



Transformação Digital em Serviços Financeiros – Fintech e Inovação

FINTECH VIEW – ABRIL 2017

–
Oliver Cunningham | Sócio, Financial Services Consulting | KPMG Brasil



Agenda



O que está conduzindo a Inovação Financeira e a Disrupção Digital?



+de 80 milhões de "millenials" estão em busca de algo diferente

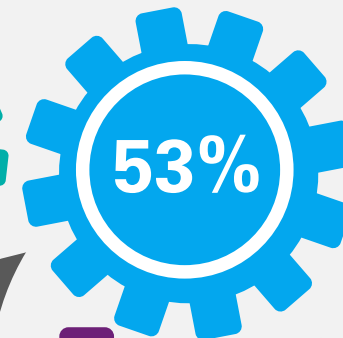


"A inovação virá de fora da indústria"



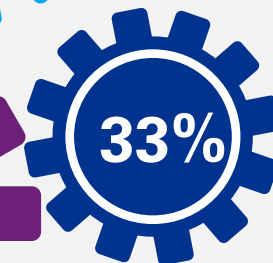
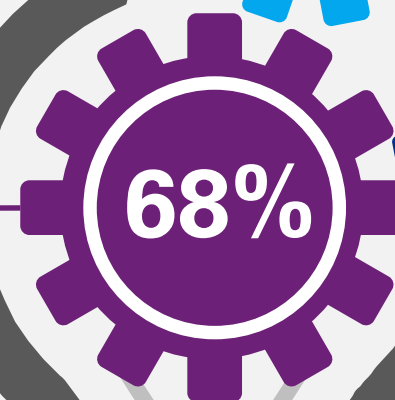
"Eu não vejo a diferença do meu banco em relação a todos os outros"

Estão abertos a mudar de banco nos próximos 90 dias



Não acho que um banco oferece algo diferente de outros bancos

Em 5 anos, a maneira como acessamos nosso dinheiro será totalmente diferente



Acredito que eles não precisarão de uma instituição bancária

Após uma década de retórica, resultados são chave

Me Conheça!



Acham frustrante quando provedores não conseguem manter sua promessa de serviço

- Manter a promessa de serviço ao cliente
- Ter os melhores interesses
- Saber o que cliente busca – soluções baseadas no ciclo de vida do cliente – Customização

Me surpreenda!



Estão frustrados com experiências inconsistentes através de diferentes canais

- Oferecer experiência omni-channel integrada e consistente
- Personalizar a experiência do usuário
- Expandir os serviços para os momentos que são importantes do consumidor

Me Permita!



Estão frustrados quando uma empresa não é fácil para se fazer negócio

- Transacionar em qualquer lugar, a qualquer hora e de qualquer maneira
- Ser simples e transparente

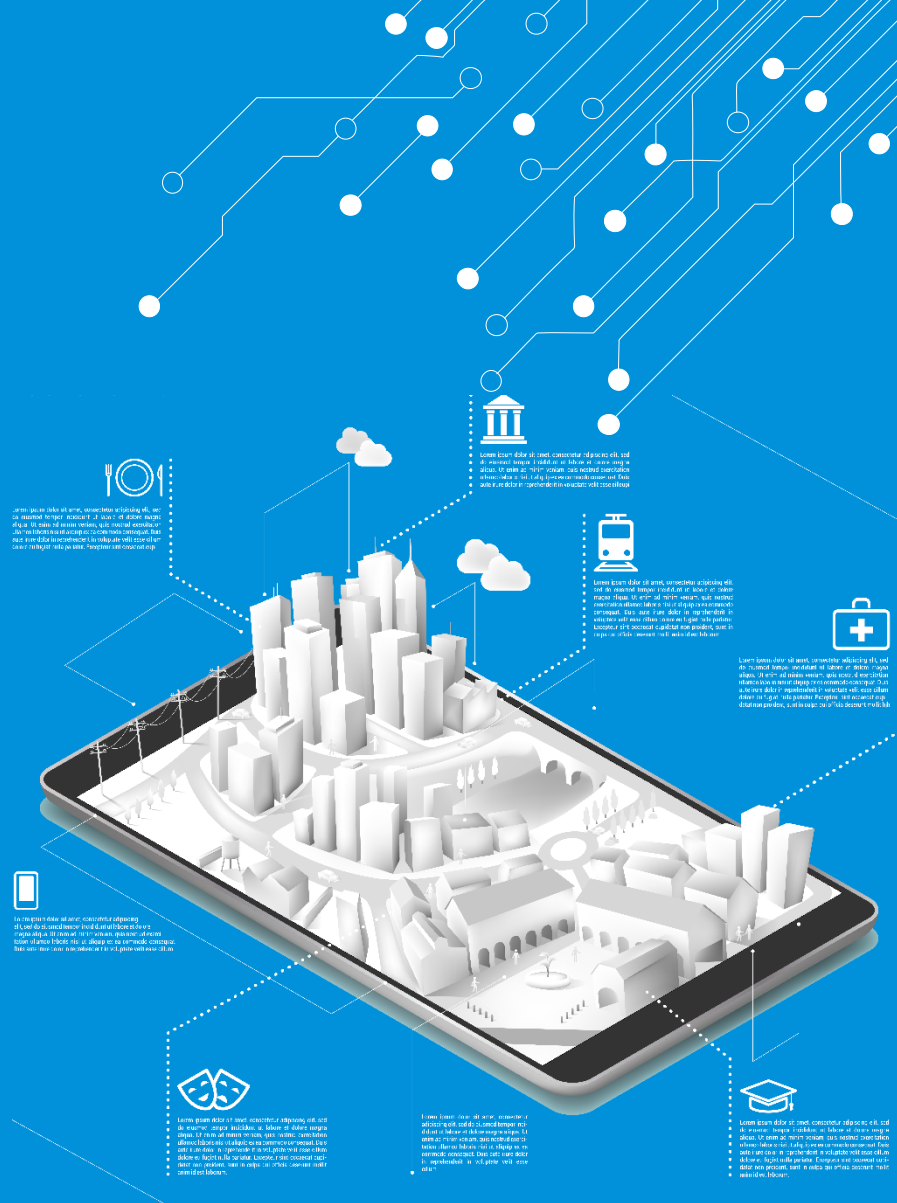
Me entenda!



