta que na indústria de microcrédito individual no mundo, um agente faz 0,6 cliente por dia e o da Avante atende 2 ao dia por conta da combinação de tecnologia e melhora de processos. Ele explica que usa muito a metodologia de design thinking. “Aliás, se a GV não ensina isso, quem é estudante tem que fazer um curso de design thinking”, revela Bonjean, e diz que essa metodologia mudou sua vida. “Design thinking nada mais é do que entender as dores daquele usuário”, ele aponta. O que a empresa fez foi “entender as dores do agente, grudar um bando de post-it na parede e chamar os geniozinhos do lab, que foram resolvendo com a tecnologia”, ele conta.

Embora seu foco de atuação seja no Nordeste, a empresa foi desenhada para ter cobertura nacional. “Nossa visão de longo prazo é criar microeconomias, é dar ferramentas para todos os microempreendedores e fazer com que eles façam negócios entre si”, conta. Seu foco são cidades entre 8 mil e 300 mil habitantes, o raio de atuação é o Nordeste, e seu plano é subir. “Se for para estar em capital, só interessa estar dentro de favela”, diz.

No modelo de negócios da Avante, o agente é estratégico. “O cliente adora esse contato com o agente, ele não está a fim de falar com uma máquina. A gente sempre apostou em rede, e na relação interpessoal, é uma coisa que os nossos agentes valorizam”, conta. No começo, a empresa contratava agentes com carteira e experiência em microcrédito que eram dispensados pelo Banco do Nordeste. “Não sei por que raios que quando o agente chegava ao nível máximo de quantidade de clientes e de qualidade, o Banco do Nordeste acho que pensava que ele ficava caro. Então a gente pegou muito esse cara que chamamos de faixa preta”, conta.

O treinamento é um desafio e muitas vezes se limita ao básico. O que a empresa procura fazer é disseminar melhores práticas. Para isso, a cada seis semanas reúne os agentes com os melhores números, as melhores inovações e o menor índice de inadimplência para dividir a experiência prática com os demais. Outra particularidade é a busca em adaptar a empresa ao agente. Um exemplo é a criação de jornada para atender às mães solteiras, que trabalham no período da manhã e da tarde, fazendo um intervalo para pegar o filho na escola e preparar seu almoço. “Tudo é pensado e desenhado: a gente tem o conselho só dos microempreendedores e o conselho só dos agentes”, revela.

De forma objetiva, o que motiva o agente, diz Bonjean, é dinheiro. “Hoje eles ganham entre 1.500 e 6000 reais e o maior desafio para ganhar mais chama-se CLT”, ele diz. Como todos os agentes da empresa hoje são contratados pelo regime da CLT, a Avante chamou uma consultoria para estudar a possibilidade de criar uma monofranquia para reverter a economia do imposto trabalhista para o agente.

Dentro do plano de negócios da Avante, a expectativa é que ela se torne lucrativa em 2019. Em 2017, a empresa perdeu 11 milhões de reais e para 2018 a previsão é de perda de 14 milhões. Bonjean afirma que se hoje no mundo a relação agente-cliente é de 200, na Avante é possível chegar à proporção de 1 agente para 700 clientes, argumenta o executivo.

O que encarece a operação, ele diz, é a CLT, uma vez que todos os agentes são contratados. Sobre a forma de lidar com os 7% de inadimplentes, a empresa busca esgotar as possibilidades da tecnologia. Ele dá um exemplo: Caruaru é um polo que fabrica o jeans mais barato do Brasil, custa 8 reais, e em Paraisópolis, o mesmo jeans sai por 64 reais. “Como eliminar o atravessador e levar o sujeito que mora no interior do Maranhão a comprar o jeans de Pernambuco, a lingerie de Friburgo, a bijuteria de Limeira e o sapato de Franca”, questiona. A solução foi a criação de uma plataforma digital, chamada atacado.com. “Dar essas soluções é mais barato do que dar educação financeira”, diz o executivo.

Da mesma forma, ele avalia, não adianta aconselhar o cliente a não vender no fiado. A solução está em buscar alternativas via produto. “Quando a gente não consegue, a saída é fazer alguma coisa colaborativa”, ele afirma. Seu modelo é a Universidade Harvard, onde não se aprende a partir da teoria, mas com estudos de caso. “Por que não colocar os empreendedores para discutir suas dores”, ele pergunta. Bonjean argumenta que seu cliente espera resultado imediato, em 24 horas. “Você tem que dar a coisa mais prática possível para ele poder ir para o alto e avante”, conclui.

