



Pesquisa

# Fintech Deep.Dive.2022

Agosto de 2022



ABFIN  
TECHS

associação brasileira de fintechs

# Conteúdo

**7**

Desempenho

**3**

Destaques  
desta edição

**12**

Cenário

**26**

Capital

**20**

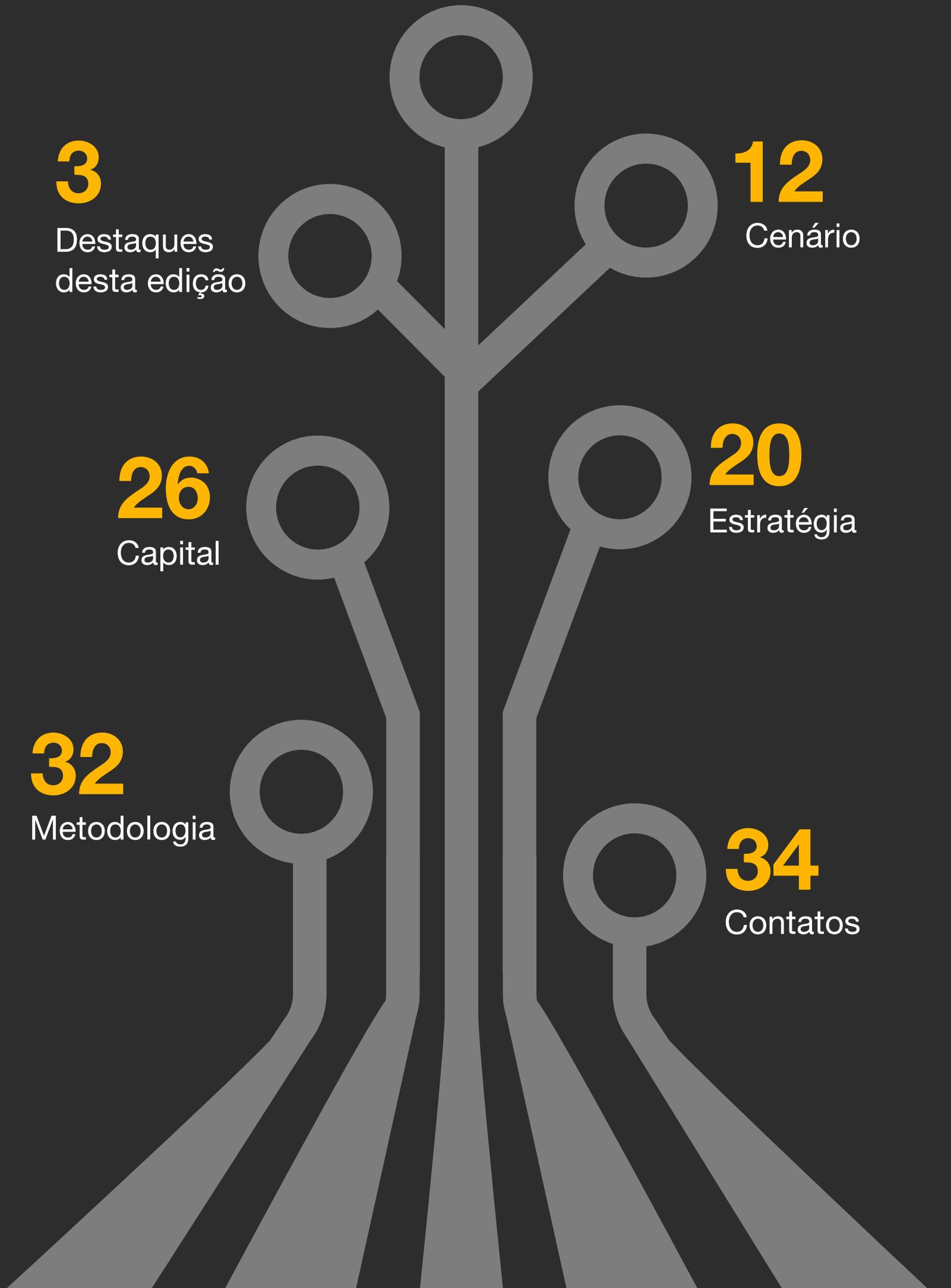
Estratégia

**32**

Metodologia

**34**

Contatos





## Destaques desta edição

Em sua quarta edição, nossa Pesquisa Fintech Deep Dive, feita em parceria com a ABFintechs, traça um perfil do ecossistema de inovação e empreendedorismo no segmento de serviços financeiros do país com base em informações fornecidas, entre março e abril de 2022, por 156 fintechs de diferentes setores de atuação. Apresentamos a seguir alguns destaques desta edição.

- Embora a crise tenha afetado a receita das fintechs, continuou crescendo a fatia de empresas com faturamento acima de R\$ 5 milhões anuais.

O percentual de empresas com crescimento zero ou negativo passou de **26%** para **39%** de 2019 para 2020. No ano seguinte, recuou para **21%**.

- As fintechs apostam alto no *open banking* e Pix:

**72%** estão desenvolvendo soluções alinhadas com as regulamentações associadas a essas iniciativas.

**79%** já colhem benefícios dessas iniciativas ou acreditam que conseguirão colher em um ano.

- O crescimento esbarra em algumas dificuldades, como a escassez de capital provocada pelas incertezas políticas, geopolíticas e econômicas, e a falta de talentos qualificados no mercado.

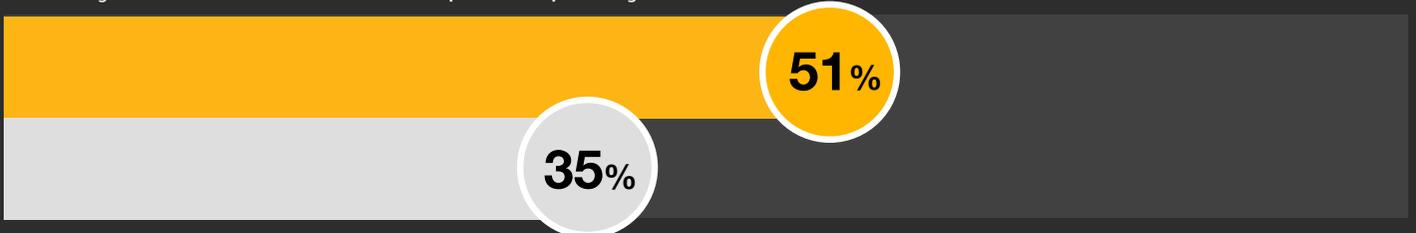
## Principais barreiras à gestão\*

● 2022 ● 2020

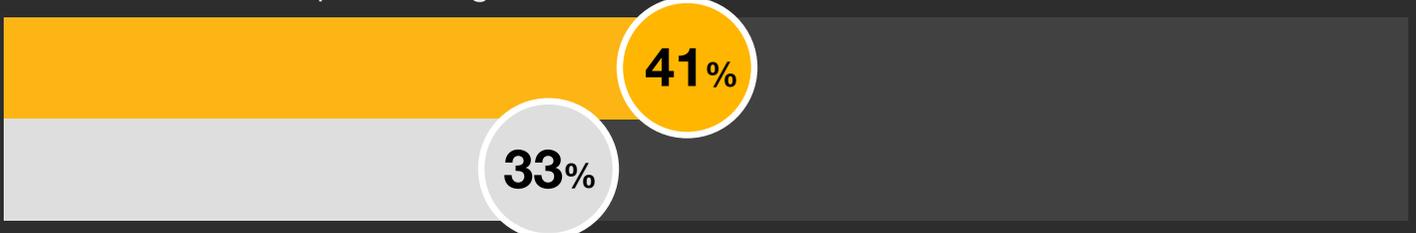
### Atrair recursos humanos qualificados



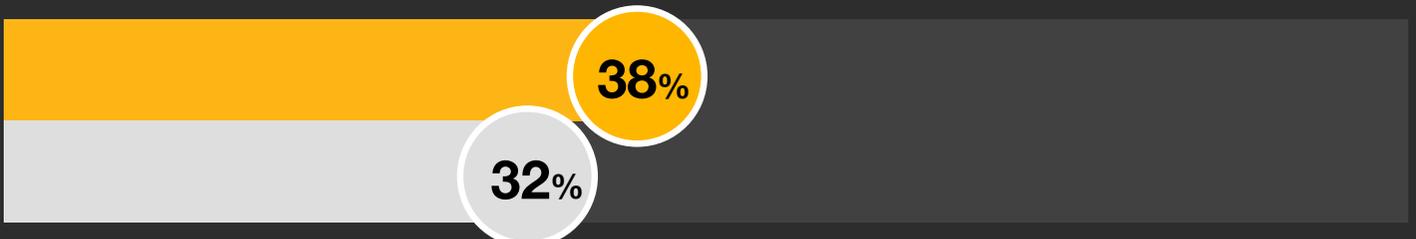
### Alcançar escala necessária para operações



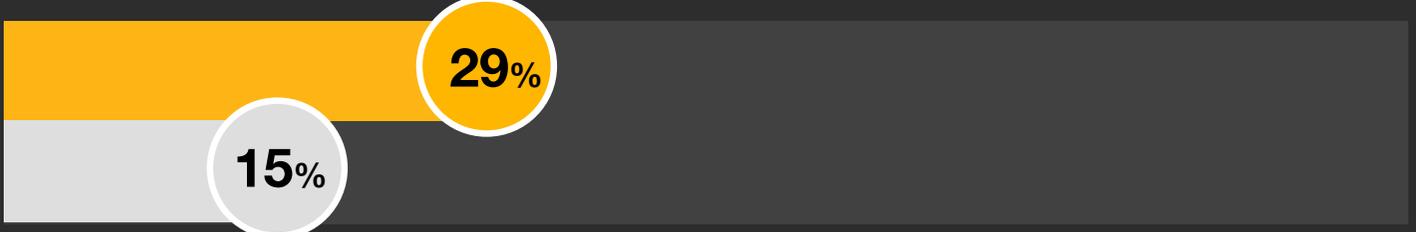
### Obter investimento para o negócio



### Ter reconhecimento de marca

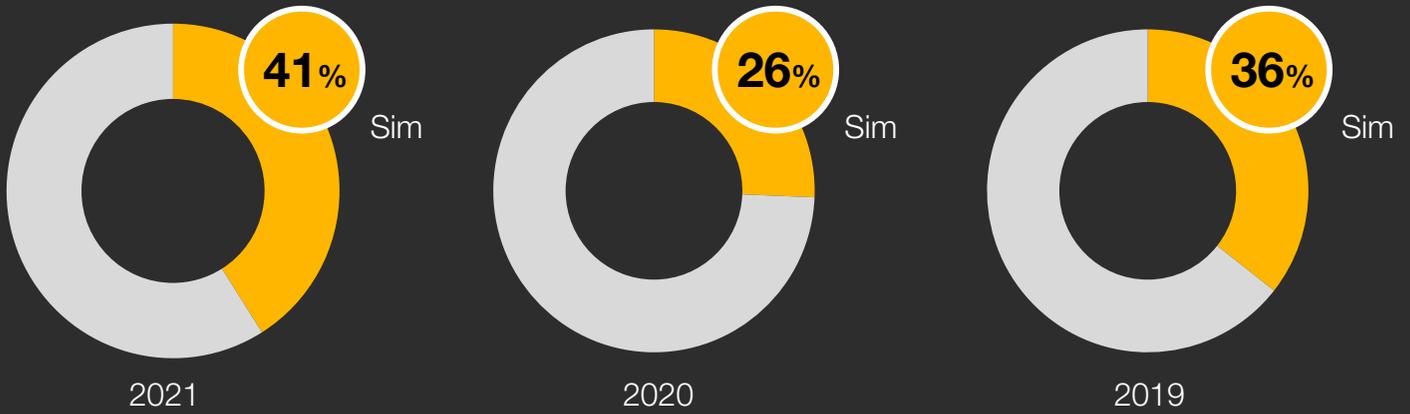


### Gerar receitas



\*A edição anterior da pesquisa foi realizada em 2020. Desta forma, a base comparativa é de 2020 e 2022.

## Sua fintech recebeu investimentos?



- Os três principais segmentos de atuação das fintechs atualmente são também aqueles em que as empresas mais pretendem investir no próximo ano.



