

A Revolução dos Bancos Digitais no Brasil

Autoria

Victor Hugo Pereira Leal Machado

Administração/FIAP - Faculdade de Informática e Administração Paulista

Vagner Henn

Administração/FIAP - Faculdade de Informática e Administração Paulista

Rodrigo Martins Pinho Simões

Administração/FIAP - Faculdade de Informática e Administração Paulista

João Manoel Soares de Mendonça Reis

Administração/FIAP - Faculdade de Informática e Administração Paulista

Kaique Lucas Medeiros Munhoz

Administração/FIAP - Faculdade de Informática e Administração Paulista

Professor Orientador

Cláudio Carvajal

Resumo

Esse artigo tem como objetivo entender o surgimento e o vertiginoso crescimento dos bancos digitais no Brasil. Aqui busca-se clarificar quais foram as condições de mercado e a estratégia executada pelas startups que permitiram tal expressão dessas empresas. Esse objetivo é realizado através do estudo da trajetória dos bancos digitais Inter e Nubank, e sua comparação com os bancos tradicionais Bradesco e Itaú, para melhor contextualização das inovações dos novos bancos.

A REVOLUÇÃO DOS BANCOS DIGITAIS NO BRASIL

ÁREA TEMÁTICA – TEMA 02: EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO

RESUMO

Esse artigo tem como objetivo entender o surgimento e o vertiginoso crescimento dos bancos digitais no Brasil. Aqui busca-se clarificar quais foram as condições de mercado e a estratégia executada pelas startups que permitiram tal expressão dessas empresas. Esse objetivo é realizado através do estudo da trajetória dos bancos digitais Inter e Nubank, e sua comparação com os bancos tradicionais Bradesco e Itaú, para melhor contextualização das inovações dos novos bancos.

Palavras chave: bancos digitais, *fintechs*, *millenials*

ABSTRACT

This article has as its objective the understanding of the emergence and vertiginous growth of digital banks in Brazil. Here it is sought to clarify what were the market conditions and the executed strategies by the startups that allowed such expression of these companies. This goal is achieved through the study of the trajectory of the digital banks Inter and Nubank, and the comparison with the traditional banks Bradesco and Itaú, for better contextualization of the innovation of the new banks.

Keywords: digital banks, *fintechs*, *millenials*

1- INTRODUÇÃO

É claro que estamos vivenciando um momento de revolução digital em todos os âmbitos da sociedade: nas relações interpessoais, no consumo de produtos, serviços, nas indústrias, e até mesmo na educação. A indústria financeira, também, vem sendo testada pelas mais variadas inovações, tanto de grandes bancos já solidificados, quanto de startups, conhecidas como *fintechs*. Desde a entrada em plataformas cada vez mais convenientes e personalizadas aos usuários (internet banking, e mais atualmente o mobile banking), até inovações em back-end, como *Big Data* e *Blockchains*.

No Brasil, vimos aparecer novos jogadores nesse mercado de serviços bancários, que até pouco tempo atrás era visto como impenetrável. Novas caras como o Nubank, Banco Inter, Banco Neon e Banco Original surgiram e capturaram milhares de usuários das novas gerações (*Os Millennials*), que, de acordo com estudo publicado pela *Mastercard*, estão largamente insatisfeitos (51% deles) com as alternativas de pagamentos atuais.

Os seus fundadores não só tiveram a coragem de entrar nesse mercado de gigantes e extremamente competitivo, como também foram recompensados por isso:

O seu rápido crescimento gera curiosidade e perplexidade de muitos, por não possuírem nenhuma agência, ou seja, são totalmente digitalizados. Faz também, perguntar-se quais as estratégias adotadas para que possam competir com os bancos já existentes, devido ao seus tamanhos e alcance monumentais, assim como sua aparente invulnerabilidade.