Estão frustrados quando uma empresa faz propostas redundantes

- Entender o que o consumidor pensa e quer
- Usar o discernimento para envolver o cliente em ofertas e interações relevantes
- Reconhecimento através de recompensas por fidelidade

Estamos no meio de uma revolução digital e mobile



Digital e Mobile:

Tecnologias estão transformando a maneira que vivemos e trabalhamos.



das empresas estão em alguma fase de transformação do seu modelo de negócios*

Principais direcionadores de transformação:

#1
O CLIENTE

#2
DISRUPÇÃO TECNOLÓGICA

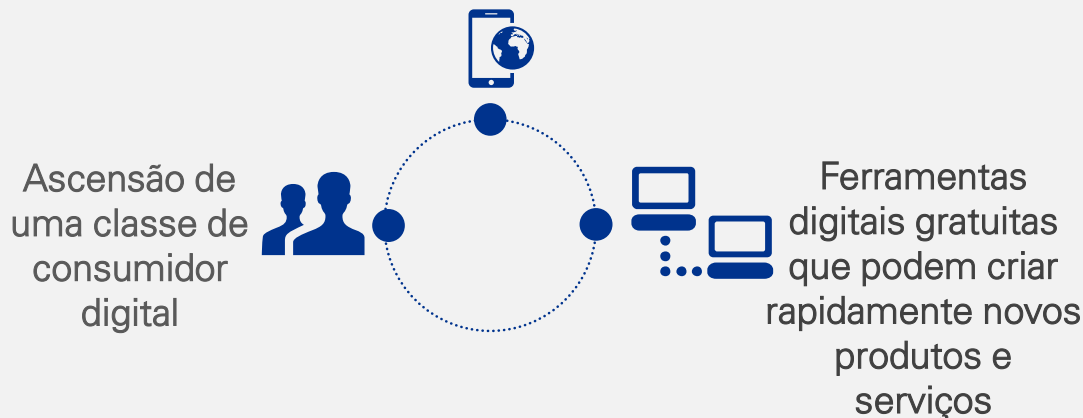
* Fonte: 2013 KPMG tecnologia inovação & inquéritos de transformação de negócios

O que se entende por 'Disrupção Digital'?

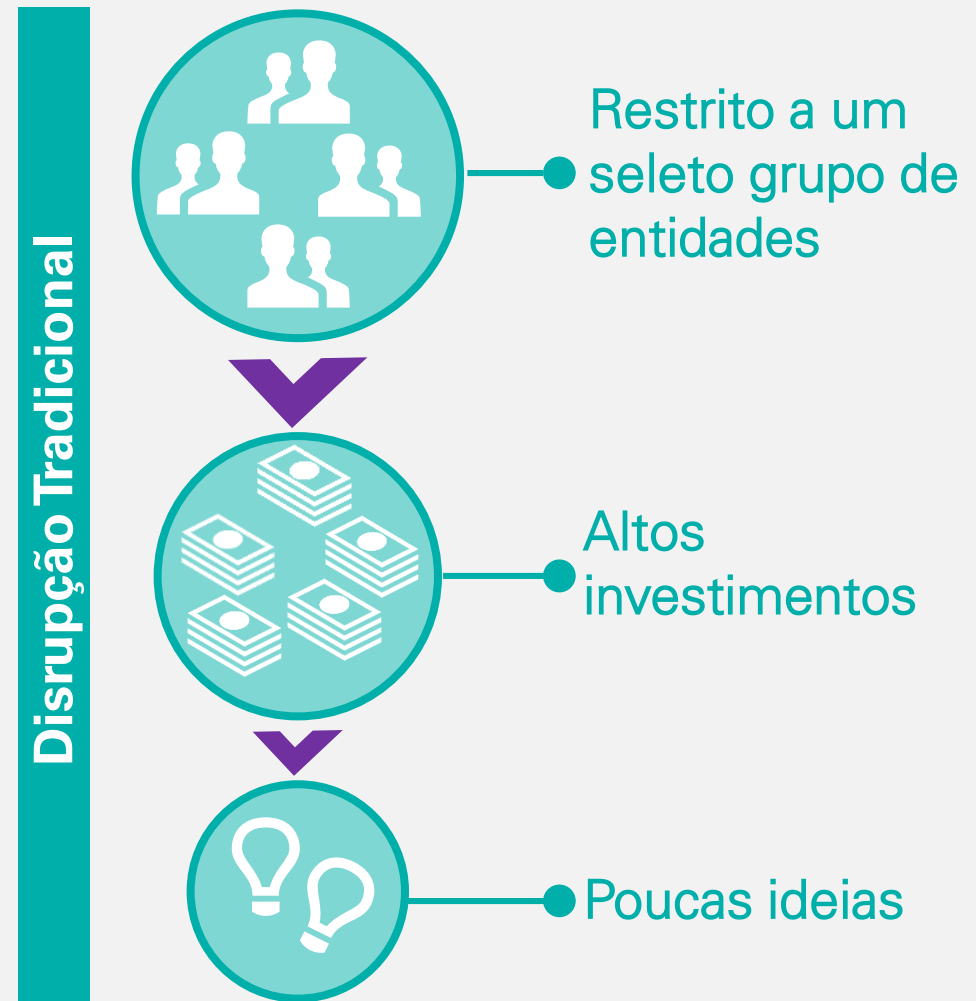
01 **Disrupção digital** é a mudança que ocorre quando novas tecnologias digitais e modelos de negócios afetam a proposta de valor de bens e serviços existentes.

