



Banca Banco de Negócios Internacional (Europa) Médio ou Pequeno Banco que Mais Cresceu

P&R

Pedro Pinto Coelho, presidente do BNI Europa, acredita que o modelo da instituição, “com estruturas enxutas” e “sem balcões”, é uma alternativa à banca tradicional, que encarece as comissões para conseguir pagar as suas grandes estruturas.

☛ Que futuro vê para o BNI Europa?

Podemos abraçar uma série de desafios, nomeadamente na área digital, que nos permitem oferecer produtos mais ágeis e com um *pricing* mais ajustado ao risco do cliente. Há oportunidades que vão surgir no crédito ao consumo e também noutros produtos. O nosso objetivo é encontrar alguns desses nichos de mercado – em Portugal e lá fora – que não estão a ser atendidos, porque os bancos, fruto do risco que não querem assumir ou não entendem, acabam por estar fora de alguns segmentos. Como o *factoring*, em que tipicamente o banco pede garantias à empresa, e nós não.

☛ As comissões bancárias irão continuar a subir?

A banca está a ser obrigada a rever o seu nível de comissões. Embora tenha havido aumentos em Portugal, acho que são temporários, porque a pressão a nível internacional é grande. Há cada vez mais bancos como nós, que têm estruturas enxutas, sem balcões e com condições para oferecerem, numa conta à ordem, custos muito mais baixos. Esses bancos têm muitos balcões. Muitos processos manuais. E tudo isso se paga. O consumidor tem alternativas hoje.

Crescer com clientes no exterior

Com uma plataforma digital e virando-se para outros países europeus, o banco deu um salto nos recursos captados / Texto Alda Martins

É a olhar para o exterior que, com apenas três anos de existência, o BNI – Banco de Negócios Internacional (Europa) se tem vindo a destacar entre os seus pares e a assegurar crescimento no segmento bancário em que opera. O presidente do banco, Pedro Pinto Coelho, refere que a instituição teve a “capacidade de olhar lá para fora e para outro tipo de parcerias”, o que explica, em grande parte, o seu crescimento.

Uma decisão que foi posta em prática em 2016 e que alterou o facto de, até aí, o banco viver essencialmente de capital proveniente da casa mãe, em Angola. “Em 2016, decidimos que uma das metas que devíamos ter era a diversificação dos recursos, para podermos aumentar a nossa carteira de crédito”, diz o responsável.

Foi assim que o BNI Europa começou a fazer uma campanha de depósitos para angariar clientes, designadamente em Portugal e, numa segunda fase, no estrangeiro, através de parcerias para entrar no mercado de depósitos na Alemanha, Áustria e Holanda. Um mercado que, em termos muito simplificados, não é mais do que um sítio na Internet onde os interessados veem as taxas que os bancos, incluindo o BNI, oferecem a nível europeu e depois decidem em função da maturi-

dade e do montante que querem investir. A partir daí, os clientes abrem a conta e fazem a transferência, através de um centro de contacto telefónico internacional ou através da Internet. “São clientes avessos ao risco, que, tradicionalmente, preferem ter depósitos, ao invés de investimentos no mercado de capitais”, explica.

Uma opção estratégica que tem dado frutos, com o BNI Europa a receber a distinção de Médio ou Pequeno Banco que Mais Cresceu em 2016. No ano passado, o crescimento dos recursos captados foi de 5191,57%. Pedro Pinto Coelho admite que “com esta capacidade de angariar mais clientes de retalho, mais depósitos, também aumentámos o nosso balanço, o que ajuda ao crescimento que nos faz ganhar este prémio”.

O próximo passo, já em marcha, tem sido a captação de depósitos junto das pequenas e médias empresas. Um processo no qual o BNI Europa também conta com uma plataforma virtual própria. “Até ao final de 2016, o nosso ativo era de 360 milhões de euros e, em junho de 2017, de 550 milhões. No final do ano, vai ser ligeiramente inferior a junho”, assegura. O nível de concessão de crédito, garante Pedro Pinto Coelho, também tem vindo a crescer.



Em 2016 decidimos que uma das metas era a diversificação dos recursos, para podermos aumentar a nossa carteira de crédito



O banco, depois de começar a angariar clientes em Portugal, voltou-se para o estrangeiro, através de parcerias na Alemanha, Áustria e Holanda



FOTO DR

No *ranking* desta edição, o BNI Europa também se destaca no crescimento de crédito concedido a clientes, que atingiu uma melhoria de 176,04% no ano passado. “Como banco jovem que somos, levamos tempo a montar esses produtos e a angariar clientes”, admite o banqueiro. “Tínhamos dois objetivos: lançar produtos novos e crescer de forma a chegarmos a uma rentabilidade positiva o mais rapidamente possível, e por vezes os dois são incompatíveis.”

Uma das soluções em que o banco tem apostado para acelerar o processo de geração de crédito é, também neste caso, fazer parcerias para originar “indiretamente crédito por terceiro”. E acrescenta: “Há um conjunto de entidades, plataformas, às quais as pessoas recorrem e recebem crédito via um investidor. Nós somos um desses investidores”, que avança que o “portefólio de crédito” do banco está “investido em plataformas destas na Alemanha, no Reino Unido, em França, na Bélgica, na Holanda, em Espanha, em Itália”.

O objetivo passa por dar crédito a pequenas e médias empresas, por exemplo

550

milhões de euros de ativo do banco em junho de 2017. No final do ano passado fixou-se em 360 milhões de euros

5192%

foi o crescimento dos recursos captados pelo BNI Europa

318%

foi o aumento do produto bancário da instituição

Pedro Pinto Coelho O presidente do BNI quer continuar a crescer rapidamente, apostando não só nos depósitos, mas também no crédito

na área do *factoring*, e a particulares, no segmento de crédito ao consumo, e a estudantes. Um conjunto alargado de soluções que deixam de fora o crédito à habitação: “Já há muitos *players* no mercado a digladiarem-se com taxas de juros.”

Ainda na área da concessão de crédito, e para os particulares, em Portugal, o BNI Europa disponibiliza uma plataforma, lançada há uns meses, com um processo de crédito ao consumo totalmente *online*. “Pode registar-se na plataforma e em segundos sabe se tem crédito ou não. E o desembolso é feito no próprio dia ou no dia seguinte, dependendo da hora do pedido”, garante o presidente.

Do lado das empresas, a aposta é em produtos como, por exemplo, desconto de faturas: “Em parceria com uma dessas entidades com a qual estamos lá fora a trabalhar, tentamos ajudar as empresas a anteciparem *cash-flow*.” ■