Esse artigo busca analisar o fenômeno desses bancos digitais no Brasil. Exploramos o seu repentino crescimento e as condições do ambiente atual brasileiro que permitiram seu surgimento e expansão, através de estudos de mercado, das empresas do setor e das inovações tecnológicas.

Os bancos digitais que analisaremos nesse artigo são o banco Nubank e o banco Inter, por terem mais destaque no Brasil. Usaremos de referência, para contraste em alguns pontos importantes de divergência, os bancos tradicionais Bradesco e Itaú.

As questões que aqui se tenta responder, são: Existe espaço no mercado brasileiro que para os bancos digitais? Como a presença de bancos digitais no Brasil afetam os bancos tradicionais? Quais a diferença dos serviços oferecidos pelos bancos digitais e os bancos tradicionais? Qual a demanda por eles no mercado? O

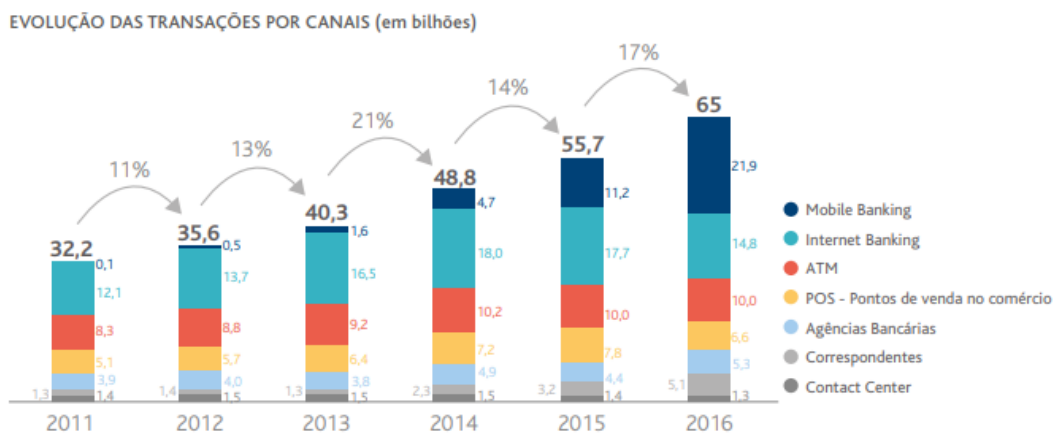
quão rapidamente cresceram? Quais são suas principais estratégias? Qual a tendência para este segmento nos próximos anos? Além disso, são feitas comparações com os bancos clássicos para melhor entendimento do contexto.

Por fim, obtém-se maior clareza sobre o comportamento das novas gerações em relação aos bancos, o que essas mudanças representam e como alteraram e continuam a alterar o cenário atual da indústria financeira. Além disso, são delimitadas possíveis tendências futuras do setor bancário no Brasil, baseado nas informações recolhidas até então.

2- REFERENCIAL TEÓRICO

Como referência para esse estudo, primeiramente foi utilizada a pesquisa FEBRABAN de tecnologia bancária de 2017, realizada pela Deloitte. A FEBRABAN, Federação Brasileira de Bancos é a principal entidade representativa do setor bancário brasileiro. Ela mostra com clareza a inevitável, contínua e crescente migração dos usuários para as plataformas digitais. Um surpreendente dado, é que o Mobile Banking (transações bancárias realizadas através Smartphones), de 2011 até 2016, cresceu em 21800%: de 100 milhões para 21 bilhões de acessos.

No seguinte gráfico, pode-se perceber que é um número não só absolutamente expressivo, mas também relativamente, já que as transações digitais representam 57% das transações totais.



FONTE: PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2017

Em razão do objetivo deste estudo ser a análise da trajetória de dois específicos bancos digitais (o Nubank e o Banco Inter) para a derivação de estratégias e tendências, as fontes secundárias foram variadas matérias de jornais, desde entrevistas com representantes de tais bancos até análises de especialistas.