P2P lending

Vinte anos atrás, quando se falava em microcrédito, a inovação eram os modelos de crédito solidário à moda de Yunus, do Grameen Bank. “Era o agente de microcrédito, que era parte da comunidade, e tomava a decisão. Nos dias atuais, o uso que se faz das redes sociais determina o papel de substituição do contato por tecnologia”, diz Eduardo Ferreira, que trabalha com negócios inclusivos e inclusão financeira no IFC depois de 30 anos nessa área no Itaú.

“Vivenciamos uma mudança de patamar de inovação”, afirma Ferreira, o moderador da terceira mesa, sobre P2P Lending. O palesante é Bruno Sayão, ex-aluno da FGV e CEO da IOUU, um market place de P2P lending, modelo de negócios que o executivo adaptou para o Brasil com foco no público de micro e pequenas empresas.

Por mais de dez anos, Sayão liderou uma empresa de tecnologia voltada para clientes do mercado financeiro, transformando processos físicos em digitais. Alguns de seus clientes são Banco Original e Next, a versão 100%

online do Bradesco. Foi nessas duas oportunidades que ele vislumbrou a chance de fundar a IOUU porque verificou a dificuldade para identificar o score de crédito do microempreendedor. Principalmente porque nas micro e pequenas empresas a pessoa física se confunde com a jurídica: o empreendedor usa o dinheiro da conta pessoal para pagar conta da empresa e o dinheiro da empresa para pagar conta pessoal.

Seu projeto foi desenvolver um algoritmo que utiliza técnicas de machine learning e inteligência artificial para, por meio de social score, mobile data e várias outras tecnologias, gerar uma avaliação daquela pessoa, seja ela bancarizada ou não. De acordo com Sayão, 102 milhões de brasileiros compartilham seus momentos no Facebook. Desses, algo em torno de 86 milhões por dispositivos móveis.

A solução da IOUU envolveu muita tecnologia embarcada porque, diz o executivo, a educação financeira e a experiência do usuário contam muito para verificar se alguém tem ou não credibilidade para captar junto dos investidores da plataforma. Em 2018 a empresa deve renovar seus produtos para aprimorar a avaliação de crédito. O aplicativo pretende monitorar o histórico de ligações, o número de contatos ativos na rede social, se a pessoa tem comércio e, via geolocalização, analisar o tempo que ela permanece no endereço comercial.

“A gente costuma falar que a maioria das fintechs é mais fin do que tech. Somos mais tech do que fin”, diz o executivo. A partir de sua experiência em tecnologia adaptada ao mercado financeiro, Sayão e o sócio, Ricardo, seu CTO, capturam dados não estruturados disponíveis na internet e que fazem diferença para a oferta de crédito para o maior número de pessoas, ele explica.

A IOUU é um correspondente bancário de diversas instituições financeiras, com as quais estabelece parceria, principalmente com bancos médios. “Vejo que os bancos querem fazer parte disso, mas quando as fintechs começarem a incomodar haverá um processo de aquisição ou parceria. Vai ser como o Itaú fez com a XP. Quando o Nubank começar a incomodar, provavelmente o banco vai fazer uma aquisição, hoje não incomoda”, avalia Sayão.

Ele revela que a IOUU recebeu propostas de aquisição de dois bancos, que recusou para manter a estrutura enxuta, eficiente e lucrativa. “Justamente isso determina o nosso spread para manter sempre as taxas mais baixas possíveis”, explica. Hoje em dia, ele detalha, não é a instituição parceira que define a taxa de juros cobrada pela IOUU, é a própria fintech que, em sua política de crédito, define a taxa a ser cobrada do tomador.

Bruno Sayão e Eduardo Ferreira concordam com o fato de que as fintechs, muitas vezes, são vistas como laboratórios de desenvolvimento com maior

liberdade, mas que os bancos estão atentos ao que sai dali, não só como uma questão de compra, mas como aprendizado. O modelo funciona em particular para os bancos médios, que não trabalham com empréstimo para micro e pequenas empresas.

