



OPORTUNIDADES PARA *STARTUPS*

| POR GUILHERME FRANÇA MOTA E JORGE CARNEIRO

Com um ecossistema empreendedor dinâmico de tecnologia, a Índia oferece caminhos para negócios de empresas brasileiras, como as *fintechs*.

É globalmente difundida a imagem da Índia como um grande centro de tecnologia da informação (TI). De acordo com o relatório da consultoria Brand Finance do início deste ano, das dez empresas de TI mais valiosas do mundo, quatro são indianas: Tata Consultancy Services (TCS), Infosys, HCL Technologies e Wipro Technologies. Menos conhecido é o potencial do país como mercado consumidor de tecnologia. A Índia conta com uma massa de cerca de 760 milhões de pessoas com acesso à internet, com previsão de chegar próximo a um bilhão de usuários ativos até 2025, de acordo com as projeções do centro de pesquisa e dados Statista (veja no gráfico na página seguinte). Esses números são ainda mais expressivos quando combinados com os mais de 500 milhões de usuários de *smartphones*.

BOOM FINTECH

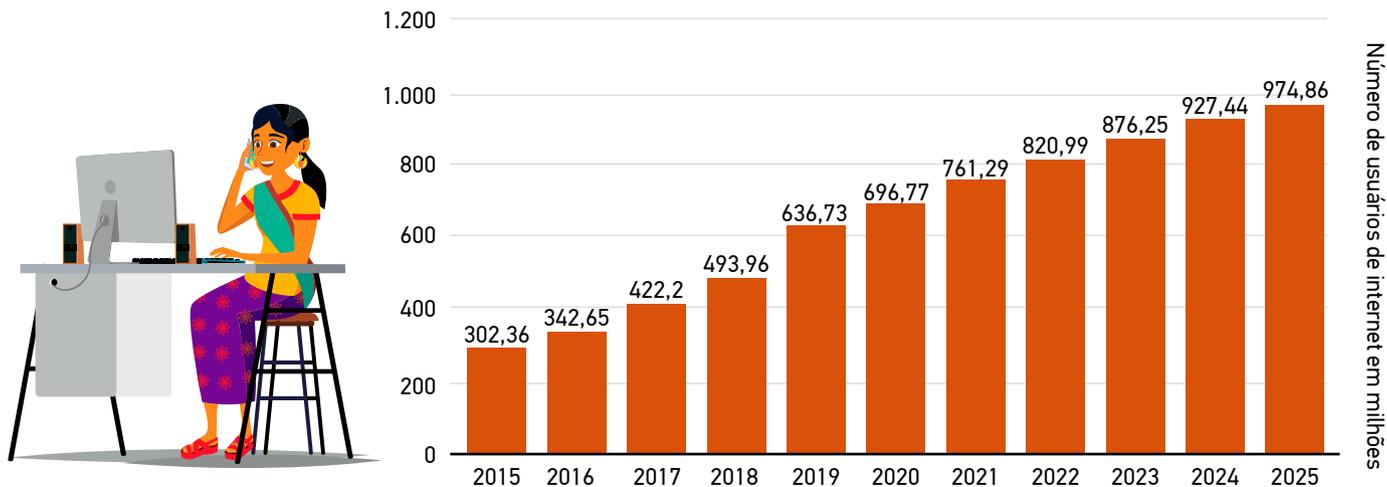
Uma das áreas mais promissoras, considerando o imenso mercado consumidor da Índia, é o setor financeiro. O atual governo tem como um dos pilares político-econômicos a promoção da inclusão financeira nas diversas camadas da população. Como parte desse plano, o governo tem

promovido diversas ações em prol da digitalização, deixando de ser uma economia *cash to cash* e promovendo meios tecnológicos para maior praticidade, fomentação e controle dos fluxos de pagamento.

Essa economia *cash to cash* favorecia a evasão fiscal. Por isso, em 2016, o governo decidiu substituir as cédulas de 500 e 1.000 rúpias, as quais concentravam boa parte do montante financeiro indiano sem lastro. Algumas vezes essas notas eram oriundas de transações ilícitas e sonegadas dos cofres públicos. Os cidadãos foram então forçados a realizar a troca das antigas cédulas por novas em agências bancárias, declarando a origem desses valores. Essa medida significou um duro golpe na corrupção, pois aqueles que não conseguissem justificar a origem de seus recursos não poderiam realizar a troca das extintas cédulas pelas recém-criadas.