3- METODOLOGIA

Tendo, então, tudo isso como referência, tenta-se organizar as dispersas informações coletadas na construção de um contexto e de uma linha do tempo que faça sentido e clarifique as dúvidas citadas na introdução. Além disso são usados dados secundários para a demonstração de alguns pontos.

4- A OPORTUNIDADE DE MERCADO

A inovação de tecnologias financeiras culminou, nos últimos anos no Brasil, no surgimento e adoção em escala de bancos totalmente digitais. Eles competem com os bancos tradicionais devido às suas inovações, entre elas: serviços e atendimentos totalmente digitais; inexistência de agências e, portanto, de filas; cartões sem anuidades; isenção de taxas; transparência com relação aos usuários; interface de uso (aplicativos) simplificada. São, largamente, bancos centrados no usuário.

Pode-se dizer que a oportunidade de mercado surgiu a partir da não observância dos grandes bancos em atender às diferentes necessidades dos consumidores. Não se comprometeram a usabilidade mobile, e não estão conectados com as novas gerações, principalmente os *Millenials* (nascidos no começo dos anos 1990 e anos 2000), que pedem cada vez mais transparência da parte do setor de serviços e praticidade para suas necessidades de uso. Eles estão se tornando novos e cada vez mais expressivos usuários de serviços bancários.

A importância do “mobile banking” para os bancos se reflete nos números. Em 2016 apenas 28,9% dos clientes de varejo das instituições afirmam não usar serviços bancários pelo celular. Em 2014, esse percentual era de 53,3%. No segmento de alta renda, a proporção é ainda menor, de 16,9%. (Pesquisa realizada pela CVA Solutions com 5.545 pessoas em novembro de 2016. Valor Econômico/março 2017).

Um dos bancos analisados nesse artigo, o Nubank, recebeu aportes de centenas de milhões dos maiores fundos de investimento do mundo, como Sequoia Capital (que investiu anteriormente no *Google*, *Paypal*, *Airbnb* e *Whatsapp*), Tiger Global (possui *Netflix*, *Linkedin* e *WhatsApp* no seu portfólio), entre vários outros. Esse suporte se amonta a um valor de 100 milhões de dólares. Atualmente, o seu valor de mercado é estimado em 300 milhões de dólares.

Isso demonstra que o potencial dessas novas empresas foi validado não só pelos seus milhares de clientes, mas também pelas grandes firmas globais de investimento em *startups* promissoras.

Outro sinal de alerta para os grandes bancos é que as pessoas aparentemente não demonstram resistência em testar os serviços de instituições menores e com atendimento apenas virtual. O percentual de entrevistados que afirmou ter recursos para investir, mas que não aplicaria nesse tipo de instituição, é de 10,1%. O preconceito hoje é baixo contra os bancos digitais. Os novos usuários de rede bancária preferem um atendimento eficaz, mesmo via chat, atendimento personalizado, sem burocracia, sem filas, sem taxas e serviços com acesso rápido.

4.1. Legislação referente aos bancos digitais

Em 25 de abril de 2016, o Conselho Monetário Nacional permitiu a abertura de conta corrente e poupança (Resolução nº 4.480), deste modo foi autorizado a bancos 100% digitais entrarem em atuação sem a necessidade de agência física. Apesar de não necessitar da personalidade do cliente a se apresentar o processo de abertura ficou muito mais seguro pois antes a única checagem de documentos era na hora na agência, o que não impedia de ser um documento falsificado, já no modelo digital o banco pode exigir novos métodos para checagem dos dados com validação e cruzamento de informações.

Como as *"fintechs"* são algo novo no Brasil, as leis ainda estão se ajustando a esse novo modelo promissor de negócio. Em 2017 houve um crescimento exponencial de transações digitais principalmente devido aos aplicativos por celular, assim o Banco Central, reparando tal fenômeno, está modernizando as leis que regulam as entidades financeiras para maior acessibilidade da população a este tipo de serviço.