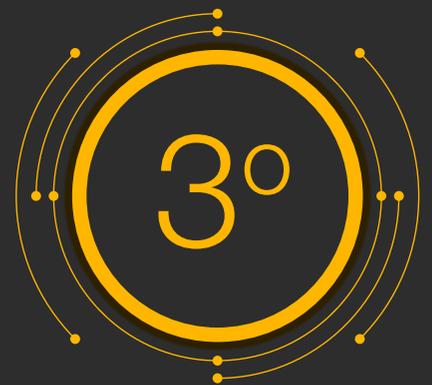
Crédito

**36%**



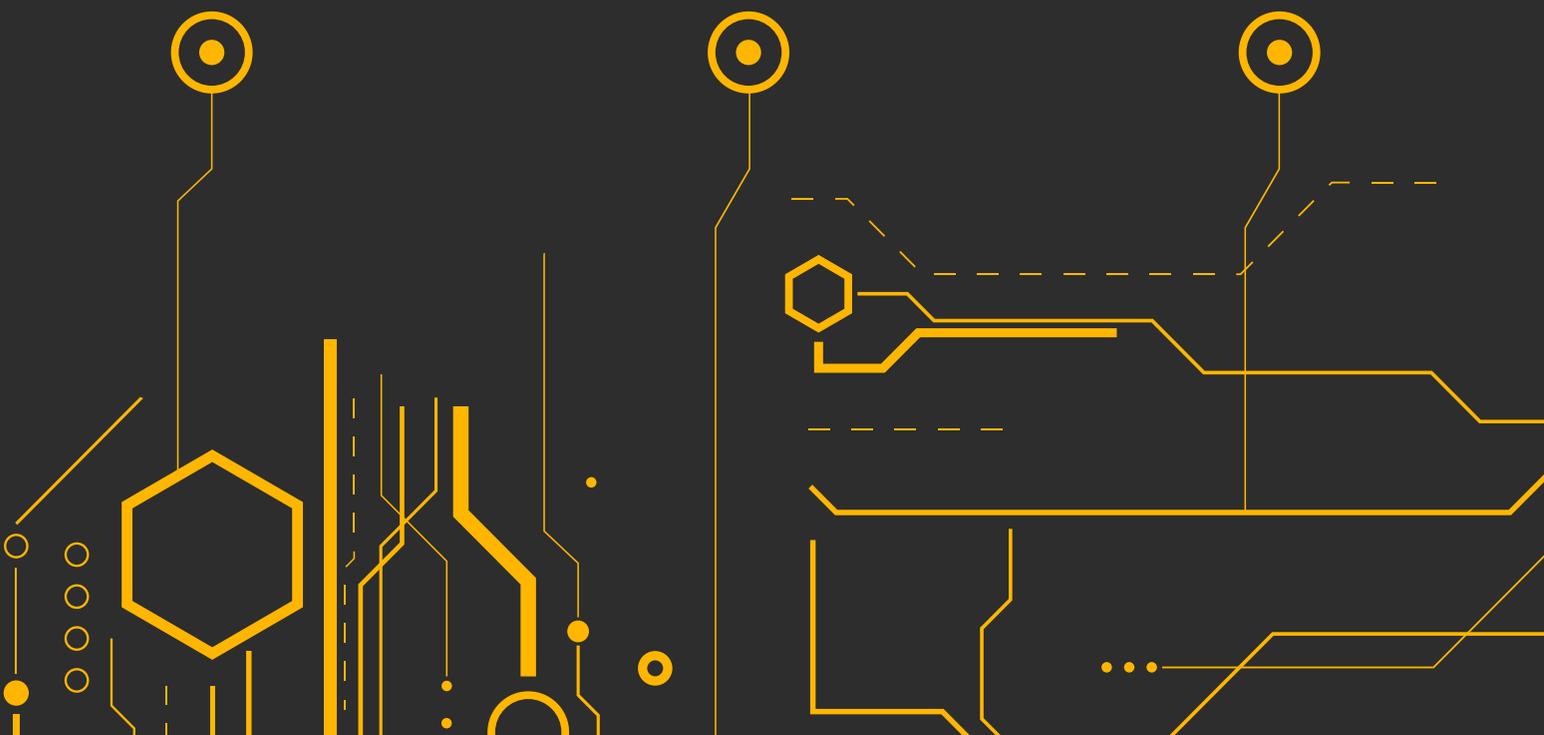
Meios de pagamento

**31%**



Bancos digitais

**30%**



A portrait of Luís Ruivo, a man with short brown hair, wearing a blue blazer over a white shirt. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is blurred, showing what appears to be an office or meeting room.

## Luís Ruivo

Sócio e líder de Consultoria  
em Serviços Financeiros

“

Esse segmento, de fato, se consolidou. Não vemos o *boom* de novas empresas que tínhamos há cinco anos. As fintechs que conseguiram andar sozinhas, competir de igual para igual com os incumbentes, muitas vezes o fizeram apoiadas apenas em uma base de clientes grande, mas ainda sem registrar lucro. Todas têm em comum o pioneirismo de entrar em um mercado subatendido usando a receita certa. Hoje, no entanto, os espaços estão ocupados, até mesmo pelas fintechs, e o desafio é crescer e gerar rentabilidade em um cenário de escassez de capital para investimentos.”



# 1. Desempenho

## **Empresas sentiram o impacto da crise nas receitas em 2020, mas já mostram recuperação.**

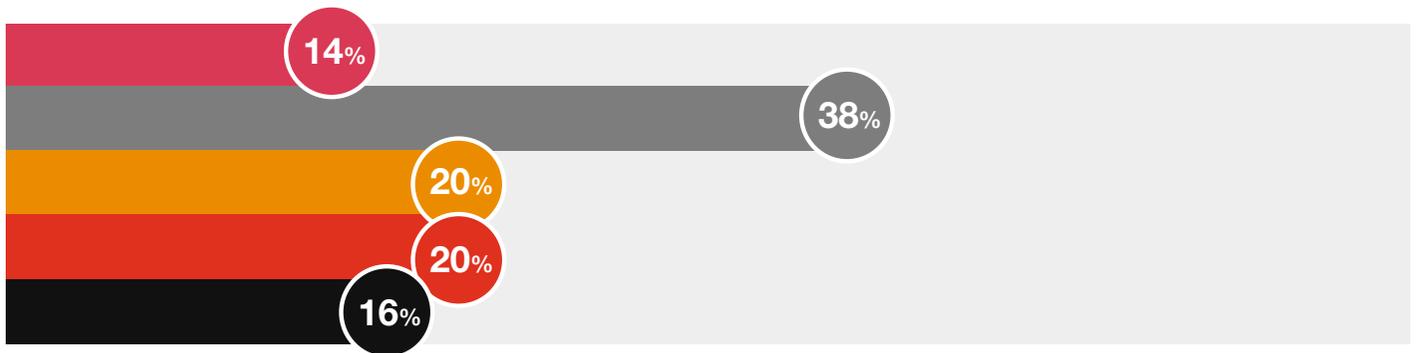
No auge da crise causada pela pandemia de covid-19, em 2020, o percentual de empresas sem faturamento em nossa amostra quase dobrou. No ano seguinte, essa fatia recuou de 38% para 14%. Ao mesmo tempo, a parcela de fintechs com o nível mais baixo de receitas (até R\$ 350 mil) mais que dobrou (de 15% para 31%).

Nos segmentos com faturamento mais alto, embora o impacto da crise também tenha sido sentido em 2020, percebemos que se manteve a tendência observada desde 2017 de aumento da fatia de empresas com receitas acima de R\$ 5 milhões.