“Eles geralmente oferecem empréstimos para empresas que faturam 500 milhões/ano, 100 milhões/ano, e vêm na IOUU a oportunidade de atingir um público que não alcançam”, diz o executivo. Ele explica que bancos comerciais grandes liberam apenas 7% do crédito direto e que 50% do crédito para micro e pequenas empresas tem como origem os bancos públicos, basicamente o BNDES.

Bruno Sayão explica que uma das composições de seu score é a pontuação dos birôs de crédito. “Não viemos para reinventar a roda, os birôs trabalham com dados há mais de 20 anos. A IOUU ficou mais de um ano ouvindo o mercado, conversando com clientes, identificando pontos relevantes e refinando o algoritmo”, ele explica. Sayão revela utilizar outros itens de análise, como a questão comportamental, um modelo ainda pouco usado no Brasil. “Aprovamos algo em torno de 5% das solicitações de crédito porque na outra ponta estão os investidores, e é preciso garantir a rentabilidade para eles fazerem aporte. Todo funding é fornecido pelo investidor, seja ele pessoa física ou jurídica”, justifica.

O executivo explica que muitos investidores buscam aplicar seus recursos com propósito, e não única e exclusivamente para ter rentabilidade superior aos investimentos tradicionais. Por isso a empresa planeja lançar um microcrédito sem juros para viabilizar o aporte e o apoio a projetos e comunidades.

Ao publicar uma oportunidade em sua plataforma, a IOUU apresenta uma variedade de dados, o que inclui score de risco da operação, quantos funcionários a empresa tem, qual o faturamento, o grau de endividamento, se ela tem algum tipo de restrição, qual sua história, com quais produtos trabalha, além de um vídeo do empreendedor explicando para que vai utilizar o empréstimo e um vídeo institucional. “Damos ao investidor uma série de informações para ele tomar a decisão se quer ou não correr o risco daquela operação”, explica.

A IOUU foi acelerada pelo fundo de impacto social Artemísia. “Eles têm uma frase que gosto muito: entre ganhar dinheiro e mudar o mundo, fique com os dois. É isso o que a gente acredita, e que a gente quer passar para os nossos investidores”, afirma Sayão. O executivo informa que sua taxa de inadimplência gira em torno de 2% a 4%, dependendo do tipo de produto.

Desde o início, a empresa tem mais funding do que solicitação de empréstimos: algo em torno de 22 milhões em solicitações e 120 milhões

em funding. “Infelizmente, o índice de aprovação ainda é baixo”, ele diz. A partir do aprendizado de mais de um ano, a empresa pretende em 2018 relançar a plataforma com nova identidade visual, mais fácil e simples.

Segundo Sayão, o principal uso do recurso de empréstimo é para capital de giro, o segundo é troca de dívida. Expansão, investimento no negócio ou inovação ainda representam pouco. O tíquete médio é 37 mil, e o prazo é de 18 meses. “Por trabalhar com P2P, fizemos uma primeira rodada de investimentos via crowdfunding, e o mais interessante naquele momento era o modelo da Eqseed”, ele explica.

A ideia inicial era fazer uma primeira rodada de investimentos de 1 milhão de reais, sendo metade pela Eqseed, a outra por três investidores anjo, um deles a GV Angels. “A gente captou 500 mil em 10 dias, foi a mais rápida captação da Eqseed no Brasil”, ele conta. Foram ao todo 36 investidores, entre eles gente com 20 anos de experiência em vender política de crédito dos bancos na Serasa Experian, empresário de data center e diretor de indústria.

A comunicação com os investidores é feita a cada três meses, com um relatório do progresso da companhia, diz Sayão. Alguns investidores mantêm relação mais próxima e aplicam sua expertise no negócio em si. “Por ser uma plataforma P2P, fazer a primeira captação em equity crowdfunding trouxe muita visibilidade”, ele sinaliza.

O algoritmo que faz a análise de crédito funciona como uma caixa preta. Sayão detalha o processo: “jogamos os dados dentro da máquina e ele gera resultado, com os pontos que temos que atentar ou não”. Os critérios usados na política de crédito para o microempreendedor individual são dois anos de vida e faturamento de 60 mil reais por ano. “O dados crescem de acordo com o porte da empresa, se é uma micro, tem que faturar 360 mil e ter, no mínimo, um ano e meio de vida.