02 Existem **3 fontes** para o poder digital, que possibilitam a disrupção

Plataformas digitais que podem ser exploradas pelos concorrentes



03 A **Disrupção Digital** muda completamente o modelo de inovação tradicional



Fonte: Desencadeando a próxima onda de inovação, James Mcquivey

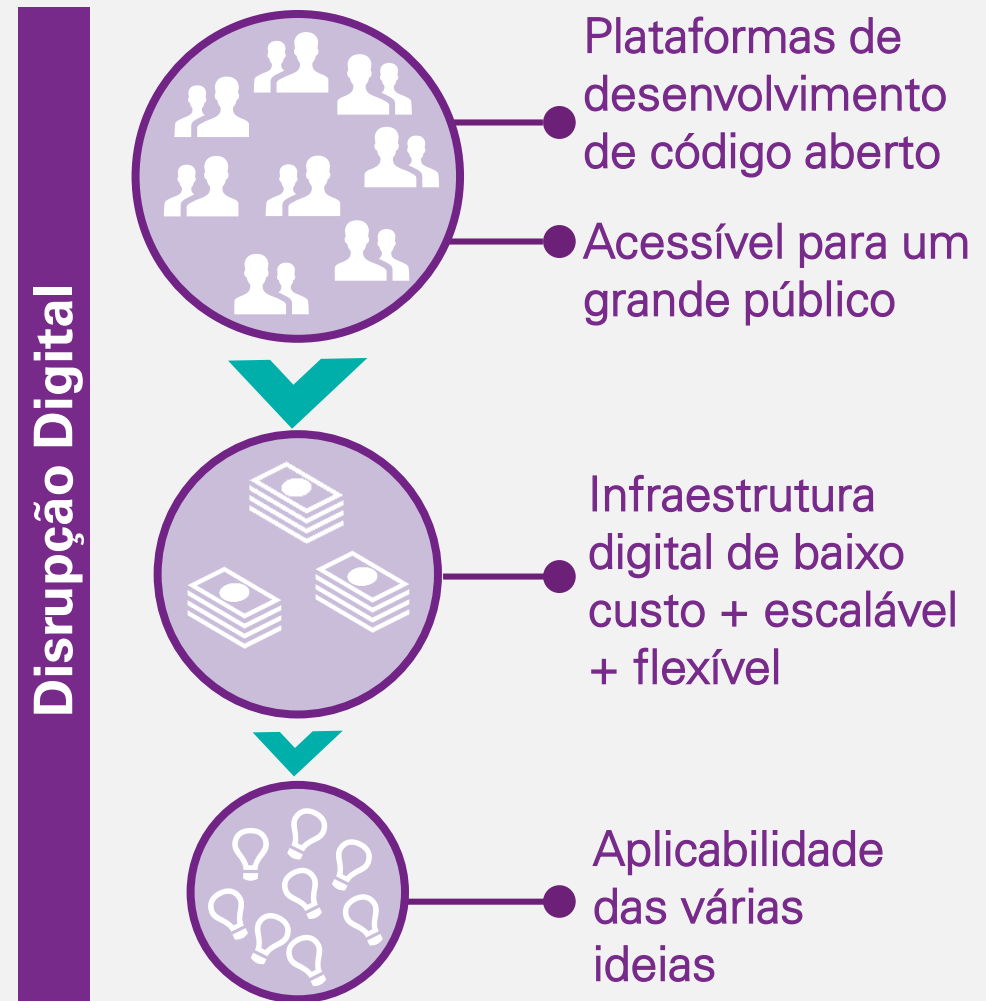
O que se entende por 'Disrupção Digital'?

01 **Disrupção digital** é a mudança que ocorre quando novas tecnologias digitais e modelos de negócios afetam a proposta de valor de bens e serviços existentes.

