

Você, o banco

O BANCO DO JOSÉ, O BANCO DO JOÃO, O BANCO DA MARIA,... LITERALMENTE. MAIS DO QUE UM SLOGAN QUE REAFIRMA O COMPROMISSO COM OS INTERESSES DOS CLIENTES, AS FERRAMENTAS DE WEB 2.0 ESTÃO TRAZENDO PARA O SEGMENTO FINANCEIRO A POSSIBILIDADE REVOLUCIONÁRIA DE TORNAR ISSO UMA REALIDADE QUE PROMETE ABALAR O QUE CONHECEMOS COMO BANCO ATÉ HOJE. Trata-se do banco 2.0, uma espécie de Orkut das finanças que permite tornar os usuários banqueiros também. É isso mesmo. Pode parecer difícil imaginar um cenário como esse, especialmente quando o que está em foco é o setor bancário com uma estrutura tão sólida e regulada como a que conhecemos, mas, em suma, é mais ou menos essa a idéia que tem emplacado e vem ganhando muitos adeptos nas experiências em web 2.0 do segmento lá fora.

A novidade atende pelo nome de "social lending

Conceito de web 2.0 extrapola a colaboração e abre as portas para o surgimento de um novo ator no setor financeiro: as redes sociais de empréstimo

websites" ou redes sociais de empréstimo que promovem a aproximação entre investidores e tomadores de crédito, atuando principalmente na esfera do microcrédito, ou seja, aquele pequeno empréstimo que você pediria timidamente a um parente ou amigo, isso se não apelasse para a saída cara de procurar um agiota, foi levado para a rede com a vantagem de oferecer segurança e benefícios para ambos os lados.

A idéia não é nova. "Na verdade estamos voltando ao século passado quando se emprestava dinheiro nas praças da Europa", compara Gil Giardelli, vice-presidente da Adrenax Capital, empresa criada para

injetar capital em idéias da web 2.0. O diferencial está no uso de todo esse ferramental moderno, consagrado nas redes sociais, para propiciar um ambiente seguro para as transações, mas que se auto-regula pela interação entre os usuários.

Funciona da seguinte maneira. O interessado em tomar crédito se cadastra gratuitamente numa dessas redes sociais, insere dados que permitam avaliar seu histórico como pagador e o valor do empréstimo solicitado. Nome limpo na praça é a chave para quem busca recursos nesses canais. Quanto melhor o histórico, menor tende a ser as taxas estabelecidas pelos próprios emprestadores.

A partir daí começa uma espécie de leilão inverso entre os pequenos investidores interessados em emprestar capital para esse usuário, concorrendo entre si pela oferta das menores taxas de juros para o empréstimo. Mais de um investidor pode emprestar para o mesmo usuário, oferecendo uma cota do valor total

estabelecido, passando a receber mês a mês a parcela corrigida dos empréstimos até que a dívida dos mutuários esteja 100% liquidada.

A prática do "peer-to-peer lending" (algo como empréstimo de indivíduo para indivíduo, um para um) pipoca pelo hemisfério norte. Apenas nos Estados Unidos, estima-se que a modalidade cresça cerca de 800% nos próximos três anos. E não é para menos. O argumento que tem conquistado a adesão de sites como Zopa, Proper e Wesabe é bastante atraente.

Além da auto-regulação permitir empréstimos a taxas cerca de 50% mais baixas que as dos bancos convencionais, e dividendos igualmente mais atrativos para quem empresta, os canais abrigam financiamento de quaisquer propósitos, desde recursos para empreender um novo negócio, até liquidar as

dívidas com o cartão de crédito. Os usuários podem vender o seu peixe por meio de ferramentas disponíveis dentro dos próprios sites como o espaço para expor a finalidade, blogs, fotos etc.

Outro fator que pesa a favor dos bancos P2P é o fato de atuarem com empréstimos não segurados, o que significa que os mutuários não precisam declarar o carro ou a casa como garantia ou ter um fiador para conseguir o benefício. "Para começar você só precisa de bom crédito e um sorriso", sintetiza as regras do jogo o site Zopa, que inaugurou o modelo na Inglaterra em 2005 e já conta com redes sociais nos Estados Unidos e também na Itália.

A simpatia dos adeptos dos bancos 2.0/P2P também se deve a possibilidade de saber exatamente para quem e para o que o dinheiro está indo.

Quando se faz um investimento tradicional não dá para acompanhar o caminho que o capital percorrerá, apenas sabe-se qual

a taxa de juros que incidirá sobre aquela aplicação. Apesar de ser uma transação virtual, o processo fica mais humanizado, traz o sentimento solidário de carona, pois é possível ter rendimentos, consciente de que está oferecendo ajuda a quem precisa, por quem se sentiu sensibilizado. A base está na

credibilidade, mas engana-se quem pensa que esse poderia ser um investimento de risco. Parcerias com organizações federais de crédito sem fins lucrativos garantem a segurança das transações aos investidores. "A grande novidade de iniciativas web 2.0 como essa é que elas viabilizam eliminar a necessidade de um centro. A idéia original de um banco perde o sentido. As pessoas podem ter seus próprios bancos, se há previamente a informação de que a Maria é uma pessoa confiável", aponta Carlos Nepomuceno, consultor estratégico de internet da Pontonet.