Em janeiro de 2018 o BC autorizou a abertura e fechamento de contas para MEIs por meio de bancos digitais pensando em facilitar o acesso a financiamento e empréstimos, pois desta categoria de PJ apenas 19% possuem conta bancária e apenas 8% tinham acesso as operações de crédito.

O sistema de compensação de cheques foi autorizado a partir de novembro de 2017 por meio da circular nº 3.857, assim estes documentos podem ser compensados em um dia útil.

5.0. AS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DOS BANCOS DIGITAIS

Os bancos digitais são startups de tecnologia financeira (*fintech*) que têm como principal característica o objetivo de competir com instituições financeiras tradicionais na oferta de serviços e produtos a esse mercado. As estratégias mais comuns e também caracterizantes das fintechs, são o uso de mobile banking, infraestrutura enxuta, canais digitais de comunicação e aquisição de cliente (por serem escaláveis) e aplicação de tecnologias disruptivas.

Uma das maiores chaves para aquisição de novos clientes, e também forte definidor dessa nova geração de bancos são suas contas e cartões sem tarifas, algo que só é possível devido ao seu modelo de negócio dispensar a criação de redes de agências físicas, e a eventual contratação de profissionais de atendimento presencial.

5.1. O Banco Nubank

A Fintech NuBank foi fundada em 2013 e iniciou suas operações comerciais em 2014 como administradora de cartões da bandeira MasterCard, em seus primeiros 2 anos recebeu 600 milhões de reais em aportes financeiros de diversos fundos de investimento, assim já demonstrando que na época já era considerado um negócio promissor e com um bom planejamento. Sua principal forma de divulgação inicial foi por meio de “convites”, onde quem já possuísse seu cartão de crédito poderia convidar outras pessoas, esta tática deu tão certo que com o tempo o volume maior de solicitações de novos cartões passou dos convites (meio que continua ativo até hoje)

para seu site onde o requerente não necessita ser convidado para entrar no lado roxo da força.

Ao passar dos anos, a NuBank estabeleceu sua marca como uma das maiores brasileiras, mas ainda havia mais planos para a empresa. Em outubro de 2017 a NuBank anunciou sua conta corrente, a NuConta, e desta forma entrou realmente no seleto grupo dos bancos de verdade. A NuConta segue a mesma premissa dos bancos digitais que são a diminuição de burocracia, diminuição de taxas e simplicidade para realizar operações financeiras.

Esta startup obteve um sucesso extraordinário entre os jovens: atualmente, ela possui mais de 1 milhão de clientes ativos, além de meio milhão de clientes em lista de espera. Ela é um dos símbolos da mudança de instituições financeiras no Brasil, e, impressionantemente, foi a terceira empresa digital brasileira a chegar ao valor de 1 bilhão de reais, ficando atrás apenas do Hotel Urbano e Netshoes.

5.2. O Banco Inter

O banco Inter foi fundado em 1994 como Banco Intermedium atuando no mercado de passivos oferecendo crédito principalmente imobiliário já que foi fundado pela MRV, a partir daí ele começou a melhorar seus serviços aumentando seu portfólio a partir de 2007 mantendo o crédito, criando foco em investimentos. Após 20 anos, em 2014 o Banco Intermedium abriu a modalidade de conta digital e até 2016 já possuía 50 mil correntistas por meio desta conta, porém após a resolução 4.480 do BC seu número de contas dobrou em 1 ano tornando-se um dos maiores bancos digitais do Brasil, o Intermedium reparando nesta possibilidade de crescimento investiu em sua imagem para tornar-se mais íntimo de seu cliente e mudou o nome de Banco Intermedium para Banco Inter.

O sucesso do Banco Inter deve-se muito ao seu modelo de negócios agressivo e diferente se comparado aos outros bancos pois em suas operações eles não cobram nenhum tipo de taxa, tanto que há um “tarifômetro” mostrando aos seus clientes o valor de economia em comparação às outras instituições. Tendo em mente que o Brasil é um dos países onde os bancos mais lucram devido às taxas, esta estratégia acaba não passando batida além de ser um diferencial muito atrativo.