Em sinergia com a conjuntura político-econômica, o mercado experimentou um *boom fintech*, destacando-se as *e-wallets* (carteiras virtuais para pagamentos), de forma a atender à demanda de boa parte da população, que ainda era negligenciada por bancos e outros prestadores de serviços financeiros tradicionais. A *fintech* Paytm, líder do mercado, com mais de 450 milhões de usuários registrados (o que

NÚMERO DE USUÁRIOS DE INTERNET NA ÍNDIA DE 2015 A 2020, COM PROJEÇÕES ATÉ 2025 (EM MILHÕES)



FONTE: STATISTA

Número de usuários de internet em milhões



corresponde a mais de duas vezes a população total do Brasil), é uma *e-wallet* que surgiu no início da década passada para viabilizar transações em *e-commerce* em um mercado com baixa penetração de cartões de crédito. O sucesso inicial tornou a Paytm um dos maiores *marketplaces* do país, oferecendo diversos tipos de serviço, como reserva de passagens, acesso a *games*, pagamentos de contas de energia, aplicações em fundos de investimentos e compras de seguros. O grupo foi investido pelo gigante chinês Alibaba Group em 2019 e lidera o setor como principal unicórnio do país.

As *fintechs* fazem parte de um ecossistema crescente de negócios tecnológicos estimulado pelo governo. Com mais de 50 mil *startups*, das quais boa parte é de base tecnológica, a Índia vem promovendo um ambiente sustentável e destacando-se como berço de empresas. A cada dia, nascem, em média, dois ou três negócios de tecnologia.

Além disso, em função do tamanho do mercado interno e do aporte de investidores globais, o país também tem se destacado como origem dos mais novos unicórnios no mundo. Atualmente, a Índia figura em terceiro lugar na liderança global de novos unicórnios, empresas de tecnologia avaliadas em mais de um bilhão de dólares, atrás apenas dos Estados Unidos e da China. O valor de mercado dessas empresas sediadas na Índia soma 240 bilhões de dólares, conforme recente levantamento da Credit Suisse. Em programas como Startup India e NASSCOM 10000 Startups, empresas nascentes são apoiadas com importantes benefi-

cios fiscais e um ecossistema orientado para o desenvolvimento de novas ideias e suporte ao empreendedorismo.

OPORTUNIDADE PARA NEGÓCIOS BRASILEIROS

Todos esses aspectos despertaram a atenção da *fintech* brasileira Salaryfits. A empresa viu uma grande oportunidade de explorar esse mercado, o qual, apesar de já ser referência em desenvolvimento de TI, ainda carecia de soluções inovadoras para alavancar o plano de inclusão monetária para diferentes camadas da população.

A Salaryfits é uma empresa que busca inclusão financeira por meio de benefícios a colaboradores com desconto em folha. Como *spin-off* global da Zetra, uma empresa consolidada no mercado brasileiro, a Salaryfits começou sua expansão para mercados internacionais em 2016, em busca de replicar o seu modelo brasileiro em gestão de crédito consignado. Além do Brasil, a empresa já se estabeleceu no México, Reino Unido, em Portugal, na Espanha, Itália e Índia.

Essa experiência internacional agregou bastante ao desenvolvimento da plataforma tecnológica e ao portfólio de serviços da empresa, inclusive no mercado nacional, onde já operava há 20 anos em gestão de margem consignável (percentual do salário permitido para dedução direta em folha de pagamento). Aventurar-se em novos mercados mostrou à Salaryfits a necessidade de adaptar o produto de acordo com as peculiaridades e a cultura de cada país. São

O mercado indiano experimentou um *boom fintech*, destacando-se as *e-wallets* (carteiras virtuais para pagamentos), para atender à demanda de boa parte da população que ainda era negligenciada por bancos e outros prestadores de serviços financeiros tradicionais.

mudanças que vão desde a seara técnica, com a integração com a folha de pagamento, a adequações legais pertinentes às diferenças da legislação trabalhista. Esse aprendizado também foi um exercício para teste do conceito e aprimoramento das ferramentas.