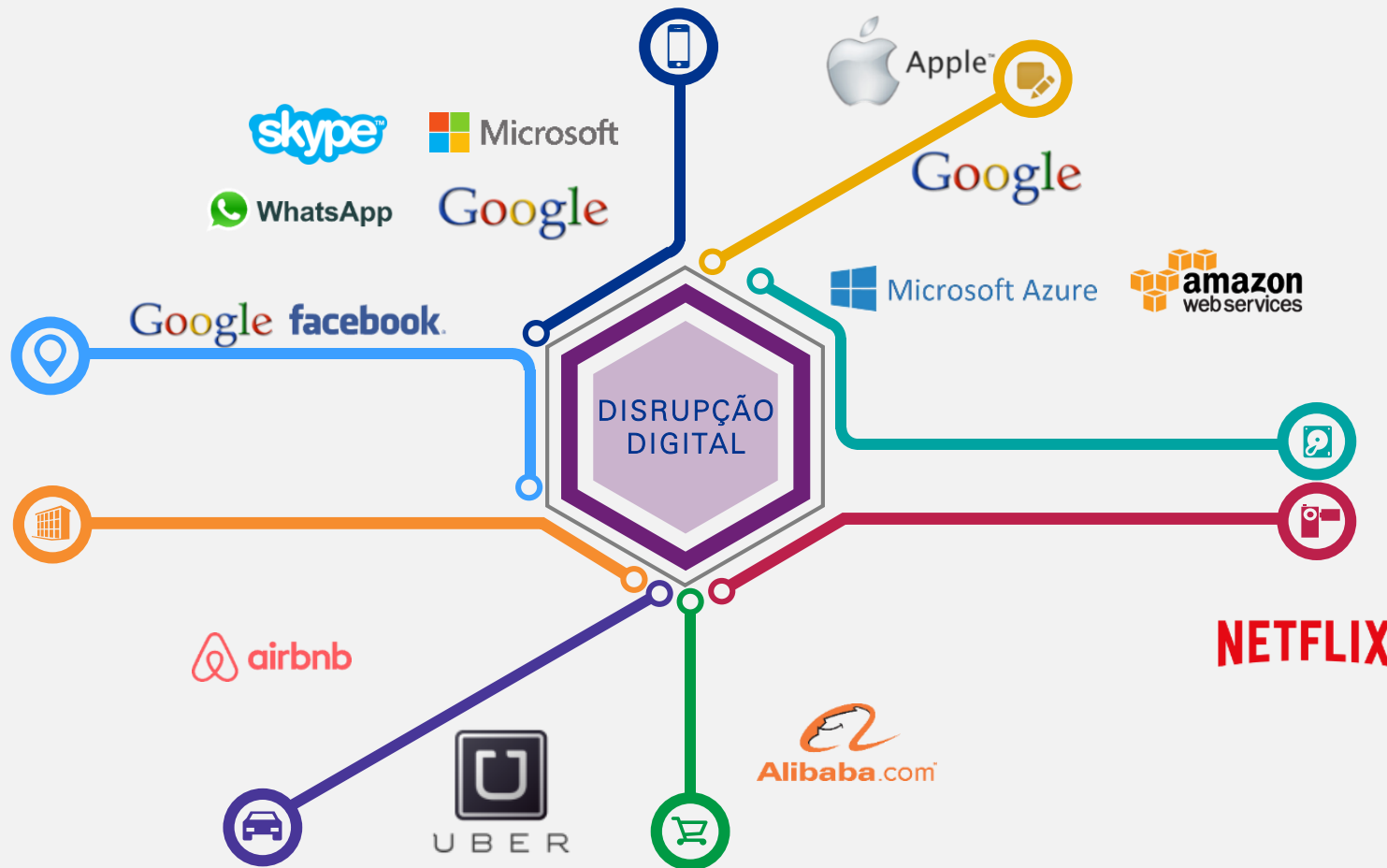
02 Existem **3 fontes** para o poder digital, que possibilitam a disrupção



03 A **Disrupção Digital** muda completamente o modelo de inovação tradicional



Muitas indústrias já passaram pela Disrupção Digital



O QUE TODAS AS EMPRESAS ACIMA TEM EM COMUM?

PayPal

Receita >US\$10 Bi,
Pagamentos >US\$250 Bi,
Valor de mercado maior do que todos os bancos negociados em bolsa de valores na Alemanha



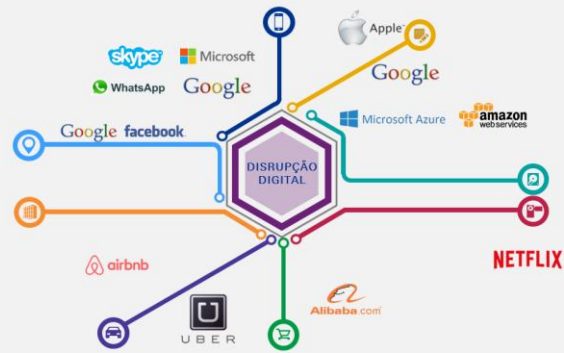
支付宝
Alipay.com

330% maior que a PayPal



96% dos pagamentos online efetuados na China não envolvem nenhum banco

Muitas indústrias já passaram pela Disrupção Digital



Elas são:



O QUE TODAS AS EMPRESAS ACIMA TEM EM COMUM?

0101000010101010101
0101101011101010101
1010101101011111001101
101010110101010101010
1110101010101011100011
0101101010101010101010
1101101010101010101010
1011110110101101011
011010111010101010101
010100001010101010101
010110101110101010101
1010101101011111001101
101010110101010101010
1110101010101011100011
0110101010101010101010
101101010101010101010
110111101101011010101
010101011010101010101
010101000010101010101
0110101101011101010101
1010101101011111001101

2. Desafios de Hoje



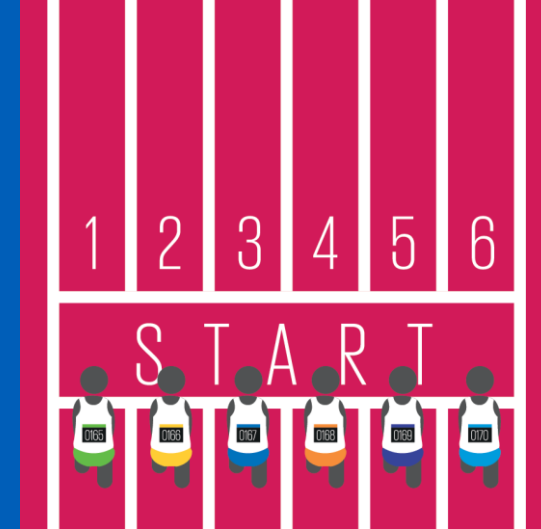
Como o setor de seguros tem se transformado?