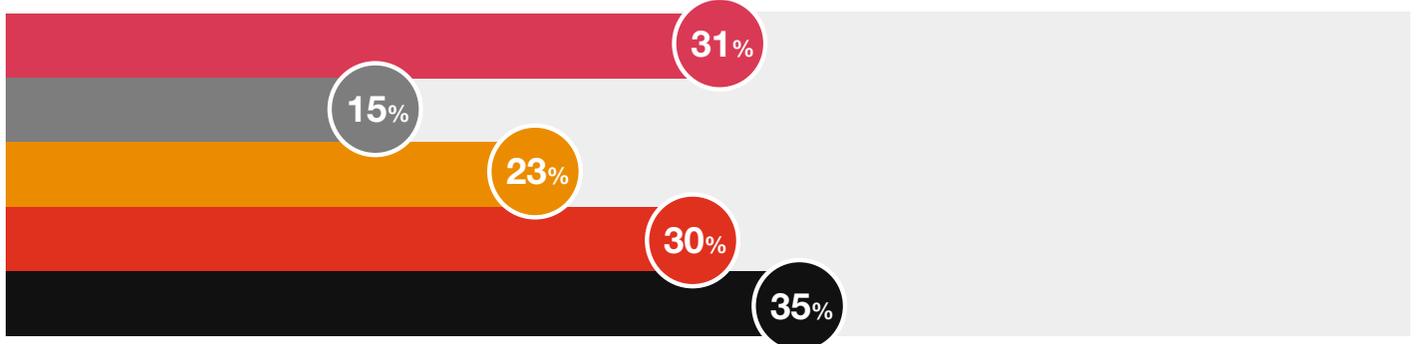
# Receita bruta

● 2021 ● 2020 ● 2019 ● 2018 ● 2017

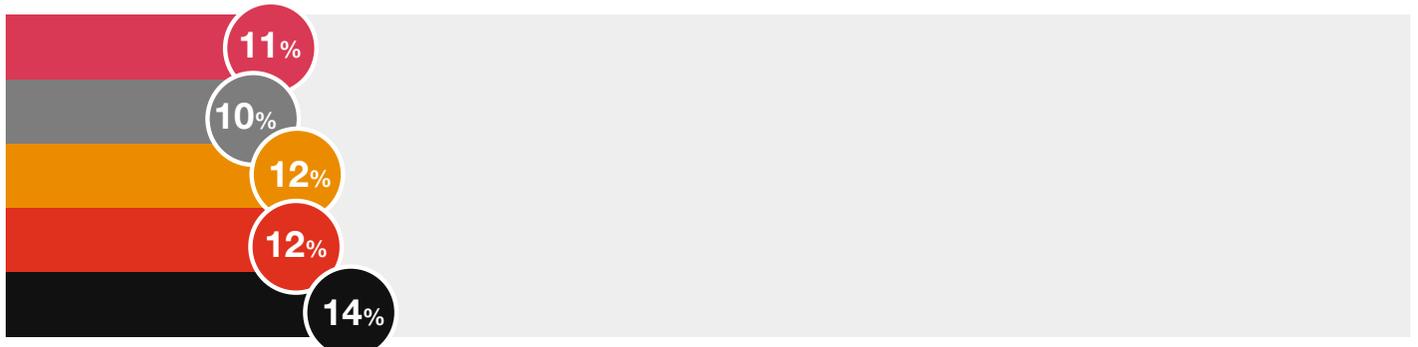
## Sem faturamento



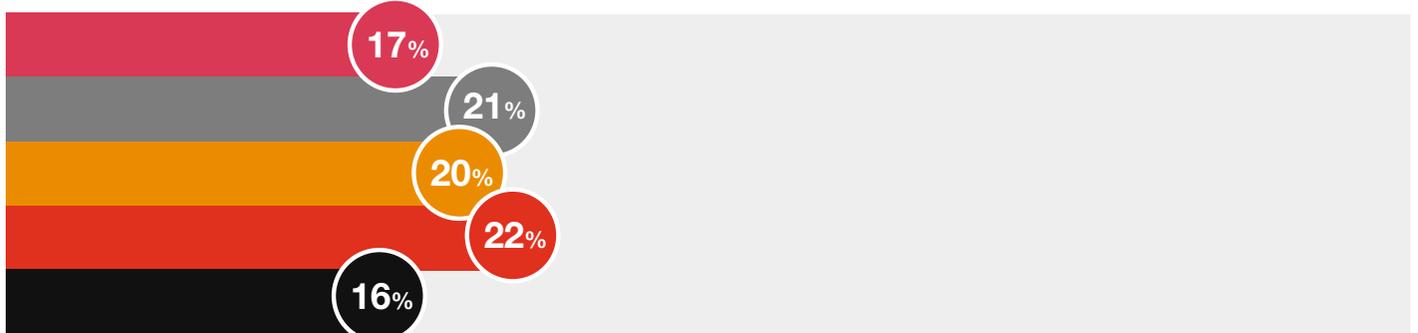
## Até R\$ 350 mil



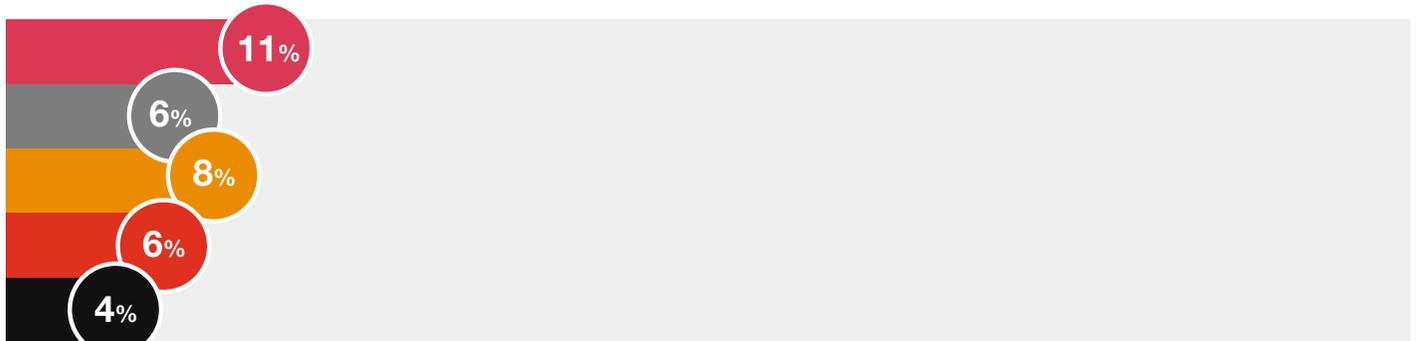
## Entre R\$ 350 mil e R\$ 1 milhão



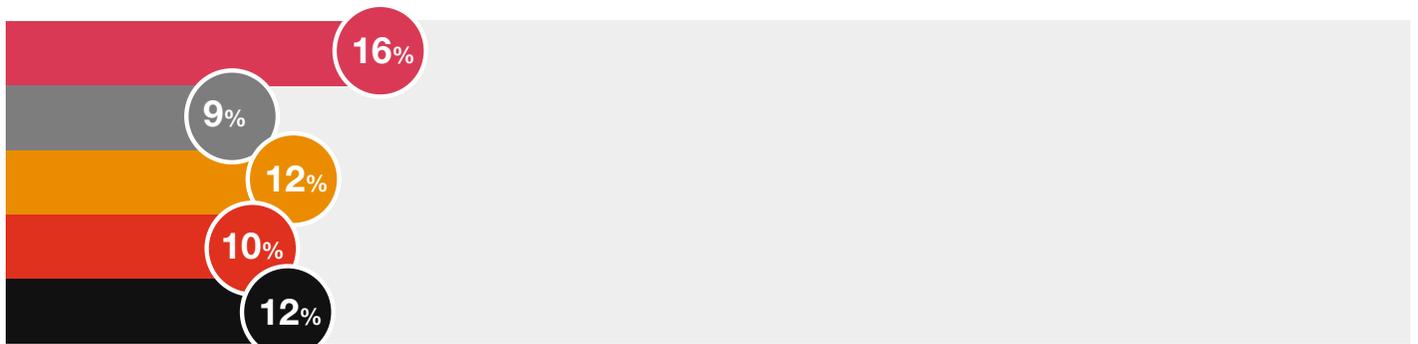
## Entre R\$ 1 milhão e R\$ 5 milhões



## Entre R\$ 5 milhões e R\$ 10 milhões



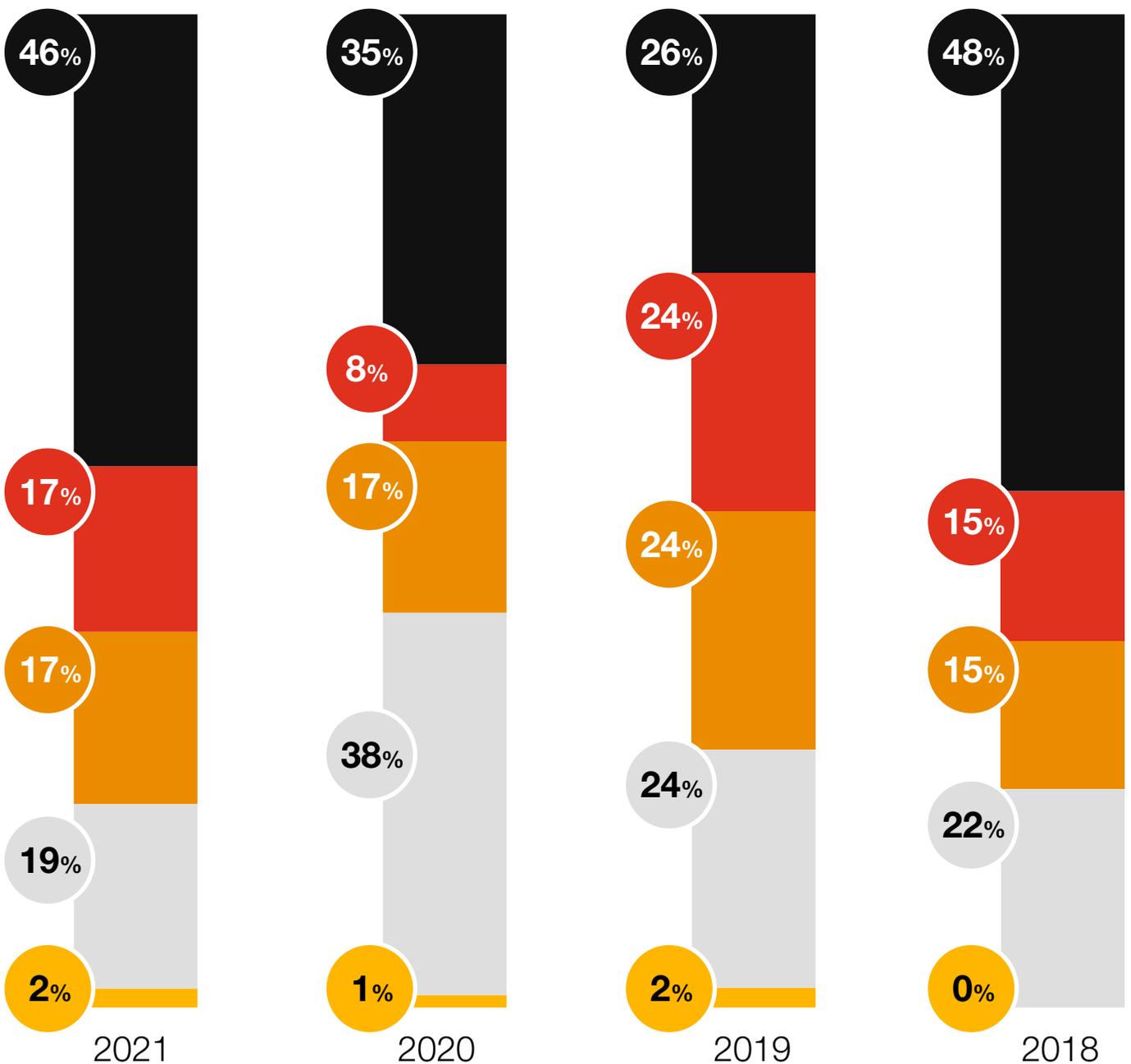
## Acima de R\$ 10 milhões



Mais um sinal da crise foi o aumento do percentual de empresas com crescimento zero ou negativo, que passou de 26% para 39% de 2019 para 2020. No entanto, cresceu também o grupo de fintechs com variação de receita acima de 100%. Em 2021, os números mostram uma recuperação generalizada do mercado.

### Variação de receita em relação ao ano anterior

● -50% a -1%    ● 0%    ● 1% a 50%    ● 51% a 100%    ● Acima de 100%



## Jovens, otimistas e em busca de equilíbrio financeiro



# 68%

das fintechs da nossa pesquisa têm menos de cinco anos de existência – três pontos percentuais a mais do que na edição anterior do estudo.



# 65%

esperam mais do que dobrar sua receita em 2022.



Somente

# 35%

atingiram o *break-even*, sendo que mais de dois terços delas o fizeram em até dois anos.



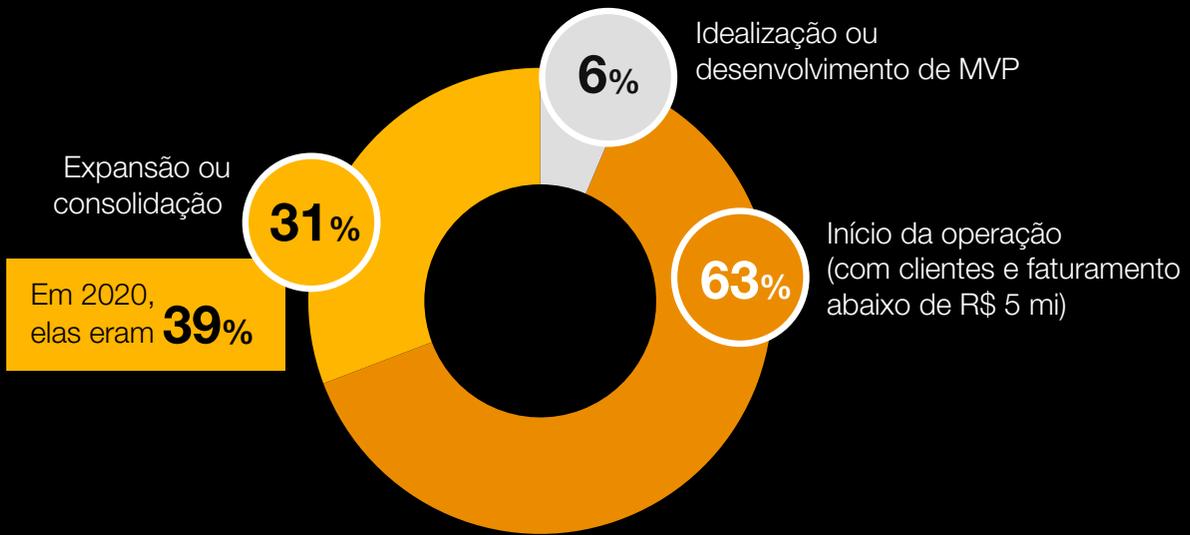
Entre as fintechs restantes,

# 52%

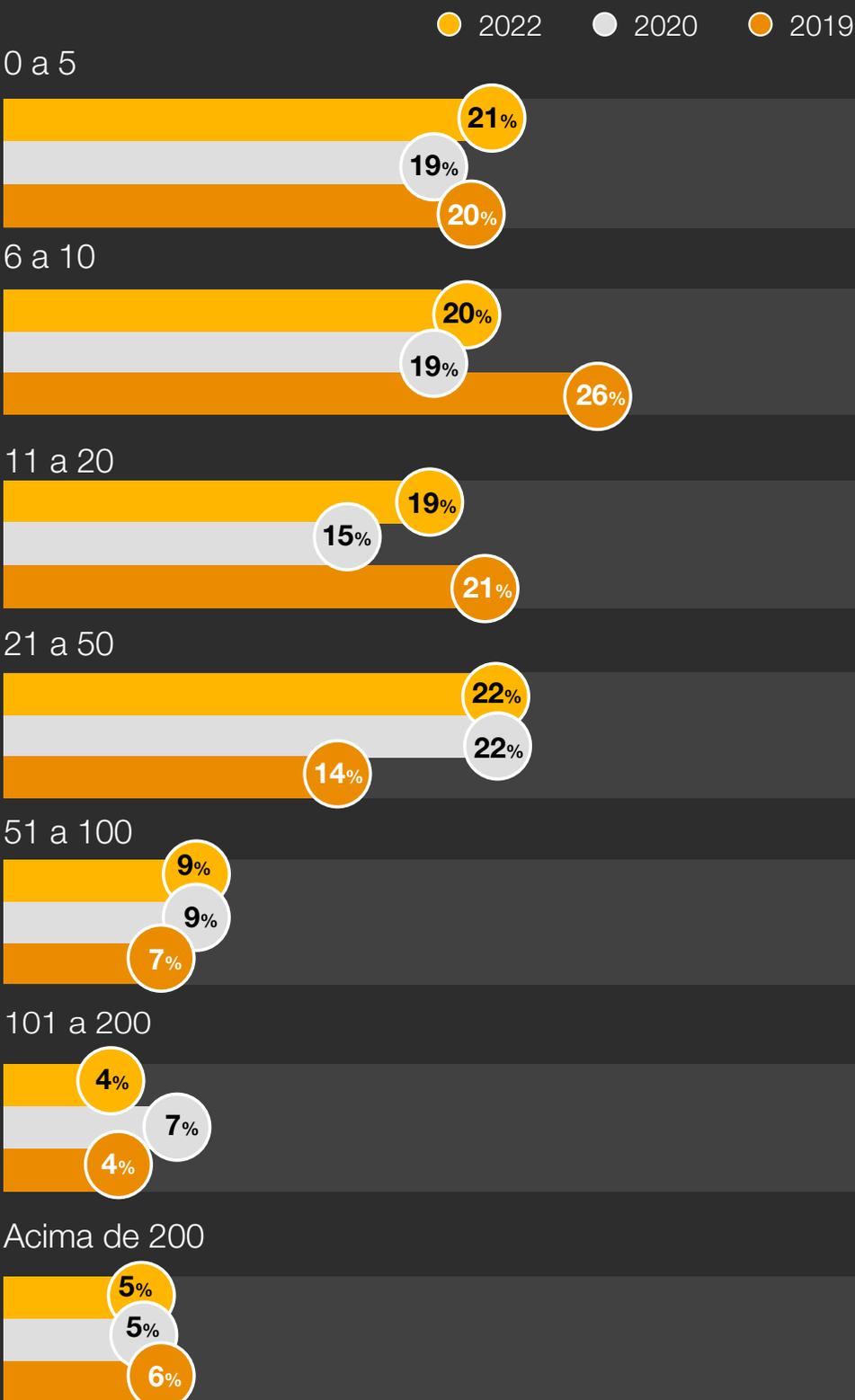
esperam atingir o *break-even* em até dois anos.

## Estágio de maturidade das fintechs

Diminuiu o percentual de empresas em fase de expansão ou consolidação (com clientes, validadas pelo mercado e faturando entre R\$ 5 milhões e R\$ 20 milhões).



