

## >> Fintech sem fim

Madrid >> 05 >> 2017

A permanência das *fintechs* em Espanha não deveria ser questionada. Apresentam um modelo de negócio sustentável nos mercados internacionais mais avançados e uma capacidade para democratizar e dinamizar o nosso setor financeiro. Ainda assim, para o conseguir falta o mais importante: fazer bem as coisas. Os próprios protagonistas definiram a prioridade de esclarecer o mercado sobre as suas especializações e particularidades –uma vez que o termo *fintech* designa mais de meia dúzia de especializações– e definir um quadro regulador que sustente o desenvolvimento inovador de um setor que ainda não recuperou totalmente a confiança da sociedade, depois da crise. No entanto, isto não será suficiente. Readquirir a confiança de investidores e clientes exigirá muito mais...

### ENERGIA FINTECH

Fazia falta uma nova revolução que agilizasse o lento crescimento económico provocado pela saída da crise. Investidores institucionais e privados orgulham-se de identificar surtos empresariais que animem o seu apetite investidor... e, **aparentemente, as *fintechs* estão a conseguir obter a preciosa estrela Michelin do capital de risco.**

Estas empresas empregam muitos recursos para reinventar, em matéria de eficiência e transparência, o setor financeiro, colocando o foco na experiência do utilizador. Neste sentido, as *fintechs* apoiam-se nas tecnologias da informação e da comunicação para oferecer aos clientes soluções e serviços financeiros mais eficazes e menos dispendiosos.

O boom digital e a necessidade de uma transformação do modelo de negócio financeiro bancário contribuíram para esta situação. Em pouco tempo, estas empresas dinamizaram o mercado. Calcula-se que, no exercício de 2016, o investimento mundial nas *fintechs* tenha sido de 24 000 milhões de dólares e que o investimento direto acumulado desde 2010 supere os 75 milhões de dólares. O volume de investimento em Espanha encontra-se ainda em estado embrionário, em comparação com a Inglaterra ou com os Estados Unidos, mas os números apontam para um forte desenvolvimento. Para não ir mais longe, no ano passado, foram criadas em Espanha mais de 100 novas *fintechs*, tendo o número total destas empresas ultrapassado as 240. Um olhar sobre os innovation labs e os aceleradores de empresas start-up mais prestigiados do mundo confirma que as *fintechs* se encontram atualmente no seu máximo esplendor.

Como a própria palavra indica, *fintech* é uma contração das palavras inglesas *finance* e *technology*. A tecnologia tem um impacto muito importante na criação e distribuição de produtos ou serviços financeiros alternativos e inovadores. E é precisamente a **inovação** que os clientes mais valorizam, mesmo mais do que os custos.

Podemos encontrar bons exemplos destas práticas de inovação no setor do crédito, onde se verificou que as *fintechs* melhoram a competitividade, tanto devido ao surgimento de negócios mais diretos, de que são exemplo os empréstimos rápidos on-line, como devido à introdução de plataformas inovadoras de empréstimos P2P (empréstimos entre particulares).

Ao mesmo tempo que desempenham um papel de dinamizadoras do setor e geram mais concorrência, as *fintechs* conseguiram canalizar outras necessidades empresariais. Numa época em que a concessão de crédito é limitada, as pequenas e médias empresas e as *start-ups* estão a encontrar uma solução para as suas necessidades de financiamento no *crowdlending* e no *crowdfunding*, através dos quais se financiam empresas e os respetivos projetos: as plataformas de *equity crowdfunding*, baseadas no investimento através de capitais; o *crowdinvesting* e as plataformas de factoring, de descontos de promissórias e de compensações de dívida.

“Esta revolução ajusta-se na perfeição às *fintech*, que chegaram para ser um motor da transformação digital, dentro do setor financeiro”

No caso dos negócios mais tradicionais, como sejam os de assessoria e gestão patrimonial, o surgimento das *fintechs* criou redes sociais de investimento nas quais se partilham acompanhamentos de carteiras e análises de riscos, rendibilidades e diversificação. Encontramo-nos, por um lado, perante negócios de assessoria e gestão automatizados que, com algoritmos, buscam a otimização de carteiras e, por outro lado, perante plataformas *on-line* de negociação para investidores.

No campo das finanças pessoais, a oferta centra-se em serviços que possibilitam uma gestão mais eficiente, proporcionando ao cliente um melhor controlo de despesas e permitindo-lhe até o acesso a previsões financeiras sobre as suas despesas, com base no seu comportamento.

Neste apanhado sobre o mundo financeiro tecnológico, é impossível não referir a agilidade, rapidez e comodidade que a realização de pagamentos por meio de telemóveis e dispositivos eletrónicos permite a utilizadores e comerciantes.

A tecnologia blockchain e as criptomoedas –também designadas por *bitcoins*– são a mais pura essência das *fintechs*, uma vez que se baseiam num meio de intercâmbio monetário puramente digital, que permite a realização de serviços de compra e venda, de corretagem ou a criação de um cartão virtual para efetuar pagamentos. Continuam, no entanto, a ser grandes desconhecidas e, para muitos, não são mais do que palavras difíceis de pronunciar e de compreender, mas os especialistas realçam, para os mais desconfiados, que as criptomoedas permitem constantemente identificar o titular da moeda, dificultando-se assim o uso para fins ilícitos.