Sayão explica que para treinar o algoritmo foi necessário comprar bases de birôs de crédito. Além disso, a empresa fez uma série de robôs que consultam bases públicas e privadas para buscar dados não estruturados, que são jogados na máquina para gerar score de cada operação. Os investidores, detalha Bruno Sayão, são livres para se cadastrar na plataforma e analisar as oportunidades.

Em seu plano de expansão, a IOUU pretende incluir produtos como microempréstimos, empréstimo com garantia imobiliária, veicular, antecipação de recebíveis, empréstimo pessoal direto sem garantia. “A gente está expandindo o modelo para atender um range maior de clientes e dar meios para esse empreendedor ter uma boa gestão financeira”, diz. Mesmo se ele não for aprovado nesse momento, “que ele volte daqui a três, seis meses a solicitar um empréstimo conosco e a gente faça a

aprovação”, explica o executivo. Para isso, a alternativa foi fazer parcerias com plataformas de gestão financeira como SmartMei, Nibo e ContaAzul.

Outra parceria foi com o Banco Neon: o crédito oferecido cai diretamente numa conta do banco para o público desbancarizado. “Assim é possível acompanhar o uso daquele empréstimo”, explica. Sobre a regulamentação desse setor, Sayão diz discordar de alguns pontos avaliados em consulta pública do Banco Central. “Vai ficar caro e burocrático para as fintechs trabalharem, mas vemos que o Bacen está propenso a modificar, o que vai ser benéfico para o mercado”, diz.

Pensando nisso, a empresa desenvolveu um score de prevenção de lavagem de dinheiro e trabalha internamente para se adaptar à eventual mudança de regras. “O próprio Bacen fala que a gente faz uma gambiarra jurídica ao usar uma norma de correspondente, uma brecha. Então vai ser uma forma de a gente estar dentro das normas”, avalia. O executivo compara o processo de adaptação do P2P ao que ocorreu com o Banco Original, quando lançou o processo de abertura de conta: “não tinha nada dizendo se podia ou não”.

Quanto aos critérios usados pelo algoritmo para avaliar os empreendedores, Bruno Sayão informa que os robôs recolhem da internet dados como histórico de educação, últimos empregos, curtidas em páginas do Facebook e comentários em páginas públicas. “A gente verifica também em outras bases como Reclame aqui, LinkedIn, além das últimas cinco fotos postadas nas redes sociais e verifica se bate com a foto que ele submeteu na plataforma”, conta.

“É uma composição de vários score que dão um score geral para a gente ver se vai poder ou não ceder o crédito”, informa o executivo. A IOUU tem parcerias com empresas de big data que informam sobre plano de saúde e relacionamento ou não com bancos, por exemplo. “Se você está pedindo o imóvel como garantia, a gente verifica o valor do metro quadrado e consegue gerar o score para a nossa tomada de decisão”, afirma.

Os dados não estruturados disponíveis na internet são usados para avaliar se o cliente pode ou não se tornar inadimplente. A expectativa, ele informa, é automatizar ao máximo, embora ainda haja intervenção humana em alguns processos, como é o caso da análise de balanço. Ele cita o caso pitoresco de um aspirante a crédito que ganhava 2500 reais como CLT, fazia checkin no Figueira Rubayat e tinha fotos em Nova York. “A gente foi identificar que ele trabalhava na empresa do sogro, que é dono de uma indústria gigante”, conta Sayão.

Arranjos de pagamento

Até pouco tempo atrás, metade da população brasileira economicamente ativa não tinha conta bancária ou financeira. “Isso melhorou, mas melhorou em termos”, afirma o professor Adrian Cernev, moderador da quarta mesa de debates, sobre Arranjos de Pagamento. Hoje são 40 milhões de brasileiros sem sequer um registro em conta, ele diz. O mesmo vale para micro e pequenas empresas.

Os meios de pagamento existem há uma década e meia, mas só nos últimos cinco anos ganharam arcabouço jurídico com regulamentação do Banco Central. “O papel das fintechs no acesso e utilização desses instrumentos de pagamento se torna ainda mais importante para incluir o cidadão que opera com papel moeda, em um primeiro salto dentro da vida financeira da população de baixa renda”, diz Cernev.