Na Índia, por exemplo, faz parte da cultura poupar dinheiro em vez de tomar crédito. O indiano poupa em média 30% dos seus rendimentos para despesas de emergência ou até mesmo para festividades religiosas e celebrações como o casamento, contudo o crescimento dos grandes centros, aliado ao fato de a maioria da população ser composta de jovens, tem alavancado o consumo de bens materiais e, conseqüentemente, a demanda por crédito. Dessa forma, além de levar ao país o conceito de crédito consignado, o qual tem o potencial de permitir taxas muito mais atrativas do que as oferecidas pelos demais produtos de crédito pessoal no varejo, a empresa precisou adaptar sua plataforma para ofertar outros produtos financeiros que abrangessem também o conceito de bem-estar e saúde financeira, oferecendo produtos como investimentos, seguros e até a possibilidade de interação com as populares *e-wallets*.

Além disso, diferentemente do Brasil, a oferta e o acesso a produtos financeiros na Índia são ainda muito elitistas e disponíveis apenas a uma pequena parcela da sociedade. Aos bancos, falta interesse em entender e oferecer produtos justos, acessíveis e ágeis à boa parte da população que forma a base da pirâmide social. Por mais tecnológico que o país pareça, o mercado financeiro tradicional ainda se baseia em processos extremamente burocráticos e em rígidos métodos na análise de crédito. Assim, há oportunidades para empresas brasileiras que já atuam em um mercado financeiro mais dinâmico. A solução da Salaryfits, por exemplo, veio com os intuitos de desmistificar, desburocratizar e simplificar, facilitando a geração de escala e a oferta à boa parte da população.

Em um contexto também diferente do Brasil, onde muitas pessoas encontram dificuldades ao contrair um empréstimo por causa do baixo *credit score*, na Índia encontramos um cenário com uma enorme e jovem força de trabalho que

nunca teve a oportunidade de se relacionar com produtos financeiros anteriormente, os *new to credit*. São pessoas que não tinham histórico ruim de crédito nem eram negativadas; elas simplesmente não tinham histórico nenhum. O setor financeiro brasileiro teria condições de trabalhar com essa caixa-preta, pois se desenvolveu bastante ao longo das últimas décadas e tem experiência em lidar com automação, fraudes, alto índice de inadimplência e cultura de crédito e parcelamento. Essa experiência poderia trazer outras soluções inovadoras e inclusivas à carência indiana.

Mesmo sendo a Índia uma cultura sedimentada em tradições milenares, com seus costumes e valores ligados aos laços familiares e ao espiritualismo, a jovem Índia já não é tão enraizada como no século passado. A nova base consumidora, além de possuir boa formação educacional, almeja viagens e experiências internacionais, quer usar telefones e *gadgets* modernos e é extremamente vaidosa e ligada às tendências da moda. Quer desfrutar o lazer e não apenas trabalhar, poupar dinheiro e limitar-se às experiências do universo familiar. O acesso a crédito justo e ágil é um mecanismo para permitir o atendimento aos novos desejos, e essa mudança cria oportunidades para *fintechs* do Brasil. ●

PARA SABER MAIS:

- Brand Finance. IT Services 25: the annual report on the most valuable and strongest IT services brands, 2021. Disponível em: brandirectory.com/download-report/brand-finance-it-services-25-2021-preview.pdf
- Sandhya Keelery. Number of internet users in India 2015-2025, 2020. Disponível em: statista.com/statistics/255146/number-of-internet-users-in-india/
- ET Bureau. Indian to have 820 million smartphone users by 2022. *Economic Times*, 2020. Disponível em: economictimes.indiatimes.com/industry/telecom/telecom-news/indian-to-have-820-million-smartphone-users-by-2022/articleshow/76876369.cms?from=mdr
- Money Control News. Credit Suisse Report 2021 | India has 100 unicorns; here's an insight in unicorn landscapes. *Money Control*, 2021. Disponível em: moneycontrol.com/news/photos/business/startup/credit-suisse-report-2021-india-has-100-unicorns-heres-an-insight-in-unicorn-landscapes-6659901.html
- 10000 Startups: A Nasscom initiative. Disponível em: 10000startups.com
- Entre as pessoas que usam cheque especial, 40% fazem isso todos os meses, dizem SPC e CNDL. *G1*, 2019. Disponível em: g1.globo.com/economia/educacao-financiera/noticia/2019/09/11/entre-as-pessoas-que-usam-cheque-especial-40percent-fazem-isso-todos-os-meses-dizem-spc-e-cndl.ghtml

GUILHERME FRANÇA MOTA > Country manager da Salaryfits Índia > gui.mota@salaryfits.com

JORGE CARNEIRO > Professor da FGV EAESP > jorge.carneiro@fgv.br