## Número de funcionários



### Até 10:

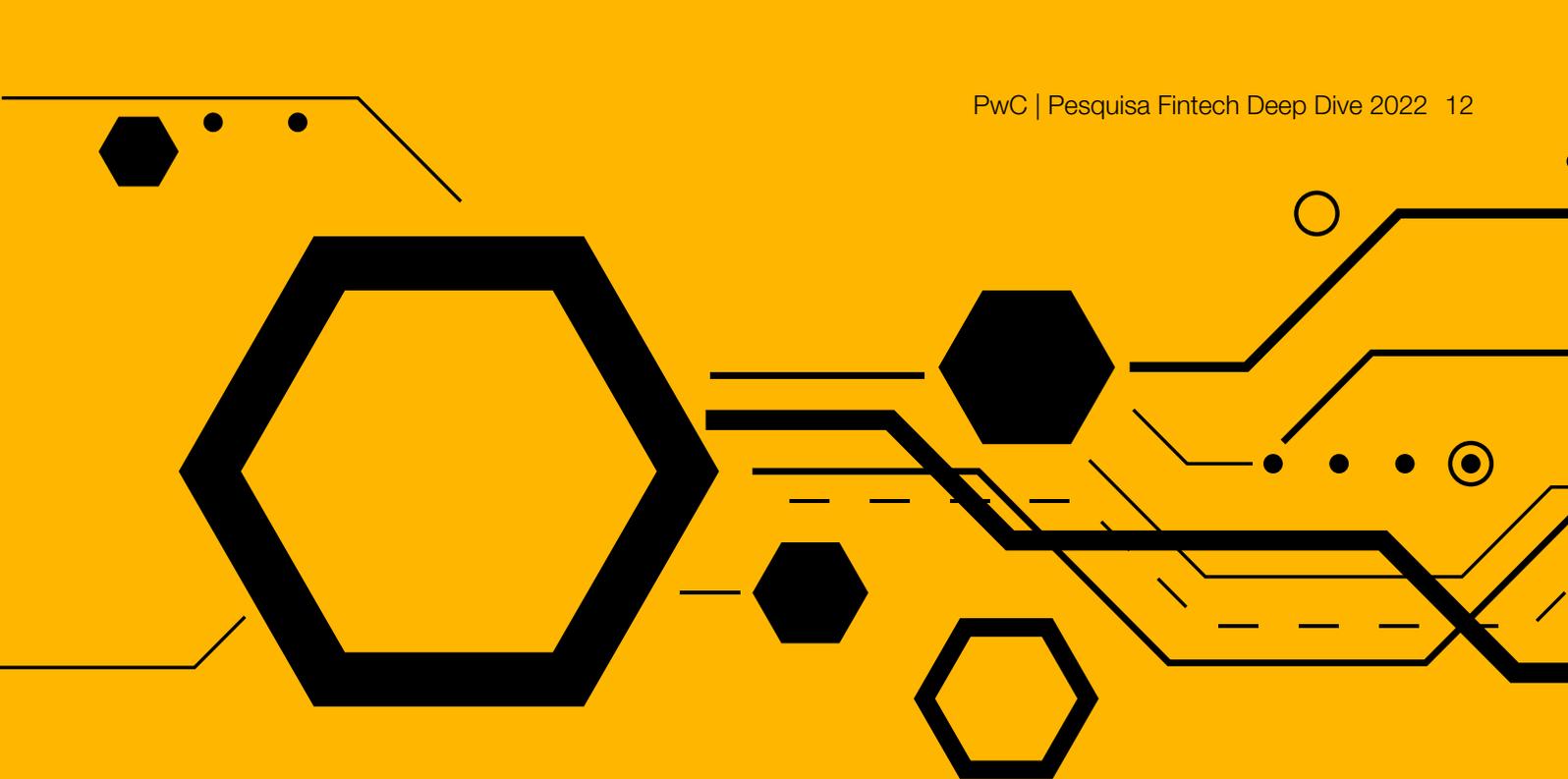
2020: 38%

2022: 42%

### Mais de 100:

2020: 12%

2022: 9%



## 2. Cenário

### **Atentas às oportunidades do *open banking* e do Pix, empresas apostam mais em cliente corporativo e esbarram na escassez de talentos qualificados**

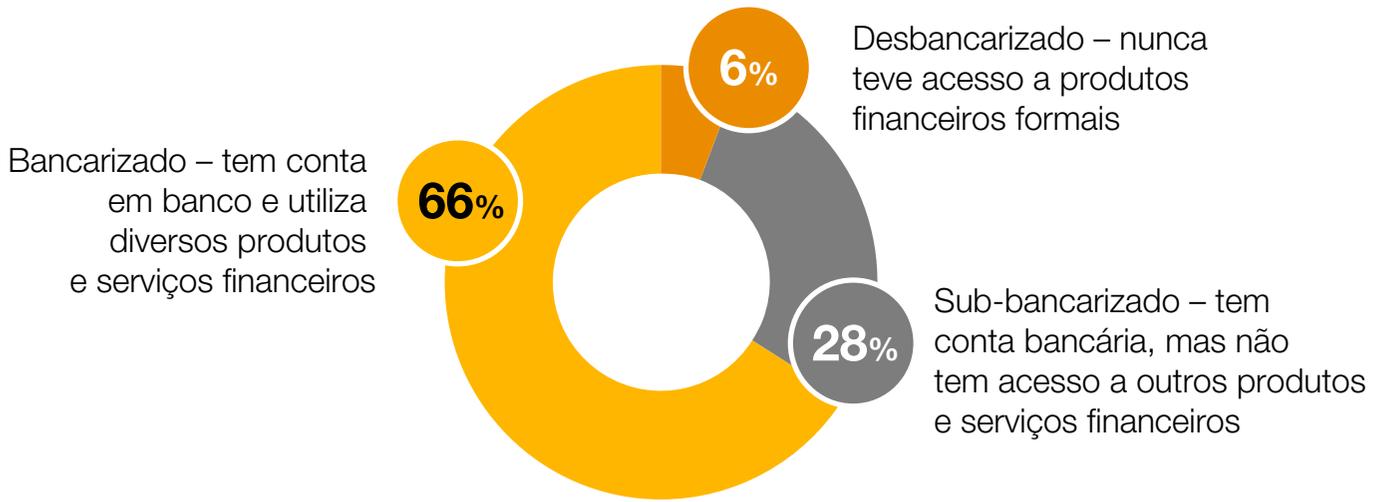
A escala de transformações que o *open banking* pode proporcionar no mercado brasileiro depende de mudanças no ecossistema de fintechs e bancos que levam tempo para se concretizar. A maioria das empresas está investindo em soluções para explorar as oportunidades prometidas pela integração entre as instituições financeiras e já colhe benefícios dessas iniciativas.

Com olhos mais voltados para o segmento de pessoas jurídicas, sobretudo pequenas e médias empresas, as fintechs dizem encontrar dificuldades para atrair talentos, alcançar escala e reconhecimento de marca, obter investimentos e gerar receitas.

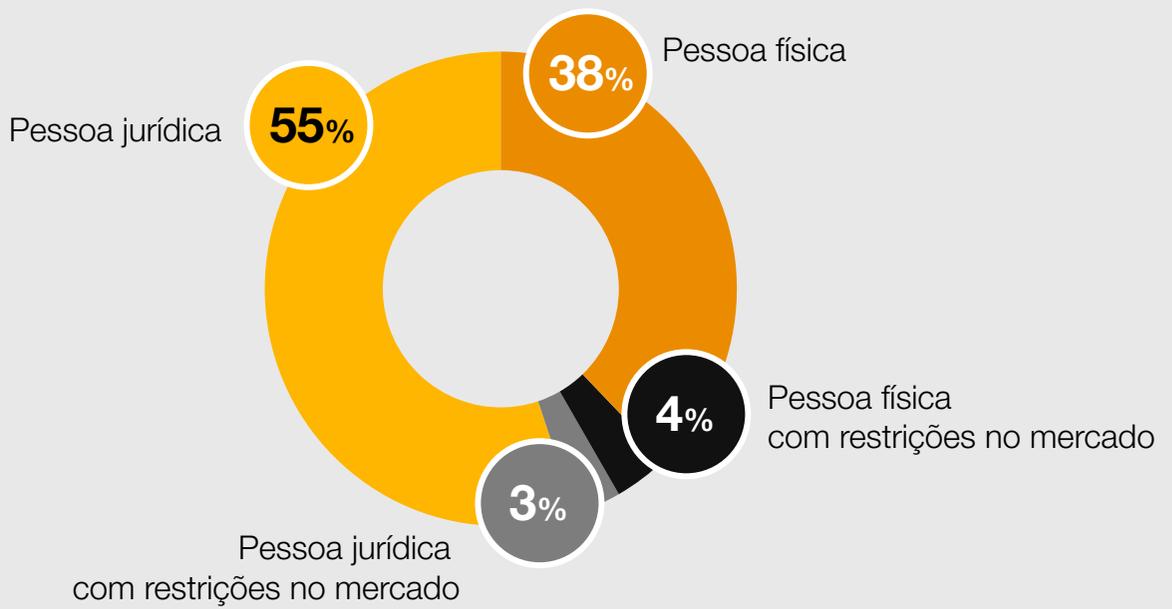
#### **Perfil do cliente**

- Dois terços dos clientes das fintechs da nossa amostra têm conta em banco e usam diversos produtos e serviços financeiros.
- 7% das empresas atendem a clientes com restrições no mercado (pessoas físicas ou jurídicas).
- 58% das participantes têm uma base de clientes formada por pessoas jurídicas.
- Pequenas ou médias empresas representam a principal categoria de clientes corporativos das fintechs da nossa amostra, com 38% das menções.

## Acesso do cliente ao sistema financeiro



## Tipo de cliente

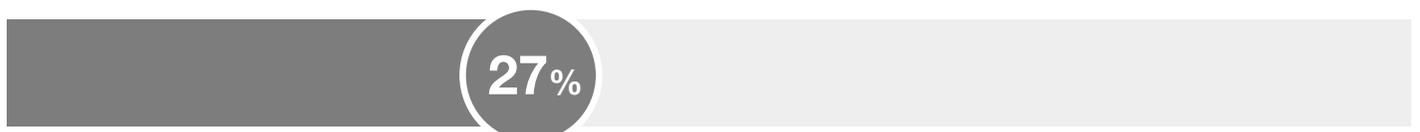


## Perfil do cliente

Pequena ou média empresa (faturamento entre R\$ 2,4 milhões e R\$ 90 milhões)



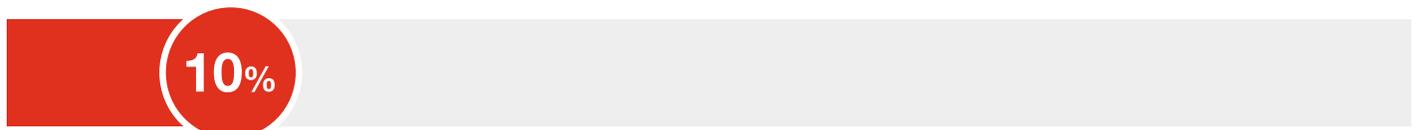
Pessoa física com contrato CLT



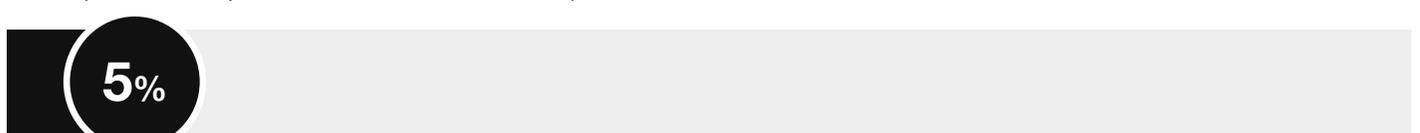
PJ Corporate (faturamento acima de R\$ 90 milhões)



Autônomo



MEI (Microempreendedor Individual)





## Diego Perez

Presidente da ABFintechs



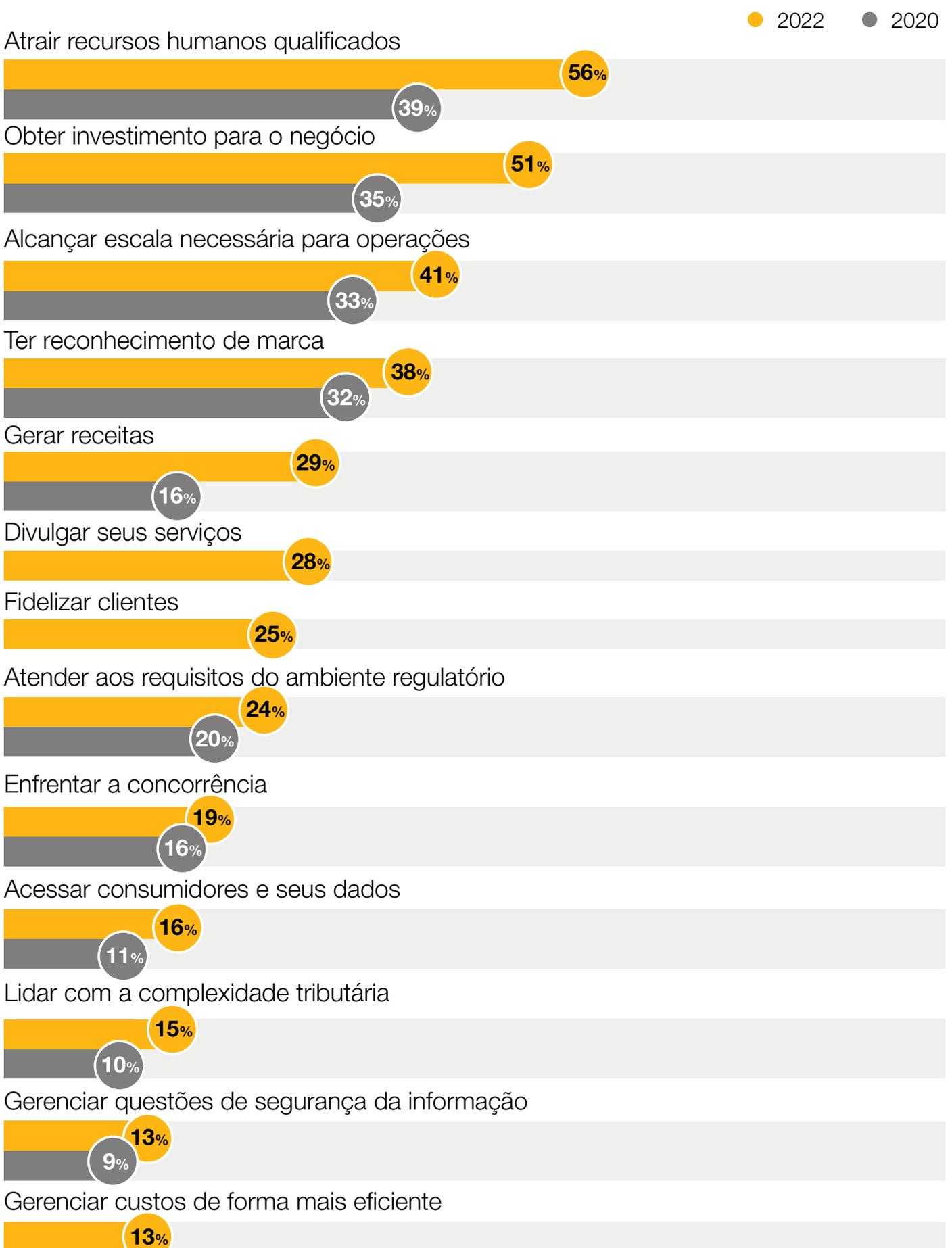
As fintechs conseguiram alcançar uma boa penetração tanto entre os jovens da geração digital quanto entre a população de mais baixa renda, que têm menos acesso à tecnologia. No primeiro grupo, elas atendem à necessidade da alta disponibilidade e da experiência mais agradável. Os jovens querem abrir e fechar uma conta em banco com a mesma velocidade que baixam ou apagam um jogo no celular. Já entre a população de baixa renda, as fintechs souberam criar produtos que fazem o uso básico da tecnologia disponível ou tornam o acesso a ela muito mais barato. Nos bairros periféricos dos grandes centros, por exemplo, é fácil ver pequenos empreendedores ou trabalhadores informais usando suas maquininhas para receber pagamentos via Pix.”