As seguradoras estão em uma corrida para reinventar seus negócios

41% completaram ao menos um programa de transformação de negócios nos últimos 2 anos

63% responderam ser capazes de desenhar um modelo operacional futuro robusto, e

60% responderam ser capazes de conduzir melhoria contínua em seu novo modelo

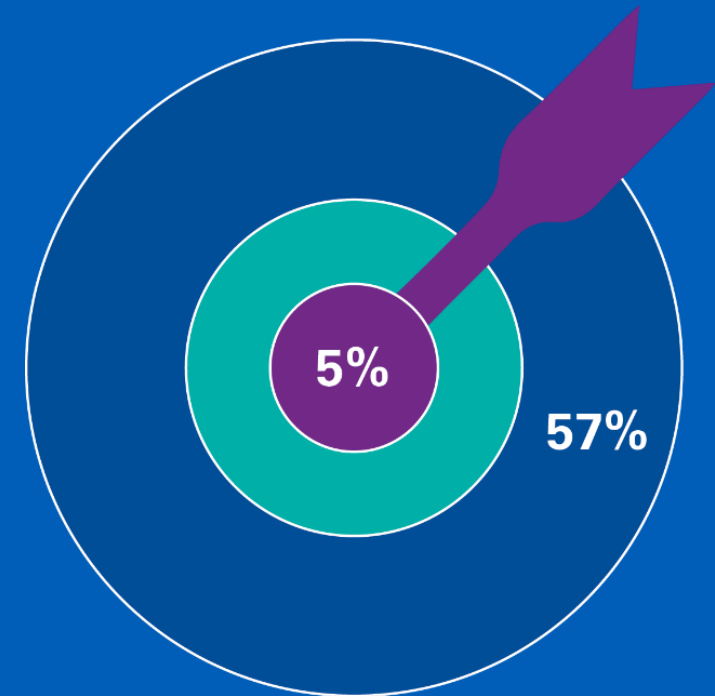


Como o setor de seguros tem se transformado?

Ainda assim, apenas **5%** ter atingido resultados ideais com seus programas de mudança

57% avaliaram seus resultados como abaixo do esperado

Mais de **50%** responderam não ser capazes de atingir os benefícios completos de seus programas de transformação



Porque não
funcionaram
as
iniciativas?

42% responderam que a carência de *expertise* em gestão de mudança é uma barreira para a transformação, enquanto

40% admitiram que suas métricas de performance não são alinhadas a este objetivo

37% disseram que seus sistemas legados atrasam as iniciativas de mudança





Tendências disruptivas irão forçar os bancos e as seguradoras a redesenhar seu modelo de negócios

Tradicionalmente as instituições financeiras operam e controlam todos os 3 principais blocos de seu modelo operacional:



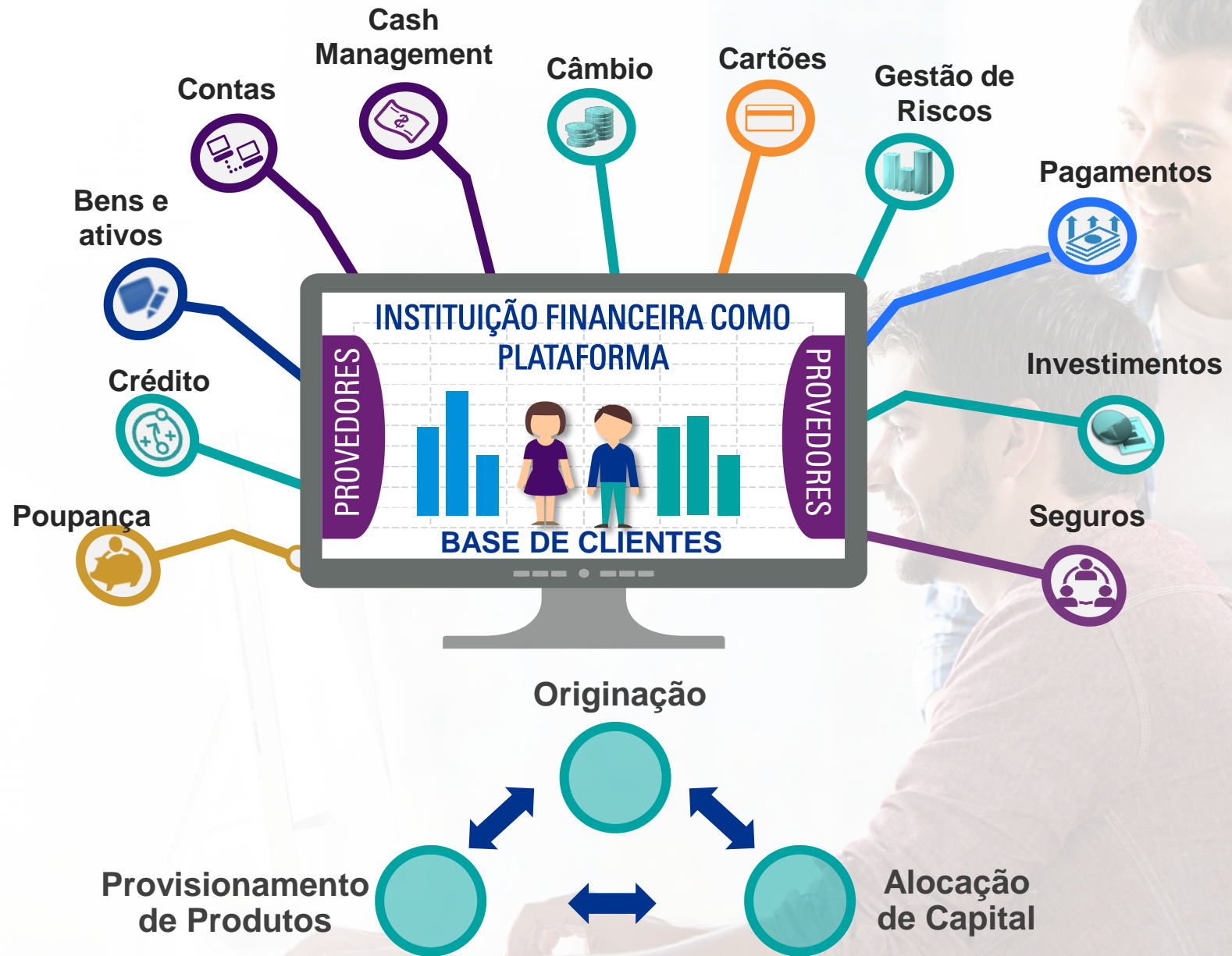
INSTITUIÇÃO FINANCEIRA



SEGURADORA



...deixando de ser mero provedor de produtos, passando a ser um guardião do bem estar financeiro



Insurtechs - alterando o modelo operacional do setor



Conecta populações de baixa renda na África com opções de seguro saúde



SAFER

Desenvolvida para ajudar millenials a identificar quais tipos de seguros eles precisam, com base em suas sedes sociais



Prove opção de aquisição instantânea de coberturas em plataformas



Ajuda seguradoras de vida e saúde a utilizar dados de dispositivos *wearable*



massup
plug + sell

Conecta varejistas e seguradoras por APIs possibilitando a inclusão de coberturas aos produtos adquiridos



AUGURY
Machines talk, we listen.



Plataforma para redução do esforço para regulação de sinistros e melhorar atendimento a



Seguradoras P2P

Assumir riscos como organização

- **Grandes Organizações não gostam de assumir riscos**
- **Como criar agilidade para poder errar pequeno e barato?**

Pensar digitalmente

- **Acompanhar o que a tecnologia pode fazer e integrar isso na vida das pessoas para prover a melhor possível experiência para seus clientes**

'Customer Centricity' na prática

- **Sem sistematicamente conectar com seus clientes e desenhar tudo em função deles tudo é teoria:**
- **Ex: Friendsurance:**
 - Testes com usuários semanais
 - Processos desenhados baseados em 'personas' que evoluem constantemente
 - NPS a cada ponto do Lifecycle do cliente
 - Equipe interdepartamental assegurando integração de experiência

Assumir riscos no nível pessoal

- **A razão pela qual grandes organizações não gostam de correr riscos é porque não faz sentido para os indivíduos por trás dela**
- **Cultura 'Safe to Fail'**
- **Encorajar 'Intrapreneurship'**

Trabalhar digitalmente

- **Há coisas que simplesmente máquinas fazem melhor**
 - Fazer dados fluir
 - Analisar dados
- **Insurtechs estão nascendo puramente digitais**

Método Lean Start Up / Design Thinking

- **Minimum Viable Product**
- **Interações aceleradas**
- **Abandono do modelo de plano rígido**

Fintechs abordam as tendências emergentes em 4 espaços básicos da indústria financeira

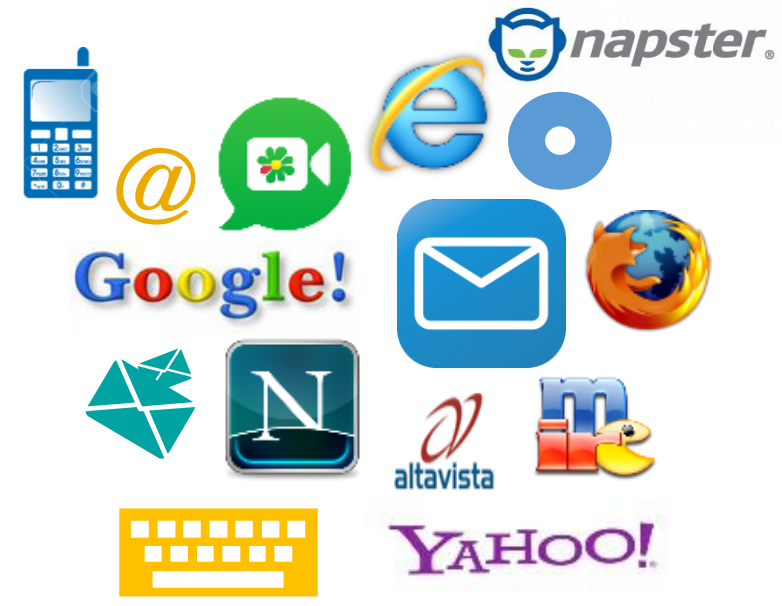


Fonte: MIT Media Lab

Com a tecnologia Blockchain, a Internet do Valor permite a transformação promovida pelas Fintech

1.0 1990s INTERNET da INFORMAÇÃO Era da Internet

- A primeira onda da internet permitiu fluxo instantâneo de informações
- Recursos de conectividade e busca
- Disrupção nos mercados de música através do compartilhamento P2P



2.0 2000s INTERNET SOCIAL Era Mobile

- Melhor **infraestrutura** a custos mais baixos permitiu a inclusão on-line das PME e do comércio a nível P2P
- Difusão do celular permitiu a **instantaneidade** de serviços (bancos, uber, comércio)
- Ascensão da mídia social e conteúdo gerado pelo usuário.
- Folksonomy**, o "fenômeno Tagging" Bandas largas permitiram *streaming* de vídeo trazendo ruptura na indústrias de TV.