A ausência das taxas aliadas ao novo modelo de bancos digitais que oferecem a facilidade de abertura da conta em qualquer lugar do Brasil, o Inter passou de 500 aberturas diárias para 2 mil, com isto a previsão é de possuir 1 milhão de correntistas até o fim de 2018.

Por fim, devido ao crescimento estrondoso e a solidez que demonstra este crescimento, o Banco Inter já protocolou sua abertura de IPO e espera que seu aporte chegue até 800 milhões de reais que será necessário para concorrer com os players tradicionais do mercado.

Podemos observar que entre os líderes desse nicho, o Banco Inter como pioneiro e o Nubank como maior valor de mercado, possuem origens e caminhos diferentes para o sucesso, apesar do NuBank ser a bandeira da inovação atual do setor financeiro, o Inter possui uma solidez maior e está a alguns passos na frente devido a sua base já formada há anos e maior número de contas correntes digitais do Brasil.

6. REAÇÕES POSTERIORES DOS BANCOS TRADICIONAIS

Nos dias atuais, os bancos tradicionais ainda têm uma carteira de clientes muito superior às dos bancos digitais, mas precisam se adaptar à inovação deles. Para isso alguns bancos decidiram criar as suas instituições digitais e acompanhar essa mudança no mercado.

É possível perceber que os bancos tradicionais reagiram à ameaça da evasão dos seus usuários para as novas fintechs. Alguns dos serviços prestados pelos novos bancos digitais e os serviços digitais recém-criados pelas tradicionais instituições financeiras são bem parecidos e, portanto, entram em concorrência direta.

O Banco Itaú, por exemplo, fez um experimento com uma conta digital e sem tarifas, chamado *lconta*, que foi descontinuado em 2016. Logo no primeiro semestre de 2017, observando os movimentos das fintechs emergentes, lançou novamente este serviço, mas desta vez não mais gratuito. Mas, em seguida, no segundo semestre de 2017, a *lconta* foi descontinuada novamente.

O Bradesco, igualmente, criou uma conta totalmente digital chamada *Digicon*: que foi, assim como a *lconta* do Itaú, descontinuada em 2017.

Mas logo após estes eventos, o Bradesco foi pioneiro e anunciou uma startup digital voltada exclusivamente para o público atendido pelos bancos digitais: o

NextBank. Assim com os outros, ele permite ao usuário suprir todas suas necessidades através de aplicativo próprio.

Isso indica a predisposição dos grandes bancos a competir com as inovações da indústria financeira.

7. CONCLUSÃO E CENÁRIOS FUTUROS

Os bancos digitais não só vêm se consolidando mais a cada ano no mercado Brasileiro, como apresentam taxas de crescimento impressionantes. Percebemos que o mercado está se voltando para o mundo digital, com menos burocracia, mais seguro e fácil de se utilizar, além de que os consumidores deste setor não se prendem por marca e sim por suas funcionalidades e praticidades oferecidas, mostrando que são receptivos a melhorias e que há sempre possibilidade de mudança neste segmento.

Por se tratar de um mercado com dezenas de milhões de correntistas e que envolve valores na casa dos trilhões de reais, os bancos digitais estão revolucionando, seu custo reduzido, inovação e a desburocratização permitem que sejam muito mais ágeis que os bancos tradicionais, que demoram para se adaptar à mudança mas mesmo assim os bancos tradicionais oferecem uma diversidade maior de serviços bancários para uma variedade e quantidade muito maior de correntistas a muito mais tempo. São empresas fortemente consolidadas no mercado brasileiro.