## Principais barreiras à gestão

Em um segmento que precisa inovar constantemente e depende de tecnologias de ponta, atrair recursos humanos qualificados continua sendo o principal desafio de gestão e preocupa uma parcela muito maior das empresas participantes da pesquisa.

Gerar receitas subiu duas posições no ranking e ocupa o quinto lugar atualmente. Esse item é seguido por duas novas barreiras pesquisadas este ano: divulgar serviços e fidelizar clientes.

Todas as barreiras pesquisadas receberam mais menções dos participantes do que na edição anterior da pesquisa, um indicador das dificuldades enfrentadas pelas fintechs durante a crise causada pela pandemia.



## Regulamentação cria pressões e oportunidades

### *Open banking* e Pix

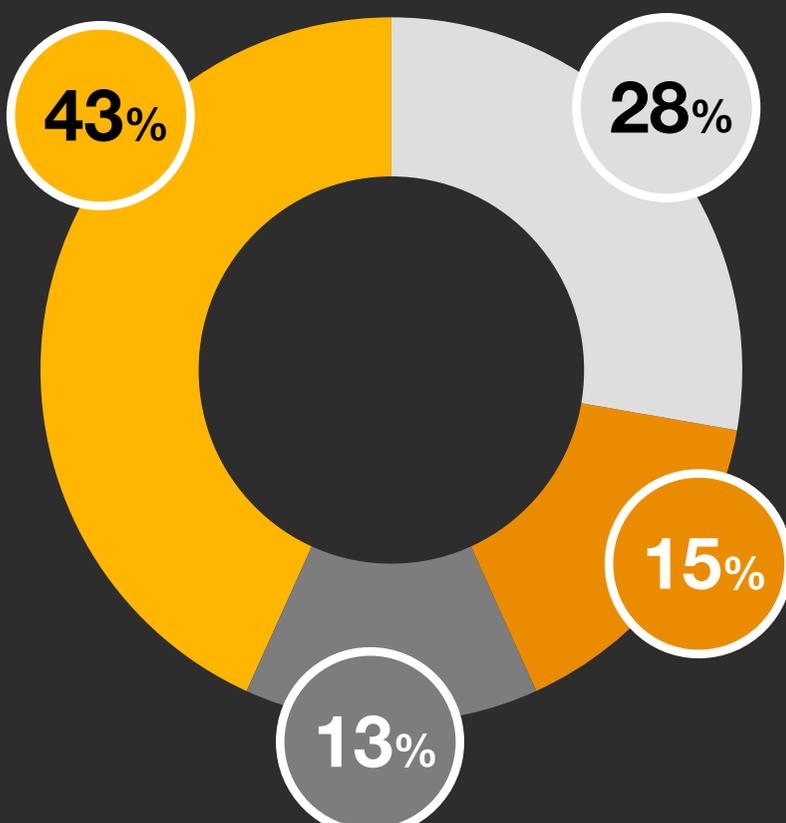
A maioria das fintechs afirma já estar colhendo ou prestes a colher benefícios de seus investimentos em soluções relacionadas ao *open banking* e ao Pix. Após a adesão em massa dos brasileiros ao Pix, as empresas ainda veem oportunidades para explorar a nova modalidade de pagamento para diversificar sua oferta de produtos e serviços e atrair clientes.

Da mesma forma, o *open banking* ainda não mostrou totalmente seu potencial de transformação do mercado. A regulação já existe, mas a transição exige tempo, pois é preciso desenvolver a infraestrutura de integração do *open finance*, necessária à instalação dos *marketplaces* de produtos e serviços financeiros.

Quando eles estiverem disponíveis, a comparação de preços ficará mais fácil e o impacto na vida das pessoas e no mercado será mais visível. Isso será especialmente benéfico para o segmento de crédito, e os jovens devem ser o principal público atendido.

### Desenvolvem soluções para *open banking* e Pix?

- *Open banking* e Pix
- Apenas para Pix
- Apenas para *open banking*
- Nenhuma



Saiba mais: [mapapix.com.br](https://mapapix.com.br)



# 72%

estão desenvolvendo soluções alinhadas para *open banking* e Pix.



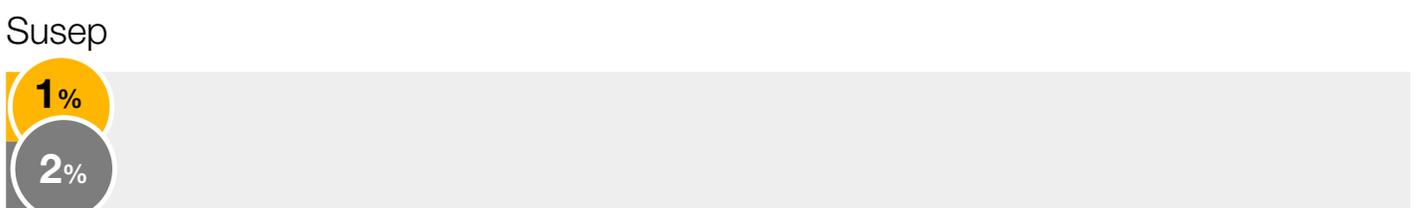
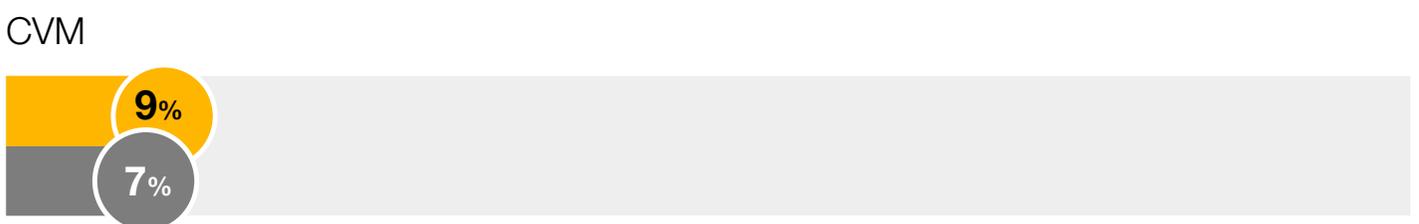
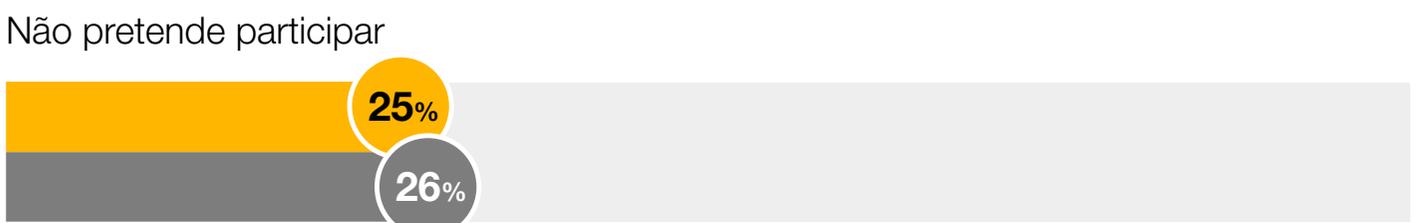
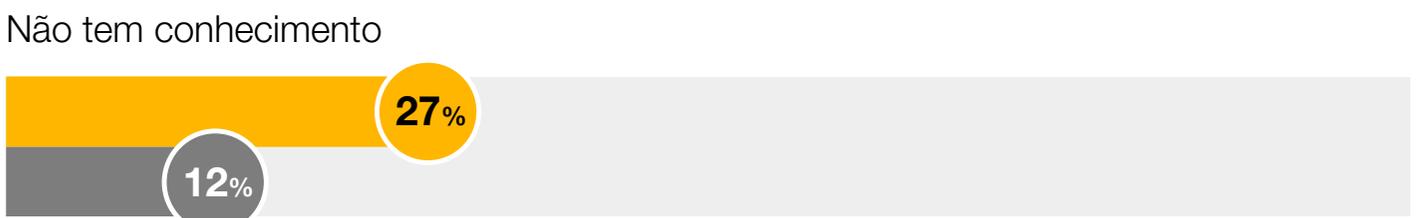
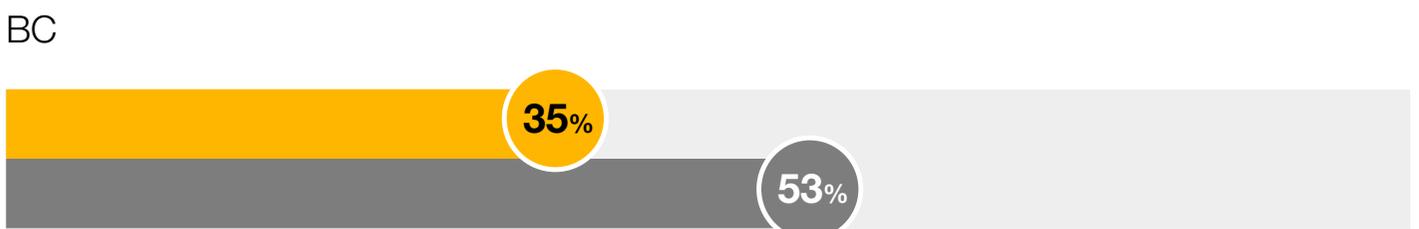
# 79%

já colhem benefícios dessas iniciativas ou acreditam que conseguirão colher em um ano.

## Participação em *sandbox* regulatório

Mais da metade das fintechs não pretende participar de algum *sandbox* regulatório ou não tem conhecimento sobre o assunto. O percentual é bem superior aos 38% da edição anterior.

● 2022 ● 2020



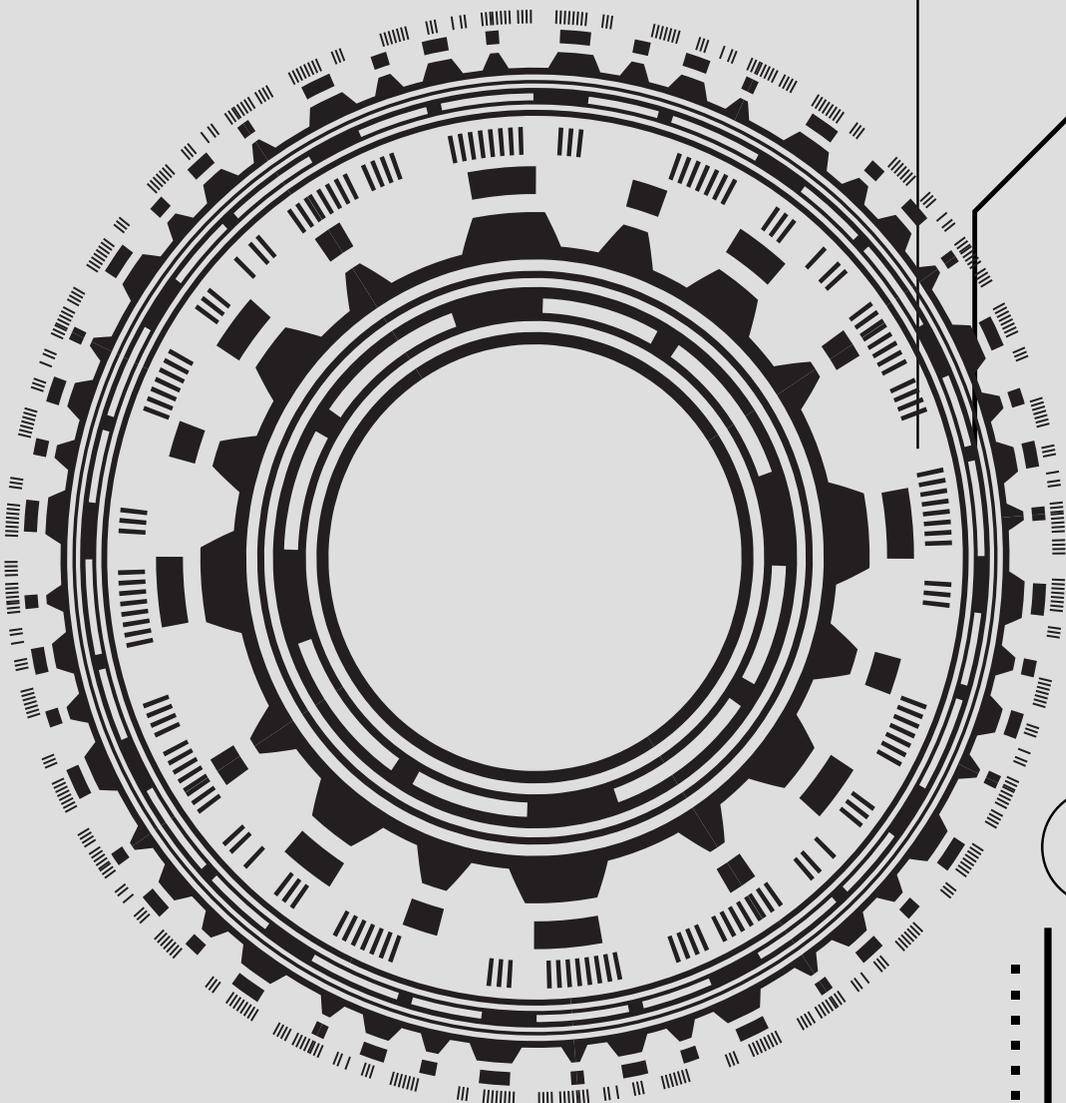
## Lei do Bem

Poucas empresas recorrem à Lei do Bem, um dos principais incentivos à inovação. Os motivos podem ser desconhecimento, falta de controles internos ou o fato de ainda não terem atingido o nível de faturamento para o regime de lucro real. Hoje a Lei do Bem é aplicável somente a empresas com lucratividade.