Embora o potencial de crescimento do e-commerce seja grande no país, ele hoje esbarra justamente no meio de pagamento. Muita gente não tem cartão para comprar a prazo, nem limite de crédito no cartão. Investidor do setor de e-commerce há 12 anos, com três outras plataformas digitais, Ricardo Laureano há pouco mais de cinco anos criou a Koin para facilitar a venda a prazo para quem está fora do sistema financeiro.

Sua inspiração foi a empresa sueca Klarna, que hoje responde por 40% do checkout de e-commerce na Europa e acaba de entrar nos Estados Unidos. “Vi o modelo de negócios da Klarna e realmente me apaixonei”, conta o executivo. O diferencial foi a fórmula para enfrentar a falta de segurança, um dos principais entraves do comércio eletrônico.

Tradicionalmente, no e-commerce primeiro se paga e só depois se recebe o produto. Isso porque o checkout foi todo construído por Visa e MasterCard, em uma estratégia para garantir segurança, ele diz. O que os suecos fizeram foi inverter esse valor, criando um processo em que primeiro o cliente recebe a mercadoria em casa e só depois paga. “Dessa forma, você tira o receio da pessoa de fazer compras na internet, primeiro porque o cliente não inputa nenhum dado financeiro e depois eliminando o receio de não receber o produto”, explica Laureano.

O cliente navega normalmente na página do e-commerce e no momento em que chega ao checkout, abre-se a opção de pagar usando o botão da Koin. “Ao clicar no nosso botão, você aceita os termos e as condições e a nossa plataforma, automaticamente gira a análise de crédito de fraude e aprova ou não aprova a operação”, ele explica.

A partir do momento em que a operação foi aprovada, a Koin manda o chamado autorizando o varejista a remeter a mercadoria ao cliente. Quem passa a ser o devedor é a Koin e não mais o cliente, explica Laureano. Em geral, o comprador recebe o boleto para pagamento 15 dias depois da data

da operação. “A gente acredita, em conjunto com os lojistas, que esse prazo já foi suficiente para o cliente receber a mercadoria”, diz.

Foi necessário fazer algumas adaptações ao Brasil, sobretudo para suprir a ineficiência na entrega e a dificuldade de encontrar dados para gerar um modelo apurado de crédito e fraude, afirma Laureano. “O que a gente passou a fazer foi trabalhar com nosso próprio score, a título de comparação com os birôs porque se você basear o modelo só no birô, não vai dar crédito para ninguém no Brasil, esquece”, resume o executivo.

A ideia inicial da startup era atacar o boleto e atender quem não tem cartão de crédito, não tem limite ou teme as fraudes no comércio eletrônico. Na prática, diz Laureano, o boleto é ruim para quem paga, que só tem a opção de quitar o valor à vista. E ruim para o lojista, principalmente o grande, em razão da baixa taxa de conversão, de 40%. “A partir do momento em que o cliente clica no boleto, o lojista reserva essa mercadoria no estoque dele, e ela fica fora de venda, esperando por esse pagamento em até 5 dias”, afirma.

“Logo percebemos que o boleto não era o grande problema do e-commerce, e sim a falta de limite do cartão”, conta Laureano. Embora as pesquisas estatísticas sejam nebulosas no país, ele trabalha com o limite médio do brasileiro na casa dos 700 reais. E estima que 60% das pessoas tenham cartão de crédito, no máximo. “Nem todo mundo se toca de que ao comprar um telefone por 1000 reais em dez parcelas, o emissor vai tomar do limite dele os 1000 reais, e não parcelas de 100”, ele detalha. De acordo com o executivo, entre 70% e 75% das compras no e-commerce são feitas com cartão de crédito. Porém, a cada quatro pessoas que tentam comprar na internet, uma é reprovada e, a grande maioria por falta de limite, afirma.

A Koin procura dar crédito instantâneo para o cliente. “Nosso objetivo é levar 3 segundos para analisar se ele merece ou não merece esse crédito”, conta. Para isso, a Koin faz uma pré-análise antes do cliente chegar ao checkout. Se o crédito não foi aprovado, o botão da Koin, que tem o formato de um peixe, nem aparece na página. “Para aqueles para quem o botão aparece, a assertividade é de quase 100% de que vamos autorizar esse crédito”, diz.

