



ID: 72563494

07-12-2017

PEDRO PINTO COELHO, "EXECUTIVE CHAIRMAN" DO BNI EUROPA, AFIRMA

Plataformas e-commerce ameaça

Pedro Pinto Coelho, "executive chairman" do BNI Europa, afirma que as novas plataformas online, como por exemplo a Amazon e o Alibaba, ameaçam a rentabilidade dos bancos, forçando-os a agilizarem o negócio.

Consciente desta realidade, o Banco BNI Europa adianta novas propostas, com especial enfoque no segmento das empresas. Uma parceria com a Edebex vai permitir a disponibilização imediata de uma plataforma online de compra e venda de faturas, dando assim sustentabilidade à tesouraria das PME. Para os lojistas, a solução passa pelo financiamento das vendas a prestações a custo zero, em que os juros são pagos com o desconto que o lojista oferece, gerando desta forma mais "cash-flow".

JOSÉ LUÍS CAVALHEIRO
jose.luis.cavalheiro@vidaeconomica.pt



"A banca universal vai começar a ser ameaçada em casos pontuais e futuramente os bancos têm de pensar num modelo de negócio com o foco onde são fortes", afirma Pedro Pinto Coelho.

Vida Económica - Quais os objetivos que o BNI Europa persegue no nosso mercado?

Pedro Pinto Coelho – Nós, como banco recém-chegado, temos consciência que, ao surgirmos há três anos, estávamos num momento de mercado particularmente difícil para a banca portuguesa e para a economia em geral.

Fruto dessa situação e de pertencermos a um grupo que tem a sua casa-mãe em Angola, o objetivo inicial era fazer a ponte com a Europa. Face à crise que Angola estava a atravessar, tivemos de olhar para o mercado e ver onde podíamos atuar. Tendo em conta que, nas áreas da banca de investimento, de gestão de ativos e de "private banking", o mercado nunca tinha tido grandes transformações, não existem praticamente bancos de investimento em Portugal. A minha experiência na área diz-me que é particularmente difícil de estar a apostar na área de "private banking" ou de "asset management" onde já existem muitos "players" internacionais e domésticos e os clientes tinham passado por uma crise complicada em Portugal e no estrangeiro que fazia com que muitos desses clientes se sentissem cada vez mais adversos a disponibilizar o seu património para ser gerido por terceiros.

Tudo isto leva-nos a pensar que temos de fazer uma banca diferente.

No lado das empresas, temos consciência de que existem já relações históricas das empresas com a banca tradicional e nós não tínhamos o balanço de que necessitávamos para poder oferecer propostas competitivas em termos gerais ou os produtos que essas empresas desejariam para poder fazer o seu "cross-selling".

Para começar, não podíamos ser um banco universal que oferece tudo a todos.

Por outro lado, hoje a banca está a ser atacada por diversos "players" de nicho de mercado a nível internacional e também doméstico pelo que estão a aparecer cada vez mais alternativas para esses clientes, sejam eles particulares ou empresas.

Portugal ainda não foi tão afetado por isso, mas, futuramente, vai ser mais atingido e o mercado vai ser mais aberto.

VE - Que razões conduzem a esta maior abertura do mercado?

PPC - Tem a ver com uma transformação da forma como o cliente, hoje em dia, aborda determinados temas. Um banco tinha um conjunto de funções tradicionais; o banco era para abrir conta bancária para

"Há necessidade de rever alguma legislação para tornar ainda mais fácil eventuais aprovações"

colocar a sua liquidez e depósitos e o banco transforma os depósitos em crédito. É o mais tradicional.

Hoje um cliente, seja particular ou empresa, no limite, pode ter uma entidade onde coloca a sua liquidez para fazer pagamentos, não tem de necessariamente usar um banco. Um exemplo que existe na China e noutros "players" é o Alibaba, uma plataforma de compra e venda de bens em que uma pessoa pode ter uma conta para onde transfere os seus recursos. O Paypal é outro exemplo. Podemos fazer pagamentos através do Paypal que o banco anteriormente faria. Hoje a banca está a ser atacada por outras plataformas que não eram muito comuns aparecer. Quer a SIBS, quer um banco tradicional estão a ser ameaçados por outras plataformas mais ágeis e efetivas

em termos de custos, que anteriormente não eram conhecidas. Este mundo dos pagamentos está em constante transformação e há plataformas cuja base do negócio não são necessariamente os pagamentos. Estes vieram como acessórios, caso da Amazon e o Alibaba, que oferecem esse serviço, não precisando de ser pagos para isso, uma vez que alavancam o negócio deles cujo objetivo é atrair os clientes para comprar produtos como se fossem uma plataforma de "e-commerce". Essas grandes plataformas estão a criar uma transformação e há modelos de negócio que vão tirar parte da rentabilidade aos bancos.