# 96%

nunca se beneficiaram do incentivo fiscal de inovação tecnológica previsto na Lei do Bem (Lei nº 11.196/05)



## Riscos cibernéticos e de fraudes



92%

dizem já ter se adequado à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).



84%

dizem já ter se adequado à Lei de Prevenção à Lavagem de Dinheiro.

A adequação à lei é diferente de estar preparado para enfrentar riscos. Embora ainda não sejam o alvo principal da atuação de *hackers* e fraudadores no segmento financeiro, as fintechs que não tiverem uma estrutura adequada para lidar com ameaças cibernéticas, fraudes e crimes financeiros continuarão expostas a situações que poderão ter impactos graves em sua operação, reputação e até sobrevivência, mesmo estando adequadas às exigências legais.

## 3. Estratégia

**Focadas em reduzir custos de produtos e serviços, fintechs apostam na expansão dos segmentos de crédito, meios de pagamentos e bancos digitais**

Os principais segmentos de atuação das fintechs permanecem quase inalterados em relação à edição anterior, com exceção de bancos digitais, categoria que avançou claramente para o terceiro lugar na preferência das empresas, ultrapassando as soluções de gestão financeira.

Cinco principais segmentos de atuação

● 2022 ● 2020

Crédito



Meios de pagamento



Bancos digitais



Gestão financeira



Gestão de investimentos

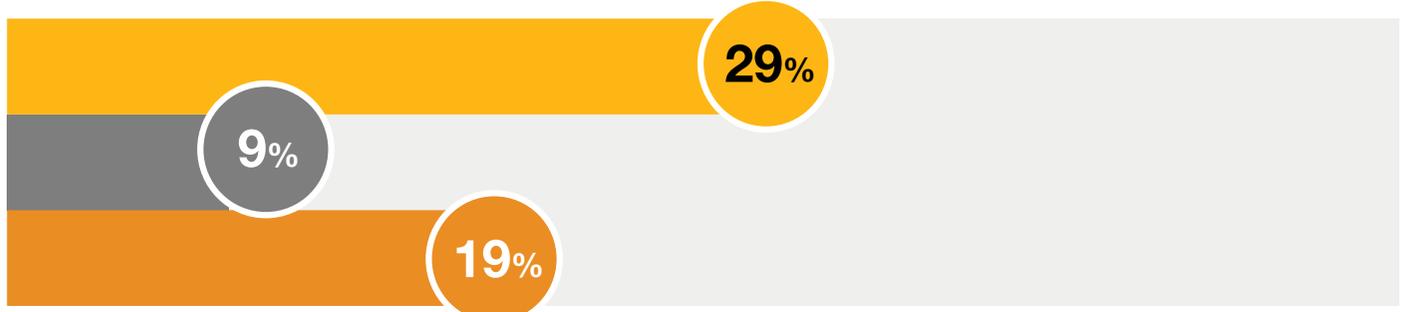


## Áreas em expansão

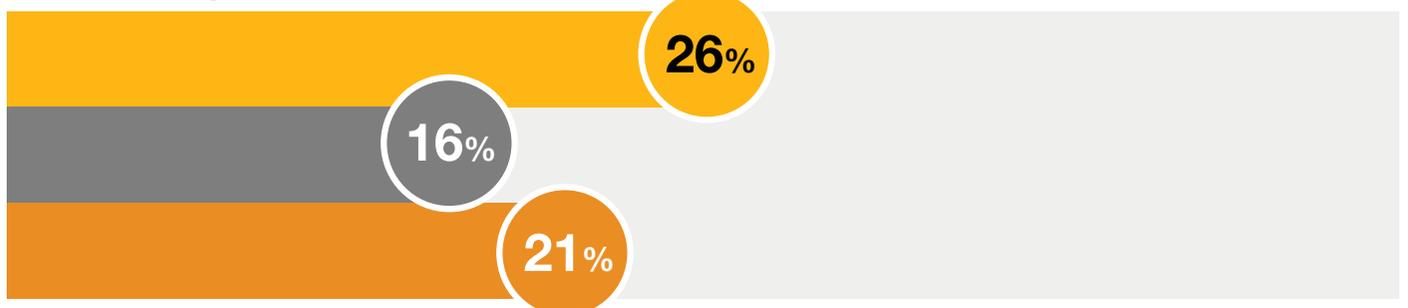
A aposta no segmento de bancos digitais vem aumentando a cada ano.

● 2022 ● 2020 ● 2019

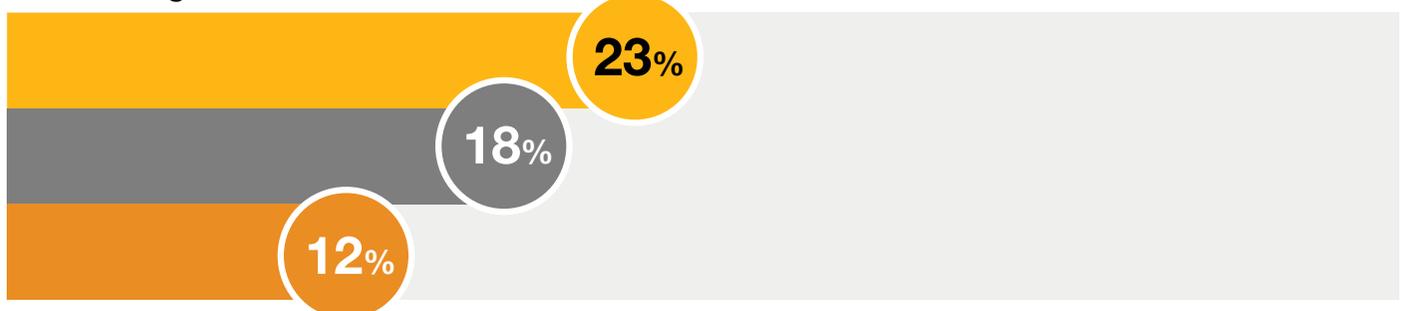
### Crédito



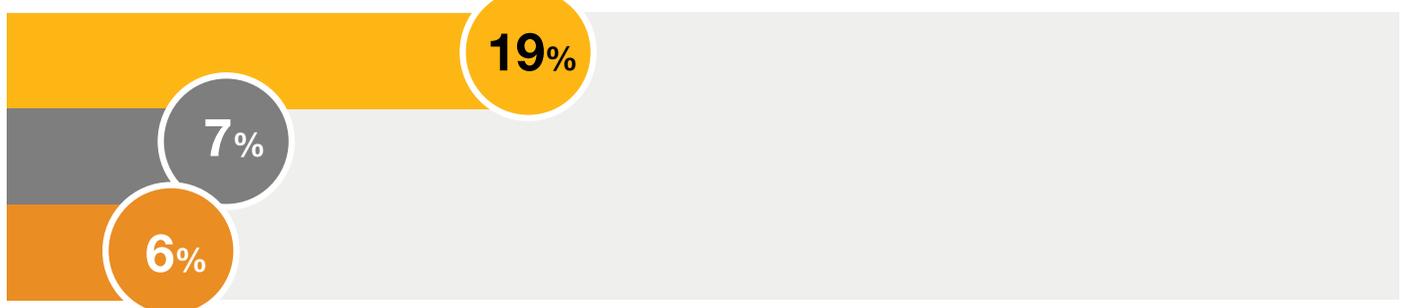
### Meios de pagamento



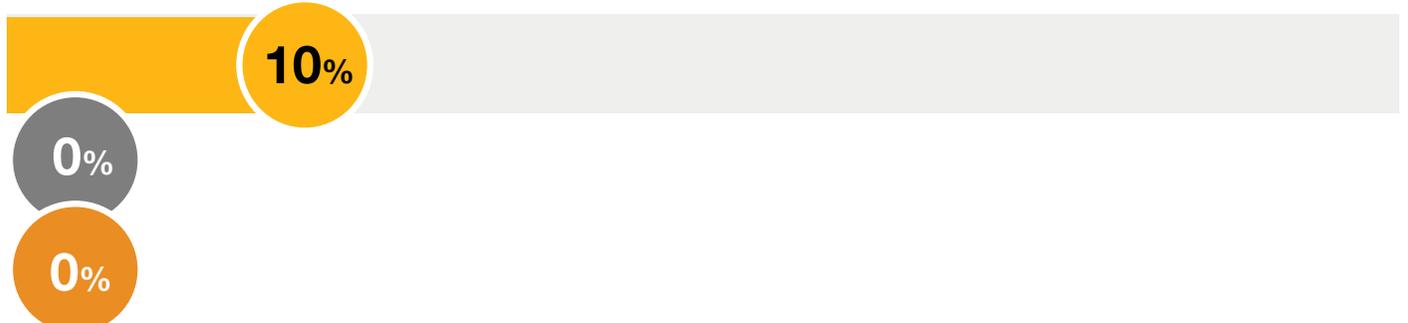
### Bancos digitais



### Gestão financeira



### Gestão de investimentos



As três principais verticais do setor atualmente são também os segmentos em que as fintechs mais pretendem investir no próximo ano.



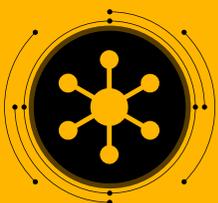
## 1º Crédito - 36%

Há muito espaço para o avanço das fintechs de crédito, considerando o desconhecimento geral da população sobre as soluções oferecidas por essas empresas. O impacto do *open banking* no mercado, que ainda foi muito pouco sentido, será especialmente benéfico para esse nicho de atuação das fintechs.



## 2º Meios de pagamento - 31%

A tendência de digitização crescente da economia vai continuar impulsionando a expansão das empresas que atuam no setor de meios de pagamento, simplificando o processo de compra e venda.



## 3º Bancos digitais - 30%

O maior espaço para crescimento está na criação de bancos vinculados a empresas de segmentos não financeiros, como varejo, distribuidoras de bebidas e concessionárias de energia, por exemplo, que podem conceder aos seus clientes taxas de financiamento vantajosas para reduzir custos financeiros, com emissão de boletos e com a inadimplência. Ficou mais barato oferecer uma conta digital, sem precisar ser banco.

## Foco de atuação

B2B e B2C



B2B



B2C



Outros



Apenas

# 10%

das fintechs estão voltadas exclusivamente para o consumidor final (B2C).

Dois terços pretendem oferecer serviços adaptados a um nicho de mercado, enquanto **62%** buscam uma experiência diferenciada para o cliente e **40%** pretendem aumentar a inclusão financeira.

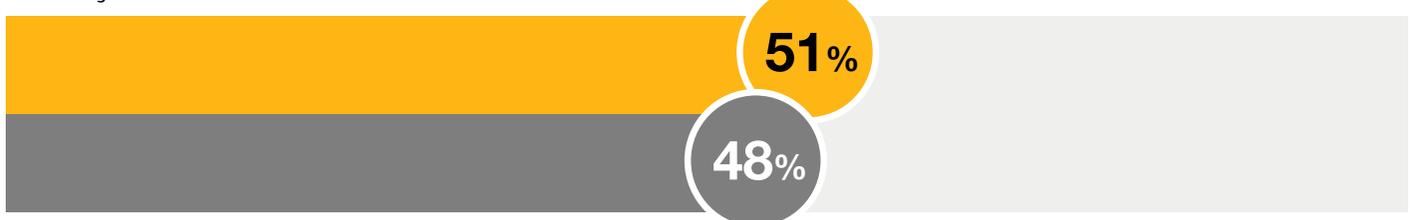
Mais de um quarto das empresas (**28%**) oferece um serviço ainda não disponível no sistema financeiro tradicional, como criptoativos e *crowdfunding*.

Mais da metade das fintechs elege a redução de custos como principal diferencial.