Tornou-se claro que o crescimento exponencial da evolução tecnológica está a acelerar a mudança dos consumidores e aquilo que estes exigem aos prestadores de serviços, especialmente aos do setor financeiro. Esta revolução ajusta-se na perfeição às *fintech*, que chegaram para ser um motor da transformação digital, dentro do setor financeiro.

Ora, o espetro das *fintechs* é muitíssimo vasto. Como dizíamos, o seu raio de ação abrange todos os serviços de natureza financeira, sobretudo os que envolvem

tecnologia digital, em especial, o telemóvel. Esta amplitude confere ao setor uma maior notoriedade, proporcionando-lhe o poder de se constituir como um potente motor de mudança, embora, ao mesmo tempo, lhe vá exigir um maior esforço de diferenciação.

## SEGUINDO O SEU PRÓPRIO CAMINHO

Chegados a este momento, sem quebrar a essência do trabalho em rede e da partilha de conhecimento, temos de definir o roteiro de forma individualizada; conquistar a confiança individual dos potenciais clientes, evitando engarrafamentos ou até choques em cadeia.

A criação de uma imagem de marca própria é um elemento-chave da engrenagem do êxito, que, além do mais, deve ser sustentável no tempo, especialmente no caso das *fintechs*, cujo serviço se centra no retalho e nos investidores particulares. Graças a este trabalho em rede, o modelo de negócio deixa de ser algo que só alguns compreendem –com perfis altamente qualificados ou arriscados– conduzindo ao ponto em que os pontos fortes e as especificações individuais são realçados. **Por outras palavras, a notoriedade do setor deve ser acompanhada pelo prestígio da própria identidade.**

Este desafio adicional não se coloca em laboratórios tecnológicos nem exige rondas de investimento. Esta investida tem de ser feita numa relação de maior proximidade, encetando o diálogo com grupos mais heterogéneos e penetrando em territórios e comunidades diferentes (meios de comunicação, investidores particulares, cidadãos, *millennials*, e muitos outros). É uma questão de ampliar as fronteiras de comunicação, mantendo a presença e as relações com os nossos pares e o próprio setor, mas entrando num universo de diálogo mais amplo, nos locais onde de encontrem clientes e potenciais utilizadores. Sobre este aspeto, há um dado especialmente sintomático: o índice de recomendação de um cliente relativamente ao seu prestador de serviços de *fintech* é de 50 %, enquanto o mesmo índice relativamente à sua entidade financeira tradicional é de apenas 30 %.

A comunicação escrita e oral, o diálogo e a construção de relações recíprocas são ferramentas estratégicas ao serviço deste modelo de negócio tão marcadamente digital. Uma estratégia adequada e o tempo permitirão conquistar a atenção dos clientes, sejam eles fundos de capital de risco ou investidores particulares.

Interessa realçar um efeito colateral: uma maior concorrência dentro do setor deverá ser o resultado do aumento da procura de utilizadores e das estimativas de que, em 2017, o número de *fintechs* será duplicado (de 200 a 400). **A necessidade de diferenciação volta a ficar patente; a antecipação, a distinção, a conquista de notoriedade e o prestígio da marca própria são, hoje, oportunidades únicas.**



**Rodrigo García de la Cruz** é vice-presidente da Associação Espanhola de FinTech e InsurTech. García de la Cruz é CEO da Finnovating e diretor do Programa Diretor de Banca Digital do IEB. Engenheiro Superior Industrial em Eletrônica e Licenciado em Administração e Gestão de Empresas. Atualmente é um dos Top Influencers FinTech e InsurTech a nível mundial.

[rodrigo.garciadelacruz@finnovating.com](mailto:rodrigo.garciadelacruz@finnovating.com)

---



**María Díaz** é gerente da Área de Comunicação Financeira. Díaz é especialista em comunicação corporativa e relações com os meios de comunicação. Integrou a LLORENTE & CUENCA depois de 17 anos na Citi, onde desempenhou o cargo de Public Affairs Vice-President com responsabilidade direta, entre outras, na Chefia de Imprensa e na Responsabilidade Corporativa do grupo em Espanha, pelo que tem uma ampla experiência em gestão de crises e reputação corporativa. María Díaz é jornalista e conta com um Executive Program da ESADE Business School.

[mdiaz@llorenteycuenca.com](mailto:mdiaz@llorenteycuenca.com)

---

**d+i** desenvolvendo  
ideias  
LLORENTE & CUENCA

**Desenvolvendo Ideias** é o Departamento de Liderança através do Conhecimento da LLORENTE & CUENCA.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

**Desenvolvendo Ideias** é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Porque a realidade não é preta ou branca existe **Desenvolvendo Ideias** na LLORENTE & CUENCA

[www.desenvolvendo-ideias.com](http://www.desenvolvendo-ideias.com)  
[www.revista-uno.com.br](http://www.revista-uno.com.br)