O executivo explica que a Koin é instituição de arranjo e de pagamento. “Sou meu gateway, sou meu adquirente, sou meu banco emissor, sou minha bandeira. Se você for no checkout, estou ali competindo com MasterCard e Visa”, enumera Laureano. Desde que o cliente pague no dia do vencimento, o serviço não tem custo nenhum. Na realidade, a atividade da Koin pode ser comparada à de uma administradora de cartão de crédito, explica seu fundador.

O mais recente movimento de expansão da empresa foi a entrada no setor de viagem, um setor no qual o tíquete médio é mais elevado e que sofre com a falta de limite. “Se você não tem um cartão de crédito ou mesmo se não tem um limite adequado, não consegue fazer uma viagem”, argumenta Laureano.

“Como a gente é um meio de pagamento literalmente alternativo e dá crédito para o cara comprar, encontramos muito boa vontade dos lojistas, principalmente os maiores, porque eles sentem no pelo a baixa taxa de conversão do cartão”, diz. O executivo revela que até se espantou com a quantidade de informação sobre o histórico dos clientes que lojas grandes passaram. O Hotel Urbano, por exemplo, passou 400 mil nomes com todo o histórico de compras, o que permite oferecer produtos específicos, como financiamento maior dependendo da pessoa. Assim, o cliente pode comprar um pacote de viagem em 10 vezes sem juros sem usar o limite do cartão de crédito. Na C&A, a Koin analisa 70 mil nomes por dia. Tecnicamente, essa análise de dados é feita a partir de um JavaScript que permite acompanhar todo o fluxo do cliente pela página do e-commerce.

A Koin chegou a ter quase mil lojas e aprovar quase 500 mil operações, oferecendo o boleto financiado, parcelado e pós-pago. Em 2016, seu índice de atrasados estava na casa de 40%. Atrasado é quem não paga o boleto no dia, não significa inadimplência, já que o balanço final é feito após 180 dias, como acontece no sistema bancário. “Hoje em dia a gente está com 12%, 13% de atrasados”, detalha Ricardo Laureano.

Outro projeto em andamento chama-se recuperação de carrinho. Quando o cliente tem uma compra negada por falta de limite de crédito, o sistema atribui determinado código, aí aciona uma mensagem da loja, que é enviada ao cliente com uma oferta de crédito da Koin. “Fizemos um teste com 7 mil nomes por dia e conseguimos recuperar 40% dos pedidos, e a taxa de inadimplência ficou em 2% só”, conta Laureano.

Desde que iniciou sua operação, há cerca de cinco anos, um dos desafios de Laureano foi convencer o lojista de que a Koin assumiria o risco de crédito da operação. “Nosso serviço é exatamente o mesmo do boleto, só que você pode pagar depois de receber a encomenda, sem custo nenhum. É uma operação benéfica tanto para o cliente quanto para a loja”, argumenta o executivo. Ele se recorda do espanto dos comerciantes: “As lojas perguntavam, mas você garante a operação toda? Sim, eu garanto. Você garante todo o charge back, toda a fraude, toda a inadimplência do negócio? Sim, eu garanto”.

FINTECH E INCLUSÃO FINANCEIRA NO BRASIL: Desafios e Oportunidades

Desde o final dos anos 1990, o Brasil tem produzido iniciativas relevantes de inclusão financeira, algumas se tornando referências mundiais, caso dos correspondentes bancários. Ainda assim, dezenas de milhões de brasileiros não tem acesso a serviços financeiros formais. A disseminação generalizada de tecnologias digitais no Brasil representa uma grande promessa no continuado esforço para promover um sistema financeiro verdadeiramente inclusivo.

Fintech, acrônimo de “Financial Technology”, tem sido um dos temas constantemente comentados na imprensa especializada pelo seu potencial de contribuir para a inclusão financeira. O termo compreende um universo de startups e empresas operando em plataformas digitais e atuantes em serviços financeiros. Em 2017, o FintechLab, que registra cerca de 250 startups em diferentes categorias de serviços. Este evento apresenta alguns modelos de negócio emergentes direcionados para segmentos da sociedade já estão conectados digitalmente embora ainda não plenamente atendidos pelo sistema financeiro.



12/12
9h



SALÃO NOBRE FGV EAESP

Rua Itapeva, 432 - 4º andar

Bela Vista - São Paulo/SP

PATROCÍNIO



APOIO



INSCRIÇÕES