Segundo Nepomuceno, apesar de sugerir o fim da dependência dos bancos para realizar operações financeiras, como o caso da migração dos empréstimos para redes sociais de relacionamento, as ferramentas de web 2.0 oferecem infinitas possibilidades, movimentos que podem surgir tanto de forma alheia aos bancos, como iniciados por eles mesmos. "Além disso, o banco também muda a partir do momento que as pessoas têm o poder de fazer isso. O que estamos vivendo hoje é o processo de assimilação da nova plataforma. A web 2.0 é uma evolução da plataforma da rede, o amadurecimento do uso da rede por meio da criação de novas ferramentas que já estavam sendo utilizadas, mas não de forma massiva", diz.

16



Gil Giardelli,
da Adrenax
Capital:
bancos
brasileiros já
estudam
versão 2.0



Carlos Nepomuceno, da Pontonet: nova tendência na web chega devagar, mas de maneira sólida

Corrida brasileira

Ainda não há bancos 2.0 no Brasil. O mais próximo de redes sociais voltadas para finanças por aqui é o site CompraS, lançado em 2007, com o intuito de reunir grupos de compradores interessados num mesmo item para obter poder de barganha com compras em maior volume. No entanto, os bancos de varejo brasileiros já estão movendo os pauzinhos para dar início a ofertas semelhantes as dos bancos P2P nos Estados Unidos e na Europa. "Alguns bancos já estão começando a pensar nesses processos. Irão fazer com que as pessoas emprestem e já estão criando comunidades para que discutam entre si", conta Giardelli. Apesar de a web 2.0 parecer mais uma expressão da moda no momento, os bancos estavam

atentos a ela há muito tempo. Para se ter uma idéia, no Congresso e Exposição de Tecnologia da Informação das Instituições Financeiras (Ciab), de 2006, principal evento do segmento no País, um dos temas alvo de atenção era o potencial das comunidades virtuais.

O assunto esteve presente também na programação do congresso em 2007 e segue com estudos e projetos em teste dentro de quase todas as instituições financeiras. "A tecnologia propicia a mudança, não obriga a mudar. Mudam os mais espertos, com capacidade de inovação. Quem investiu em TI mais cedo colheu seus frutos e agora vai ter de fazer. Essa nova tendência está vindo devagar, mas de maneira sólida. Quem souber usar a colaboração vai 'comprar as melhores terras'", analisa o consultor da Pontonet.

E quem deve sair na frente no Brasil? Falar de web 2.0 com os bancos é um assunto delicado. Obviamente eles não revelam muito quais são os caminhos que estão trilhando nessa esfera, já que a velocidade com que lançam novidades é o imperativo que dá diferencial competitivo às instituições e, como não poderia deixar de ser, web 2.0 é tema estratégico.

Apesar do clima de mistério, observando algumas das experiências em web 2.0 já colocadas no ar por alguns dos maiores bancos do País, é possível ter uma pista das cartas

que guardam na manga. Muitas iniciativas coincidem, mas aquelas destacadas pelos executivos são as que merecem mais da nossa atenção; afinal, já diz o ditado: "Onde há fumaça, há fogo". São atrás delas que podem estar reservadas as maiores apostas para a web.

Bradesco

Realidade virtual em 3D

Um dos carros-chefes do Bradesco no uso de ferramentas web 2.0 é o Second Life. Pode parecer bobagem para quem vê o mundo virtual não fazendo tanto sucesso quanto se esperou com os alardes da febre no País, mas faz sentido se considerada a proximidade do modelo com o que há hoje nas redes sociais de empréstimos, que usam avatares. No centro cultural montado na ilha do Bradesco no Second Life, há a promoção de palestras e eventos em que o foco é a interação entre os usuários.

"Os pontos-chave são conteúdo, comunidade e interatividade para nosso usuário de internet. Queremos fornecer a ele um outro mundo de possibilidades que não era possível, com mais oportunidades de relacionamento", explica Laércio Albino Cezar, vice-presidente de tecnologia do Bradesco.

Trabalhar com clientes testados no Second Life, acostumados com esse tipo de ambiente, é uma forma de começar a educar o público

para a nova era do banco. Familiarizá-lo para tornar mais aderente o lançamento de novidades que rompem com a lógica tradicional das transações bancárias. Se considerar a tendência do empréstimo P2P, soluções como incluir espaços para exposição de projetos dos usuários, com o intuito de atrair as atenções de investidores é um caminho interessante para o banco num universo como o Second Life.