Sendo assim, o mercado brasileiro será disputado pela agilidade, a desburocratização e inovação oferecidas pelos bancos digitais e a solidez, segurança e acessibilidade dos bancos tradicionais.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COM 379 MIL CLIENTES DIGITAIS, BANCO INTER CRESCE LUCRO EM 89%.
IDGNOW. Disponível em: <<http://idgnow.com.br/internet/2018/01/29/com-379-mil-clientes-digitais-banco-inter-cresce-lucro-em-89/>> Acesso em: 19 de mai. 2018

INSTITUCIONAL – O BANCO INTER. BANCO INTER. Disponível em:

<<https://www.bancointer.com.br/institucional.jsf;jsessionid=1C184136A5FF41C6B09F2AA0A1F968CE>> Acesso em: 19 de mai. 2018

BANCOS DIGITAIS SACODEM O SISTEMA FINANCEIRO. JORNAL DO COMÉRCIO. Disponível em:

<http://jcrs.uol.com.br/_conteudo/2017/09/cadernos/empresas_e_negocios/586493-bancos-digitais-sacodem-o-sistema-financeiro.html> Acesso em: 19 de mai. 2018

2017 E O CRESCIMENTO DOS BANCOS DIGITAIS. FOREGON. Disponível em:

<<https://www.foregon.com/blog/2017-e-o-crescimento-dos-bancos-digitais/>> Acesso em: 19 de mai. 2018

OLIVEIRA, D; SÔNEGO, D; BIGARELLI, B. ATÉ ONDE VAI O NUBANK? ÉPOCA NEGÓCIOS. Disponível em:

<<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/02/ate-onde-vai-o-nubank.html>> Acesso em: 19 de mai. 2018

FINANCIAL TECHNOLOGY. WIKIPEDIA. Disponível em:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Financial_technology> Acesso em: 19 de mai. 2018

MORENO, F. NUBANK LEVANTA INVESTIMENTO DE MAIS DE US\$ 80 MILHÕES PARA NOVOS PRODUTOS. START SE. Disponível em:

<<https://conteudo.startse.com.br/mercado/felipe/nubank-levanta-investimento-de-mais-us-80-milhoes-para-novos-produtos/>> Acesso em: 19 de mai. 2018

CIRIACO, D. NUBANK ANUNCIA A NUCONTA. THE BRIEF. Disponível em:

<<https://www.thebrief.com.br/startups/119255-nubank-anuncia-nuconta.htm>> Acesso em: 19 de mai. 2018

NUBANK. WIKIPEDIA.

Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Nubank>> Acesso em: 19 de mai. 2018

SIMÕES, R. DE 20 SLIDES A MILHÕES DE “FÃS DO ROXINHO”: A HISTÓRIA DO NUBANK. ACE STARTUP. Disponível em: <<https://acestartups.com.br/de-20-slides-a-milhoes-de-fas-do-roxinho-a-historia-do-nubank/>> Acesso em: 19 de mai. 2018

GOMES, D. MAIS UM IPO DE TECH: BANCO INTER. SAASHOLIC. Disponível em: <<https://saasholic.com/ipo-banco-inter-fintech-brasileira-8c5ff856f791>> Acesso em: 19 de mai. 2018

TOLEDO, L. A ESTRATÉGIA DO BANCO INTER CONTRA OS GIGANTES DO MERCADO. REVISTA EXAME.

Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/a-estrategia-do-banco-inter-contr-a-os-gigantes-do-mercado/>> Acesso em: 19 de mai. 2018

MASTERCARD ANUNCIA RESULTADOS DE ESTUDO SOBRE MILLENIALS NA AMÉRICA LATINA. MASTERCARD NEWSROOM. Disponível em:

<<https://newsroom.mastercard.com/latin-america/pt-br/press-releases/mastercard-anuncia-resultados-de-estudo-sobre-millennials-na-america-latina/>> Acesso em: 19 de mai. 2018

PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2017, REALIZAÇÃO DELOITTE. CIAB. Disponível em:

<<http://www.ciab.org.br/download/researches/research-2017.pdf>> Acesso em: 19 de mai. 2018