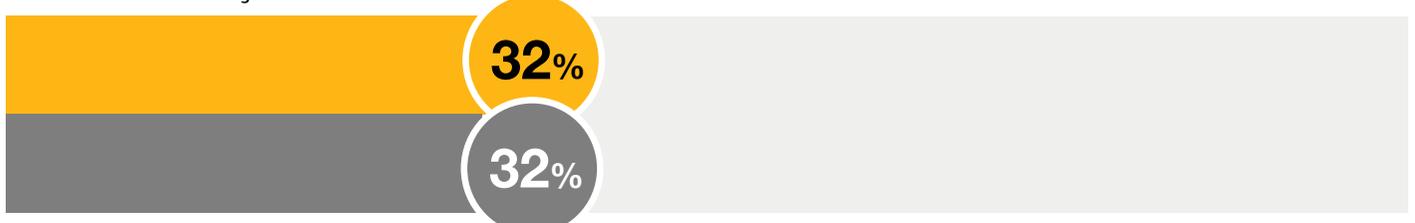
## Principal diferencial

● 2022 ● 2020

Redução de custos



Desintermediação



Acesso a uma vasta base de usuários



## Atuação internacional



29%

atuam no exterior e **47%** pretendem atuar. **88%** utilizarão parcerias.



12%

Têm sede no exterior

## Principais regiões nos planos de internacionalização

América Latina

65%

Europa

36%

América do Norte

35%

Ásia

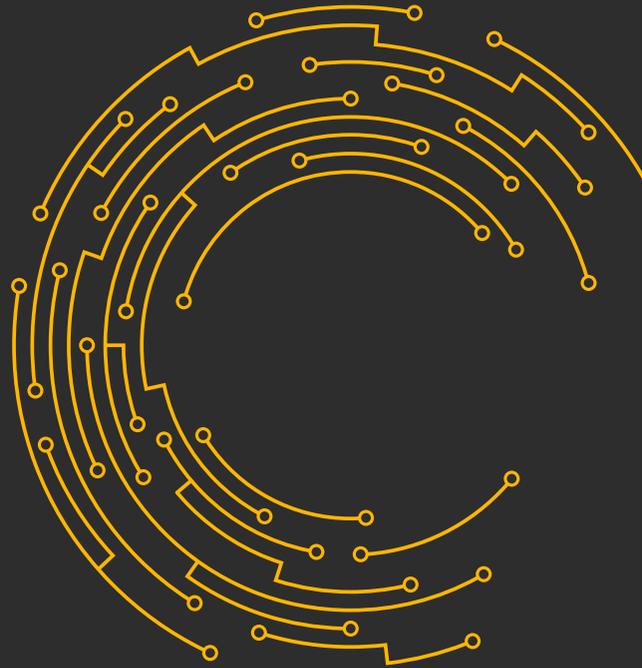
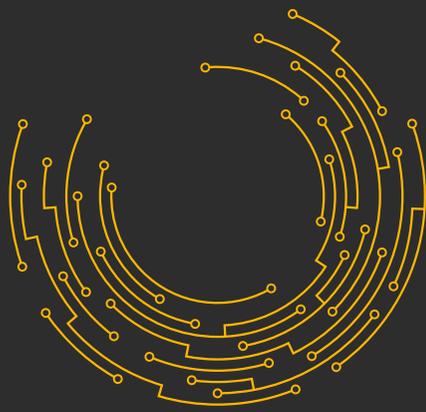
12%

Oriente Médio

6%

Oceania

3%



## As principais apostas tecnológicas

As tecnologias que as fintechs dominam continuam sendo as mesmas da edição anterior da nossa pesquisa. As apostas para o futuro são, principalmente, em inteligência artificial, *blockchain* e análise de dados, que serão essenciais para a personalização de produtos.

3 principais tecnologias que dominam



3 principais tecnologias que planejam dominar



## 4. Capital

**Maioria das fintechs pesquisadas financia atividades com recursos dos próprios empreendedores. A crise reduziu o apetite dos investidores a riscos.**

O movimento das fintechs é fruto de uma conjunção de fatores: excesso de recursos no mercado em busca de bons retornos, um senso de rebelião em lugares específicos, apoio do regulador, disposição de inovar e novas tecnologias capazes de baratear a montagem da infraestrutura de inovação.

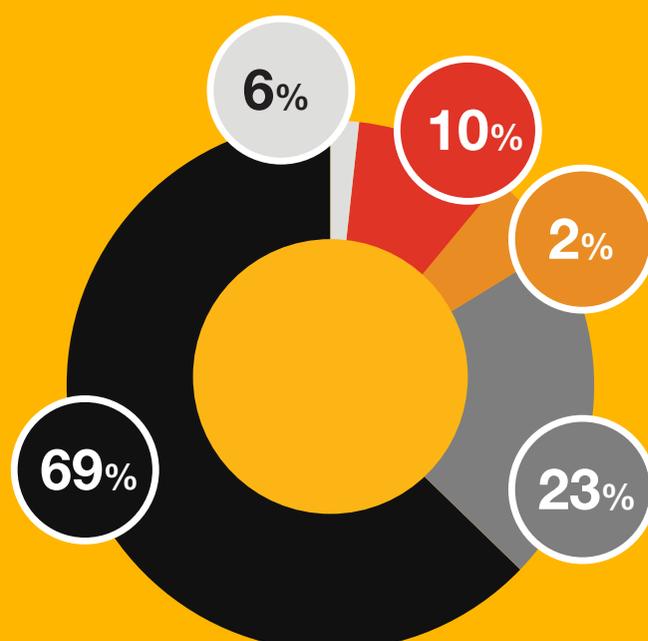
Atualmente, há pouca disponibilidade de capital de risco para financiar a inovação das startups, em razão de alguns investimentos estarem congelados por causa do período eleitoral brasileiro e das incertezas relacionadas a preços e juros em todo o mundo, que foram agravadas com a invasão da Ucrânia pela Rússia no início de 2022.



# 69%

das empresas  
têm capital próprio

- Capital próprio
- Autônomo
- Investimento de fundo
- Investimento de instituição financeira
- Controle acionário de conglomerado



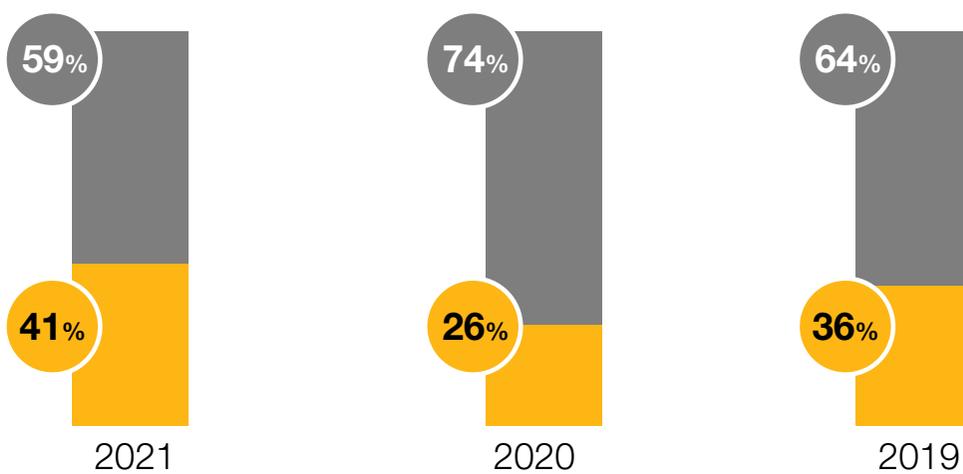
O alto percentual de empresas que financiam suas próprias operações é reflexo da crise econômica desencadeada pela pandemia e por questões geopolíticas – o que secou as fontes de capital para as startups – mas também pode ser resultado de iniciativas de empresas estabelecidas, que estão decidindo abrir suas próprias fintechs – bancos digitais, por exemplo – para facilitar seus negócios.

## Redução de investimentos

A parcela de empresas que recebeu investimentos diminuiu em 2020, mas voltou a crescer em 2021.

Sua fintech recebeu novos investimentos?

● Sim ● Não



 **31%**

classificam seus investidores como “anjos” e **27%**, como *venture capitalists*. As aceleradoras são **15%**.

 **72%**

encaram as instituições financeiras tradicionais como parceiras – atuais ou futuras.

Para

 **85%**

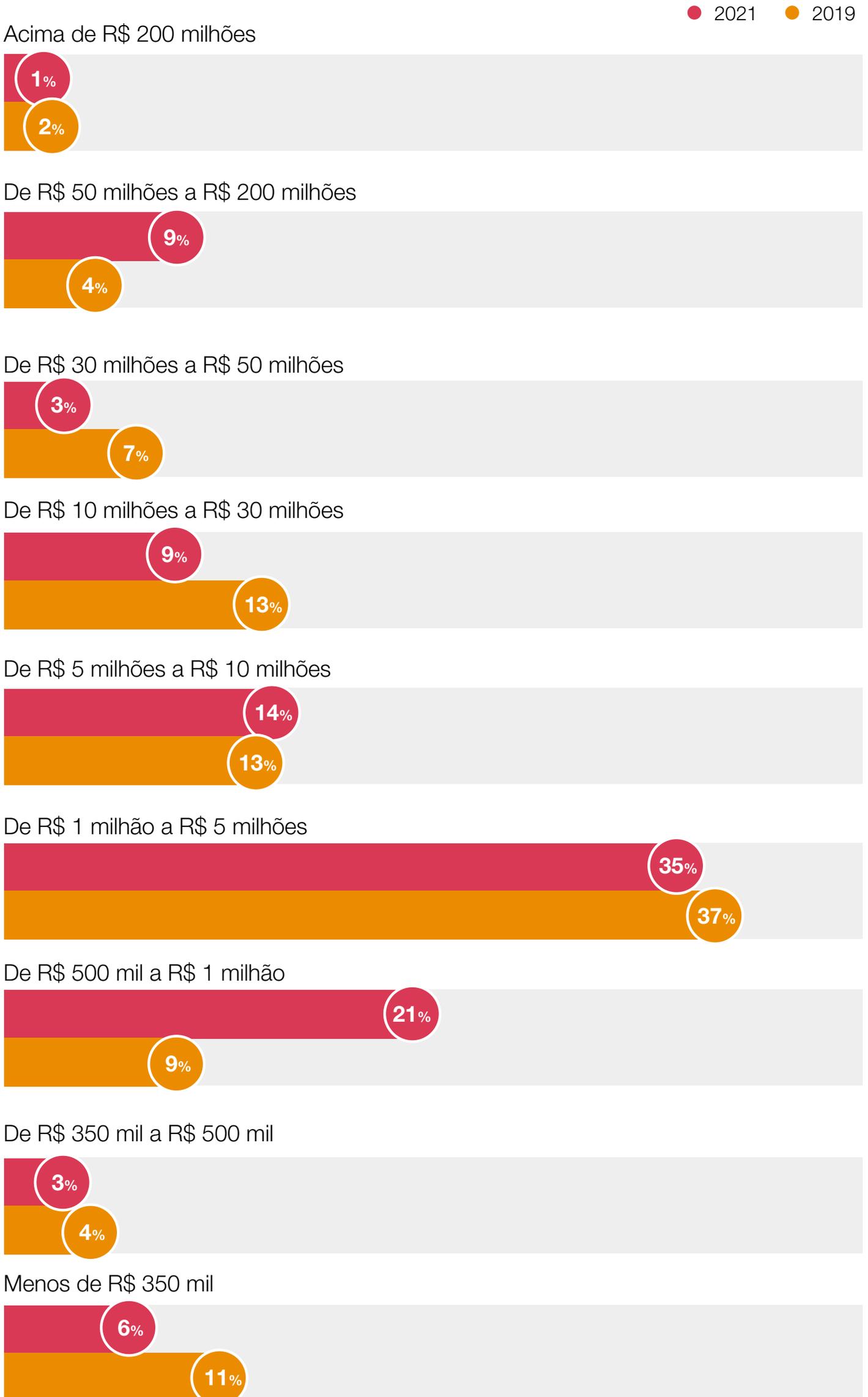
das fintechs, os investimentos internacionais representam até **0,1%** do total recebido.