Com a tecnologia Blockchain, a Internet do Valor permite a transformação promovida pelas Fintech

Internet do Valor

2015+

3.0

Era do Blockchain

3.1

Moedas Criptográficas

Aplicações **Blockchain** relacionados com dinheiro, como a transferência, remessa e sistema de pagamento digitais

Transferência de dinheiro na velocidade em que a informação se move hoje

E-moeda e da eliminação dos custos do intermediário financeiro

3.2

Contratos Inteligentes

Totalidade das aplicações económicas, de mercado e financeiras utilizando blockchain

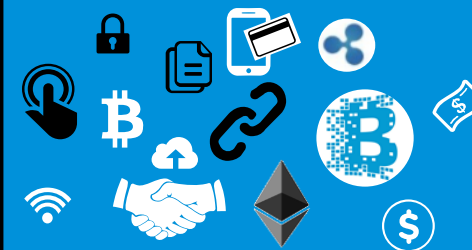
Transações mais complexas do que o dinheiro (títulos, ações, empréstimos, títulos ...)

3.3

Blockchain além de Moedas

Implantação em áreas de governo, saúde, ciência, alfabetização, cultura e arte

Ethereum: Processamento Turing



PROFUNDA
DISRUPÇÃO
NOS SERVIÇOS
FINANCEIROS

Com mais de 200 Fintechs, o mercado financeiro brasileiro está se reinventando porém...

Quanto valor real existe?

Brasil 09.2016

Radar Fintechlab a maior base de conhecimento do Brasil!



Fonte: Radar Fintechlab June 2016



© 2017 KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. Member firms of the KPMG network of independent firms are affiliated with KPMG International. KPMG International provides no client services. No member firm has any authority to obligate or bind KPMG International or any other member firm vis-à-vis third parties, nor does KPMG International have any such authority to obligate or bind any member firm. All rights reserved.

Modelo mental 'MBA'



Excessivamente analítico



Preditivo



Lento



Tendência a inovação marginal

Modelo mental 'Lean/Design'

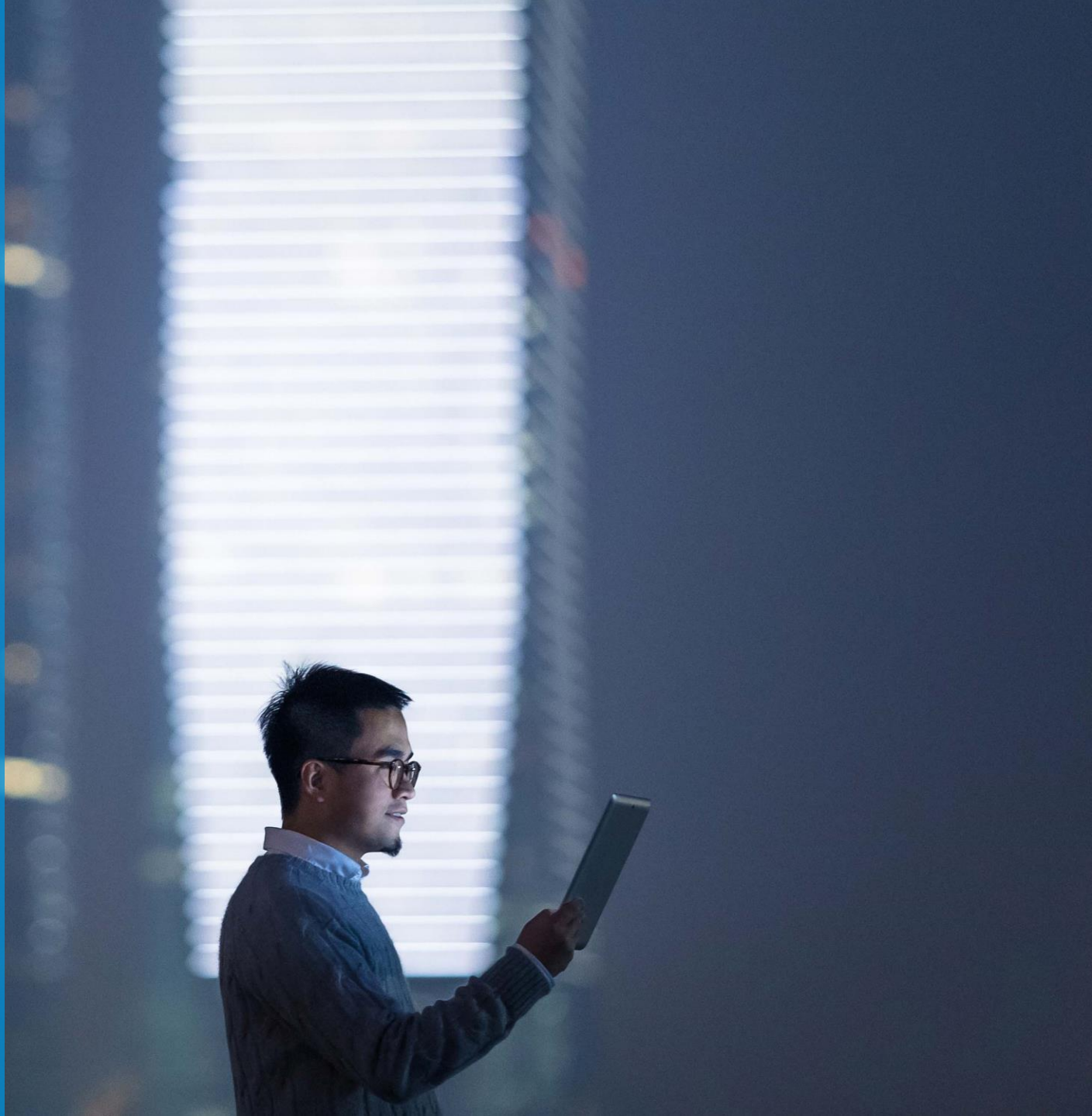


Minimum Value Proposition

Alta flexibilidade (inclusive para pivoting)