Bradesco: banco aposta em interação no Second Life

Colaboração interna

Com forte presença na web, assim como o Santander com quem está se unindo, o banco já vem mostrando há tempos que está aberto para novas experiências, quebrando uma série de paradigmas do conservadorismo do setor e lançando on-line e off-line iniciativas genuínas para interação com e entre os clientes. Um dos exemplos de maior sucesso já consolidado é o blog do presidente, no ar há cerca de um ano. "A grande experiência que temos é do blog, com resultados concretos, por exemplo, para a comunicação interna foram muito importantes as postagens do presidente esclarecendo as negociações do banco com o Santander. As pessoas comentam e os processos ficam mais humanos e transparentes", exemplifica Cláudio Almeida Prado, superintendente executivo de

tecnologia do Banco Real. Antes de abrir para os clientes, cabe fazer a lição de casa. No Banco Real um dos braços da web 2.0 que tem sido fortemente explorado é a colaboração. "Estamos investindo em wiki para criar conhecimento. Quatro iniciativas internas de colaboração devem entrar em produção no começo do ano", diz o executivo. Para o público externo, o Conselho de Clientes trata tête-à-tête com o consumidor, ouvindo a sua opinião em reuniões periódicas presenciais, projeto que resultou em iniciativas web 2.0, como a de levar, via mash-up, informações customizadas para os clientes no internet banking, mapeando o que realmente interessa. "A idéia é pegar todas essas iniciativas e levar para um ambiente de colaboração virtual", completa Prado. Os movimentos do Real vão ao

encontro com o que especialistas apontam como tendência para bancos em web 2.0. "Há o conceito de transparência radical. Os bancos vão ter de montar blogs para falar com o público em geral e explicar as ações. Não adianta gastar milhões com comercial na televisão e descuidar dos milhões que estão falando do banco na rede. E preciso olhar o YouTube, o Orkut, aprender a montar call centers web 2.0 para responder a essas demandas no mesmo meio", defende Gil Giardelli.

Banco do Brasil Evolução dos programas de relacionamento

Apesar de ser a instituição mais antiga, com 200 anos de história, e uma empresa de capital misto, o Banco do Brasil surpreende sem medo de inovar, a exemplo da adoção de software livre e da oferta de serviços móveis pelo celular.

Com alguma presença ou projeto em todos os canais que podem se tornar estratégicos, não seria de se estranhar se o Banco do Brasil inaugurasse serviços no modelo banco 2.0 por aqui.

Segundo Alberto Luiz Gerardi, gerente-executivo de arquitetura de TI do BB, o banco está testando ferramentas internamente também baseadas em código aberto. Algumas ações de marketing, redes sociais e a localização das agências pelo Google Maps são alternativas que, numa visão de futuro, são entendidas pelo banco como ponto forte e atrativo para o cliente.

"A web 2.0 pode trazer mudanças de modelos de negócios dos bancos, permitindo que as pessoas se tornem elementos mais ativos nessa relação. O que temos visto é que as organizações

eletrônicas nas cidades. Informações diárias como onde comprar gasolina mais barata na região em que está, promoções exclusivas com estabelecimentos que permitam, por exemplo, apontar qual local o cliente ganha uma garrafa de vinho na compra com o cartão do banco etc.. Uma espécie de evolução dos programas de relacionamento migrados para plataforma web 2.0.

Simple começo

A solução dos empréstimos nos bancos P2P é o expoente mais expressivo consolidado, mas apenas a ponta do iceberg que a nova era da rede promete oferecer. Até então, a internet, com todas suas inovações, não tinha mudado a maneira hierárquica da sociedade se

mais receptivos às novidades. São mudanças radicais, que rompem com a lógica bancária existente. O receio de pôr em risco o que é sólido hoje talvez seja uma barreira, para a qual Nepumoceno aponta uma solução simples: separar o banco da experiência, a exemplo do que fez a Lojas Americanas, quando lançou a Americanas.com, um braço da companhia independente, com funcionamento sob um modelo de negócio completamente diferente do praticado nas lojas físicas.

Porque não lançar um banco 2.0 sob novas regras, um novo negócio, descolado da estrutura do banco? Respostas criativas para esse questionamento os bancos brasileiros com certeza já têm. Quando veremos elas



Tendência: redes de empréstimo P2P como Zopa, Proper e Wesabe pipocam no hemisfério norte. Expectativa de crescimento é de 800%

ainda estão tateando essa área. Não se vê muitas empresas fazendo projetos ainda, estão mais na etapa das estratégias", observa Gerardi.

Com o projeto de mash-up com o Google Maps, o banco já começou a associar serviços à localização dos caixas

organizar, coisa que começa a ser inaugurada agora. Não há mais donos de processos.

Na área financeira, essas mudanças podem ser consideradas como uma ameaça para os bancos mais conservadores, mas uma excelente oportunidade para os

postas em prática ainda não é possível prever, mas certamente será dentro de um período breve. A abertura para a sociedade dilatou os limites da concorrência e o pioneirismo no Brasil corre agora o risco de vir de fora do segmento. Quem dará a primeira cartada?