Neste quadro geral, a banca universal vai começar a ser ameaçada em casos pontuais e futuramente os bancos têm de pensar num modelo de negócio com o foco onde são fortes. Assim, é ótimo saber que não precisamos de ser um banco universal, precisamos de ser um banco com foco num conjunto de nichos, e se esses nichos forem rentáveis e interessantes com clientes para esses nichos e que não exista concorrência absurda que retire rentabilidade a esses produtos.

O BNI Europa, quando analisou o mercado, começou a especializar-se em deter-



çam rentabilidade dos bancos

“Hoje, a banca está a ser atacada por diversos ‘players’ de nicho de mercado a nível internacional e também doméstico”

minados nichos verticais. Usando a licença bancária, captou depósitos para crescer, mas tem esses clientes com determinado objetivo para remunerar os seus depósitos. Em geral a população portuguesa não gosta de assumir riscos, como investir no mercado de capitais, mas prefere algo quase garantido e o depósito ainda continua a ser a solução que muitos privilegiam mesmo com as taxas de juro baixas e desse modo conseguimos captar e crescer

VE - O banco assume um posicionamento diferenciado entre o cliente particular e o cliente empresa?

PPC - Procuramos os clientes com base num objetivo. Se precisamos de depósitos, procuramos clientes que querem uma boa remuneração nesses depósitos, criamos uma base de clientes particulares atraídos pela boa remuneração.

O cliente vai ser atraído por algo que é objetivo e algo que vai ser oferecido.

O primeiro passo que o BNI Europa deu e que atraiu clientes foi o facto de ser um banco digital, ter custos baixos, um grupo pequeno de colaboradores e ter muitos sistemas automatizados e assim conseguimos remunerar melhor os depósitos que outros bancos. O segundo passo foi transformar alguns desses clientes com esses depósitos em clientes transacionais, que podem ter uma conta à ordem e fazer os seus pagamentos, mas sem criar obstáculos.

Oferecemos uma conta à ordem remunerada sem uma série de pré-condições que prevalecem noutros bancos tradicionais.

Queremos ter clientes que possam ter a sua liquidez junto do banco, vamos à procura de outros clientes aforradores e outros que precisem de crédito, seja particulares ou empresas.

O nosso objetivo está nos segmentos específicos particulares, como o crédito ao consumo ou então o segmento de apoio às pequenas e médias empresas que é o segmento menos apoiado pela banca tradicional para oferecer produtos que essa atividade empresarial necessite.

Vemos esses negócios como verticais.

Se vemos que há pequenas e médias empresas com problemas de liquidez, procuramos encontrar uma solução que pode ajudar a resolver esses problemas e que não

Bancos acordam para nova realidade

Estamos num mercado muito interessante e acreditamos que no futuro não vai haver um modelo de banca como havia anteriormente, em que as pessoas sabiam o que era necessário fazer para escolher um banco. O mercado está a ficar mais complexo e mais rico. Fazendo com que haja entidades que não são bancárias a fazer negócios que não são banca e vice-versa. Nos próximos anos vai ser um momento muito interessante para os serviços financeiros a nível global, que vai mudar muito o que a banca tradicionalmente fazia. Fruto da nossa história recente, acabamos por ser dos primeiros bancos a beneficiar dessa nova realidade. Os bancos que trabalham ainda de forma tradicional estão a acordar para esta nova realidade e mais cedo ou mais tarde vão ter de a abraçar. O mercado europeu já está mais sensibilizado e Portugal em concreto também estará.

encontram resposta nos bancos tradicionais.

Assim, a nossa atividade bancária é feita com maior agilidade, suportada na tecnologia, que evoluiu de forma muito rápida. Há um ecossistema de empresas que oferecem soluções tecnológicas mais produto, que nos permitem acelerar o passo de oferta junto dos nossos clientes e é isso que o BNI Europa faz, tendo um modelo híbrido que tenta desenvolver produtos de raiz onde existe mercado, para abrir uma conta remotamente, ou aceder à informação do cliente igualmente de forma remota.

Parcerias permitem criar novos produtos

VE - Que serviços disponibiliza o BNI Europa que não encontramos na banca tradicional?

PPC - Neste momento, podemos destacar três parcerias na área dos novos produtos de que dispomos no mercado.

Com a Edebex temos uma parceria que visa a disponibilização imediata de uma plataforma online de compra e venda de faturas junto das pequenas e médias empresas portuguesas com necessidades de tesouraria, oferecendo uma alternativa inovadora ao crédito financeiro e ao factoring tradicional.

Com uma empresa portuguesa que permite aos lojistas venderem artigos aos clientes a prestações a custo zero, os juros são pagos com o desconto que o lojista oferece, onde temos o papel de financiar esses lojistas que querem oferecer aos clientes essa possibilidade. Esta parceria assenta numa empresa tecnológica, que faz a gestão desses pagamentos para o cliente que tem interesse em comprar a prazo. É atrativo e já foi testado noutros mercados. Nós temos consciência que é algo que pode catapultar a venda desses lojistas e se tiverem interessados então nós podemos avaliar a entidade e oferecer a liquidez necessária para que o logista possa recuperar o cash-flow.