Iteração constante com o cliente

É imperativo fazer uma combinação eficaz entre os modelos



Contexto | Estratégia Digital

Social Comparison



Gamification



Rich Personalization



Behavioral Security



Mobile-Augmented Products & Services



Crowdsourcing



Distribution Partnerships



Minimum Viable Offer



Social Customer Service



Digital Customer Service



Open Innovation



UX Differentiation



Advisor Mobility



Mobile First Design



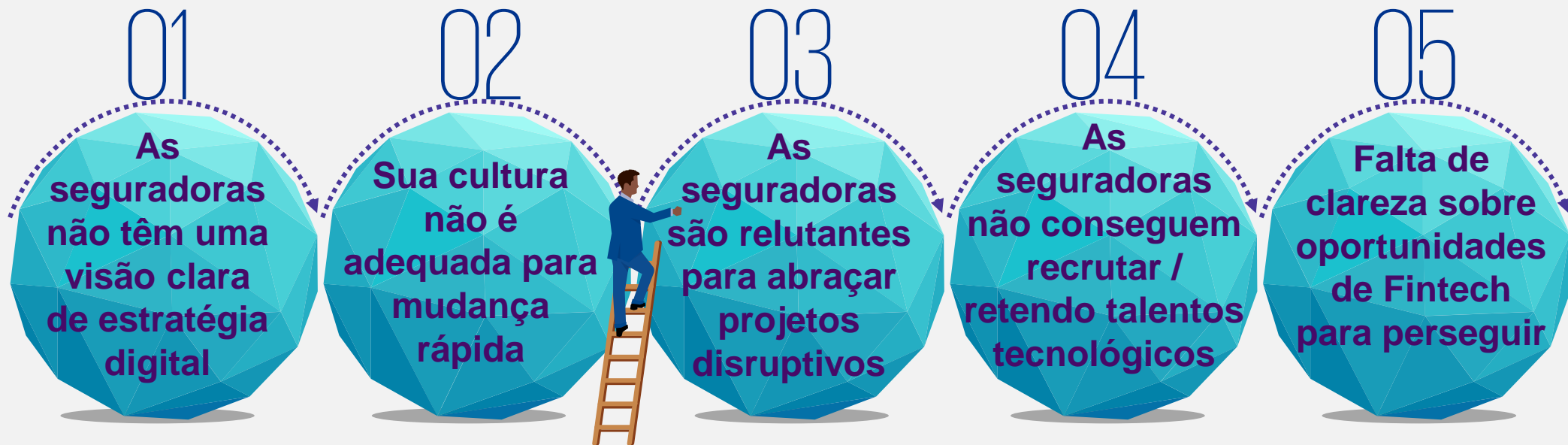
Secure Payments



... Seguradoras tradicionais enfrentam barreiras culturais para se adaptar ao ambiente Fintech

01

Principais obstáculos culturais para as seguradoras, quando comparado com Fintechs:



Ou seja, é uma questão de desenho (ou arquitetura) organizacional e não de tecnologia

02

Risco enfrentado pela atual cultura de seguros

“O perigo para as seguradoras não é cair no desuso, como vivido por agências de viagens ou Kodak. O perigo é que modelos de negócio inovadores tomem pedaços de cada parte dos portfólios de produtos — roubando seus melhores clientes e forçando redução de taxas”

“No seu pior cenário, as seguradoras tornam-se provedores de funções de *backoffice*, com menor crescimento e margens decrescentes”

03

Se seguradoras mudarem sua cultura

Eles vão precisar reinventar seu ciclo de desenvolvimento de produto

Conhecerão a evolução das necessidades do cliente com novas ofertas

Alavancarão *data and analytics*

Ambiente de inovação

ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO

Alinhar os nossos esforços de inovação com a estratégia

CULTURA E LIDERANÇA

Criar uma cultura e liderança mais focadas em inovação

Criar um portfólio de inovação eficaz e mensurável

GESTÃO DA INOVAÇÃO

Obter as melhores ideias e assegurar a implementação bem sucedida

IDEIA PARA LANÇAR

CAPACIDADE DE INOVAR



CRIAÇÃO DE IDEIAS

INNOVATION LAB

DESAFIO DE STARTUPS

INNOVATION FACTORY



Oliver Cunningham

Sócio

Financial Services Consulting

Fone +55 11 3940 3115

Assistente +55 11 3940 1812

oecunningham@kpmg.com.br

www.kpmg.com.br





Clear Choice

Este documento foi elaborado pela KPMG Consultoria Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada, e firma-membro da rede KPMG de firmas independentes e afiliadas à KPMG International Cooperative (“KPMG International”), uma entidade suíça. A KPMG International não presta serviços a clientes. Este documento não poderá ser divulgado, comentado ou copiado, no todo ou em parte, sem o nosso prévio consentimento por escrito. Qualquer divulgação para além da permitida poderá prejudicar os interesses comerciais da KPMG Consultoria Ltda. A KPMG detém a propriedade deste documento, incluindo a propriedade do copyright e todos os outros direitos de propriedade intelectual.

O nome KPMG e o logotipo são marcas registradas ou comerciais da KPMG International.