

# A Aceleração da Inovação na Banca

**João Pinto dos Santos**  
Senior Manager da Accenture Digital



No espaço de um ano, entre 2013 e 2014, o montante total de investimento em novas empresas *fintech* triplicou, de 4,05 mil milhões de dólares para 12,21 mil milhões de dólares.

*Fintech* é um termo resultante da expressão *financial technology* e serve para designar novas empresas de forte base tecnológica, externas ao setor financeiro e que procuram oferecer soluções financeiras.

Do valor total deste montante, de acordo com o estudo da Accenture intitulado *The Future of Fintech and Banking*, apenas 14% tiveram origem na Europa, mais de 70% têm origem nos EUA, o que reflete o ímpeto do capital de risco em ocupar espaços onde as instituições do setor financeiro deixaram campo aberto e a regulamentação o permite.

A Internet, a mobilidade e outras inovações tecnológicas que todos utilizamos no nosso dia-a-dia redefiniram as expectativas que os consumidores têm face a produtos e serviços. A velocidade a que as inovações se sucedem criou também a expectativa de que conseguir surpreender ao entregar soluções que funcionam num curto espaço de tempo e acessíveis ao comum dos mortais seja a norma e não a exceção.

As *fintech* estão precisamente a explorar esta procura dos consumidores que possibilita como nunca tirar partido de oportunidades no vazio que existe na relação entre os bancos e os seus clientes. Estão a demonstrar que consumir serviços e produtos com DNA financeiro não tem de ser complexo e pode até ser feito de forma mais útil do que hoje é habitual.

Além disso, estão a ajudar o setor financeiro a evoluir. Sejam práticos, a quase totalidade destas inovações, em especial as que se afirmarem, serão compradas por or-

“As *fintech* [empresas não financeiras de forte base tecnológica] estão a tirar partido de oportunidades no vazio que existe na relação entre os bancos e os seus clientes.”

ganizações do setor financeiro, e isso é um desfecho que faz parte do plano de negócios das *fintech* e das empresas de capital de risco que nelas investem.

As organizações financeiras restam duas opções: ficarem ocupadas com a regulamentação e redução de custos, em especial com o capital humano que é diferenciador nesta era digital; ou focarem-se em melhorar o dia-a-dia dos seus clientes (particulares e empresas) e tornando-se imprescindíveis para o cliente, capazes de o surpreender e cativar através de uma experiência única, consistente e credível.

E aqui é errado pensar que se trata apenas de tecnologia. Num negócio que se pretende mais relacional, deverão ter consciência de que as relações de negócio duradouras se constroem por pessoas, não são transacionáveis.

Ao longo deste mês de maio, a Accenture teve oportunidade de desenvolver um programa de formação em conjunto com o Instituto de Formação Bancária centrado no tema “Banca Digital”. Durante este programa, foram abordados os aspetos fundamentais deste contexto de disrupção e definidas as alavancas para iniciarem essa viagem, enquanto peças fundamentais neste processo de evolução.

Alguns dos temas debatidos foram a centralização no cliente, mais importante que nunca no contexto atual, a necessidade de alavancar o capital humano face às exigências que se colocam à banca e por fim como aplicar *design thinking* para revisitar a experiência do cliente.

Em acréscimo a esses aspetos, existem comportamentos que é vital introduzir, tal como refere o estudo da Accenture. São três os principais comportamentos que permitem aos bancos saírem vencedores neste desafio.

O primeiro é estar recetivo à inovação e acolher parceiros tecnológicos na inovação do serviço. Isto significa ir além das “feiras de inovação”, promovendo a experimentação e disponibilização de novas experiências, intencionais e pensadas, de forma controlada junto da base de clientes.

Vários bancos novos, como é o caso do Fidor Bank, Open Bank, Simple e SEED, e instituições financeiras clássicas, como o Crédit Agricole, Goldman Sachs e BBVA, aplicam esta forma de estar e oferecem hoje *interfaces* de integração (denominados *Application Programming Interface* ou API) que possibilitam o desenvolvimento de novas aplicações por parte de terceiros e amplificam a relevância do serviço financeiro como parte integrante de aplicações de terceiros, ou seja, viabilizam um ecossistema.

O segundo comportamento passa pela colaboração e co-inovação e que se traduz hoje no facto de os bancos se tornarem investidores em *fintech* e laboratórios de inovação assumindo um papel de centro de um ecossistema de parceiros, nos quais em muitos casos serão eles próprios clientes empresariais do banco.

Veja-se o caso do mBank, o quarto maior banco polaco em termos de capital e parte integrante do Grupo Commerzbank. O mBank tem uma parceria com a operadora de telecomunicações Orange que, em 2014, lançou uma

“O mBank [...] em 2014, lançou uma oferta no mercado de um serviço financeiro *white label*, baseado inteiramente em telefone e *tablet*”



oferta no mercado de um serviço financeiro *white label*, baseado inteiramente em telefone e *tablet* como canais e que permite serviços financeiros completos apenas com um *smartphone* e um PIN.

Neste contexto, o grande desafio é cultural e depende da capacidade e *know how* dos recursos, no sentido de adotar uma postura colaborativa com outras empresas e ser o motor de um ecossistema para os seus clientes.

Finalmente, o terceiro comportamento é investir. A American Express, BBVA, HSBC, Santander e Sberbank desenvolveram veículos corporativos de investimento em inovação. Em fevereiro de 2015 também a AXA se juntou a este grupo.

Apesar da dificuldade em prever o retorno ou ROI destes investimentos, é visível que, no seio das instituições que pretendem liderar a sua indústria, o facto de investirem cria aprendizagem e oportunidade de captação de novos produtos e serviços e apenas pode ter um resultado: aumentar o fosso que as separa dos bancos “seguidores”.

Como disse Mark Twain, “o segredo de tomar a dianteira é começar.” ■

### Perspectiva de Investimentos Regionais

Apesar da fatia de leão do investimento norte-americano em *fintech*, a Europa evidenciou a maior taxa de crescimento de investimentos em 2014, com um aumento de 215% (ano). A região de UK e Irlanda representam 42% do investimento Europeu. Todavia, o resto da Europa demonstra sinais de dinâmica: o valor de investimentos em *fintech* cresceu mais do dobro comparativamente a UK e Irlanda em 2014; os níveis mais significativos de investimento foram nos países nórdicos (\$345 milhões), Holanda (\$306 milhões) e Alemanha (\$82 milhões).

Fonte: Accenture e CB Insights