Uma terceira parceria com uma empresa brasileira, que vamos dar crédito ao consumo num canal que não é muito explorado diretamente junto da empresa. Um colaborador que tenha um vínculo a uma empresa podemos oferecer-lhe um crédito

em melhores condições que um banco ou uma financeira pode oferecer, na medida em que podemos recuperar o pagamento desse crédito através do seu salário com a autorização que vai dar junto do seu empregador. Deste modo, permite haver redução de prémio de risco e pode pagar as dívidas que tem a custo maior e ficar com este crédito e com maior fidelização à entidade empregadora.

Tentamos sempre encontrar soluções já testadas noutros mercados e que vão enriquecer a oferta. Podemos fazer esses testes pois o mercado português é pequeno e o BNI Europa não tem conflitos de interesses internos à sua estrutura que nos permite ter uma agilidade que um banco grande não tem.

VE - Sendo o BNI Europa um banco digital, considera que a legislação vigente ainda coloca alguns entraves às operações online?

PPC - Hoje todas as entidades intervenientes já têm noção do que é necessário para ultrapassar barreiras. O processo de ajustamento está a ser muito rápido. Estamos num espaço europeu em concorrência com outros espaços como o americano e asiático em que há uma impulsão muito rápida. Se não acelerarmos o passo na oferta ao cliente chegará demasiado tarde. Há necessidade de rever alguma legislação para tornar ainda mais fácil eventuais aprovações e para o cliente dar acesso aos seus dados, para que todo o processo seja feito de forma virtual, sem haver processo físico, assinatura digital em vez de presencial, possibilidade de dar acesso a dados das contas noutros bancos, para avaliar o risco de crédito a partir de outra conta bancária. Nesse sentido o psd2 é uma norma que vai obrigar todos os bancos, mediante autorização do cliente, a dar esses dados a terceiros. Em vez de dar fi-

sicamente extratos bancários, o cliente dá autorização para aceder ao seu património através dos seus dados noutro banco.

VE - Na carteira de clientes do BNI Europa, qual o peso relativo entre particulares e empresas?

PPC - Depende do produto sobre que estamos a falar. Nos depósitos, hoje, há uma predominância de particulares “versus” empresas, embora as empresas estejam a aumentar gradualmente. No crédito, como é um banco jovem e precisamos de originar crédito através de outras plataformas a nível europeu, e temos uma exposição em pequenas e médias empresas noutros mercados, como o alemão, francês, inglês, estaremos na ordem dos 50% no crédito a particulares e às empresas. Nos produtos que estamos neste momento a lançar, ainda não é expressivo, mas não temos nenhuma regra, pois procuramos o retorno. A Edebex e faturação das empresas. O crédito ao empregado da empresa. O parcelamento, em que estamos a ajudar a empresa que tem um conjunto de lojas a antecipar o seu “cash-flow”. O mercado das empresas é maior, por isso é muito natural que possamos crescer mais nas empresas do que no mercado particular. A nossa preocupação é ter a obtenção de retorno num nicho que consideramos que tem potencial para crescer.





SUPLEMENTO SEGUROS
PPR Europeu pode animar o mercado

Pág. 3



SUPLEMENTO AGROVIDA
Glifosato com licença renovada

Pág. VIII



Nº 1715 / 7 de dezembro 2017 / Semanal / Portugal Continental 2,40 €

DIRETOR
João Peixoto de Sousa

VidaEconómica

EMPRESAS, NEGÓCIOS, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

www.vidaeconomica.pt

António Pereira, diretor do Sheraton Lisboa, prevê que 2018 será o melhor ano de sempre

Ocupação e preços na hotelaria vão subir



Pág. 5



PUB

DFK CONSULTING

SERVIÇOS DE OUTSOURCING DE CONTROLO DE GESTÃO

WWW.DFKCONSULTING.PT

PUB

SUPLEMENTO INTERAVEIRO

Portugueses enriquecem economia alemã

Pág. 8

SUPLEMENTO IMOBILIÁRIO

Empreendimento Prata terá 499 fogos

Pág. 8



Pedro Pinto Coelho, presidente executivo do BNI Europa, afirma

Plataformas e-commerce ameaçam atividade dos bancos

Págs. 6 e 7

AUTOMÓVEL

PSA produz comerciais na Rússia

Pág. 39

MERCADOS

Bankinter Portugal cresce 15%

Pág. 29

COMPETE

Execução aumentará 750 milhões

Pág. 24



O Direito da Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho e as inerentes Responsabilidades

4 e 5 janeiro 2018 Porto
11 e 12 janeiro 2018 Lisboa

Informações: patriciaflores@vidaeconomica.pt | Telefone: 223 399 437/00

Formação **VidaEconómica**

PUB