 **56%**

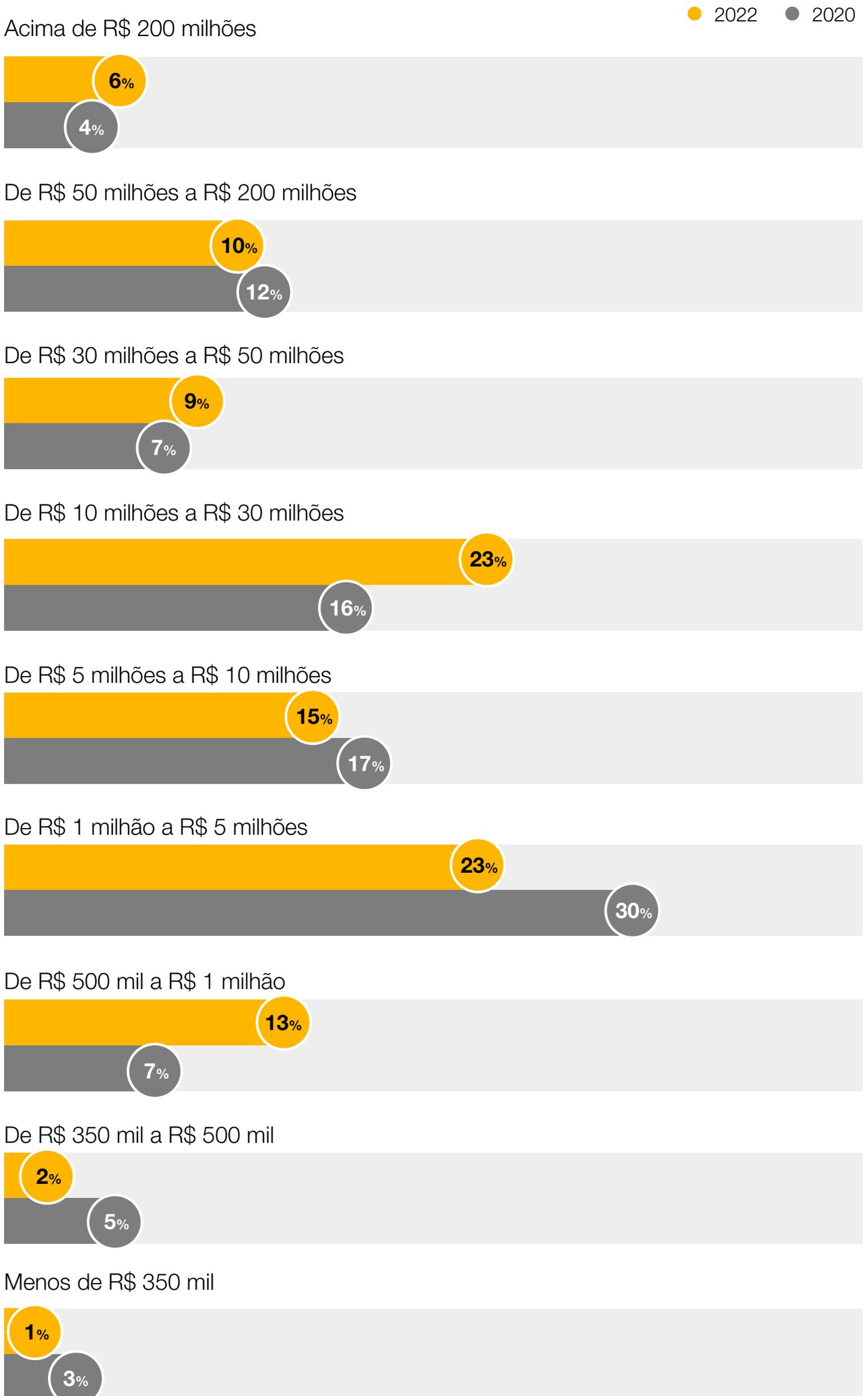
nunca participaram de uma rodada de investimentos.

## Captação

Entre as que receberam investimentos, 49% informam ter captado entre R\$ 1 milhão e R\$ 10 milhões. Na edição anterior, esse percentual foi praticamente igual (50%).



No momento da pesquisa, **80%** das fintechs estavam buscando investimento ou planejavam buscar nos 12 meses seguintes. Nesse grupo, **60%** pretendiam obter valores entre R\$ 1 milhão e R\$ 30 milhões.

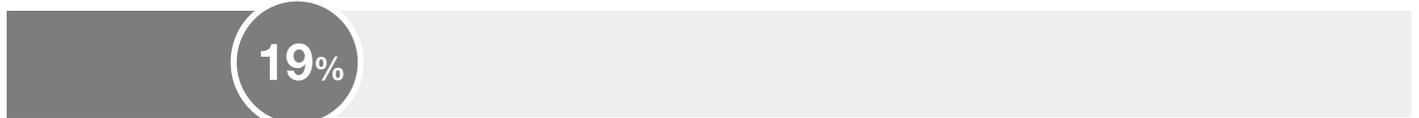


A falta de exposição da marca desafia quase metade das fintechs na busca de capital. Os outros fatores mais citados são a crise econômica/política e a escassez de investidores.

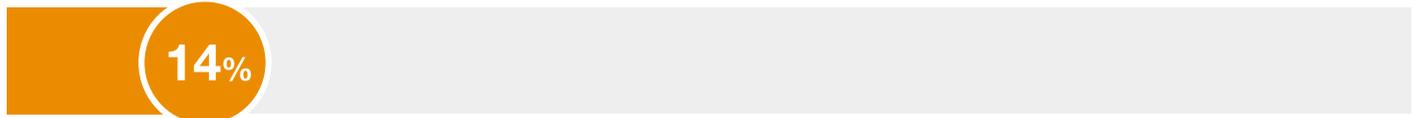
Falta de exposição da marca



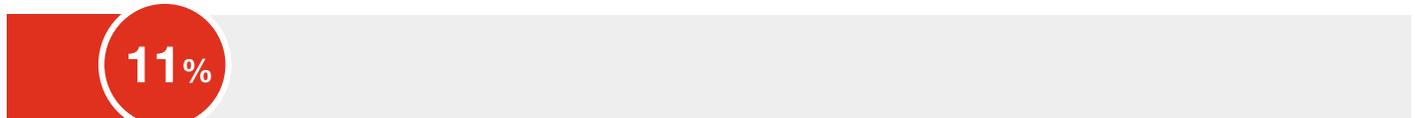
Crise econômica/política



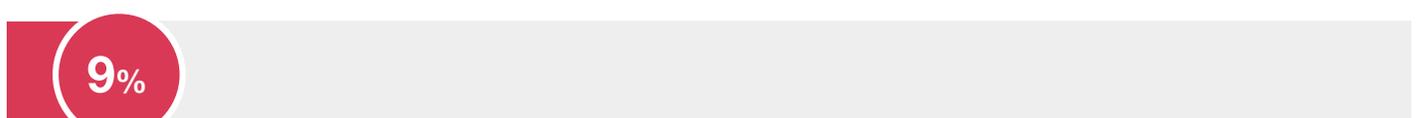
Ausência ou escassez de investidores



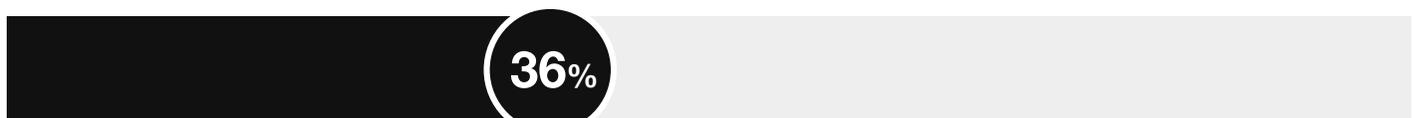
Concorrência



Falta de regulamentação adequada



Outros



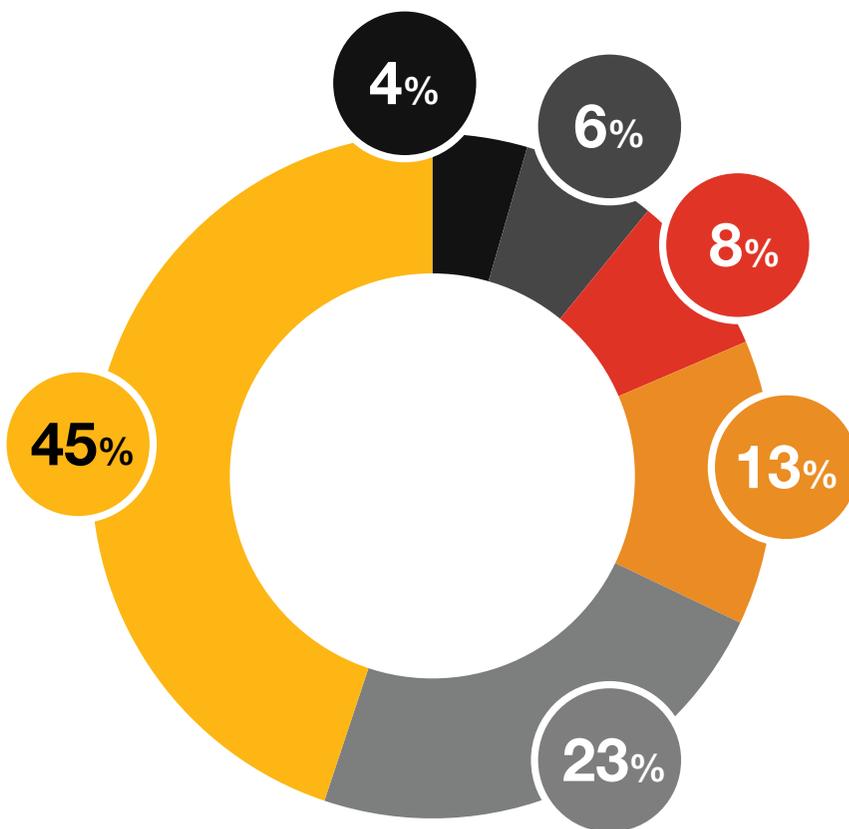
Obs.: os participantes podiam selecionar mais de uma resposta.



## Estratégia de capital

Quase metade das fintechs pretendem obter investimento de fundos como estratégia para financiar suas atividades. A crise causada pela pandemia, que gerou incertezas em relação a preços e juros, secou as fontes de capital disponíveis para essas empresas fazerem IPO tanto no Brasil como no exterior. Desde 2019, caiu de 18% para 8% o percentual das fintechs participantes que pretendiam fazer IPO no exterior. Para abertura de capital no país, a queda foi de 12% para 6%. Também ficaram mais limitadas as possibilidades de venda do negócio para investidores estratégicos: as intenções recuaram de 42% das fintechs para 23%.

- Receber investimento de fundo
- Manter a empresa como privada
- Realizar IPO no Brasil
- Vender o negócio para investidor estratégico
- Realizar IPO no exterior
- Estabelecer parcerias com empresas internacionais





# Metodologia

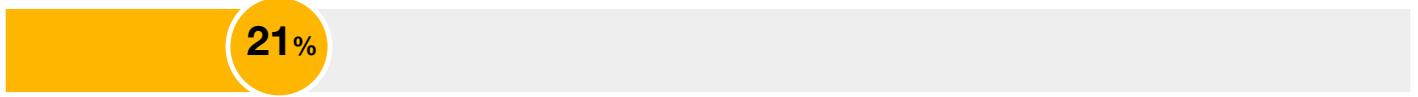
A Pesquisa Fintech Deep Dive 2022 foi realizada pela Associação Brasileira de Fintechs (ABFintechs) e pela PwC com base nas respostas fornecidas em um questionário on-line encaminhado a representantes de empresas de tecnologia especializadas em serviços financeiros no Brasil.

Entre 14 de março e 22 de abril de 2022, recebemos respostas de 156 fintechs. Nossa amostra inclui empresas de diferentes portes e setores. A análise dos dados foi realizada pelos especialistas da ABFintechs e da PwC. As respostas foram tratadas de modo estritamente confidencial e analisadas coletivamente. Nenhuma referência a empresas individuais é feita nos resultados ou na análise dos dados.

## Perfil dos participantes

### Idade do principal fundador

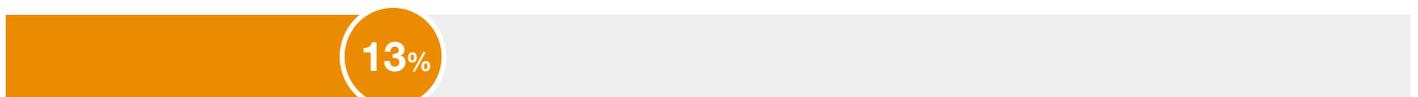
Entre 20 e 30 anos de idade



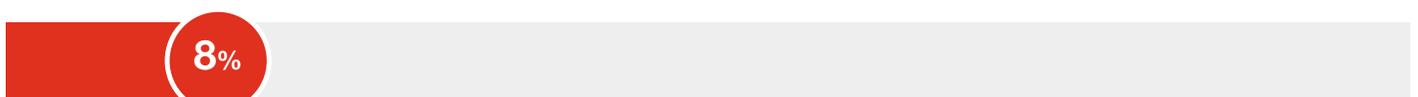
Entre 30 e 40 anos de idade



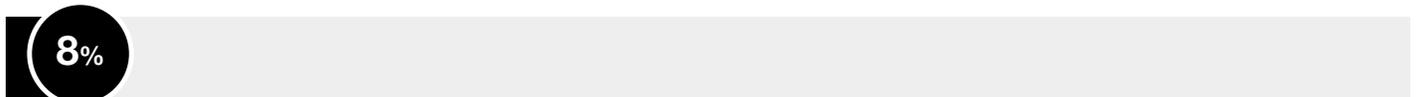
Entre 40 e 50 anos de idade



Entre 50 e 60 anos de idade



Acima de 60 anos de idade



### Gênero



# Contatos

## PwC

Somos um network de firmas presente em 155 territórios, com mais de 295 mil profissionais dedicados à prestação de serviços de qualidade em auditoria e asseguração, consultoria tributária e societária, consultoria de negócios e assessoria em transações.



**Lindomar Schmoller**  
Sócio e líder de Serviços  
Financeiros da PwC Brasil  
[lindomar.schmoller@pwc.com](mailto:lindomar.schmoller@pwc.com)



**Luís Ruivo**  
Sócio e líder de Consultoria em  
Serviços Financeiros da PwC Brasil  
[luis.ruivo@pwc.com](mailto:luis.ruivo@pwc.com)

## ABFintechs

Fundada em 2016, reúne atualmente mais de 530 associados e tem como missão garantir que o maior número possível de fintechs se torne realidade como negócio, além de fazer do Brasil uma referência em inovação no setor financeiro, passando a ser um fornecedor para o mundo de inovação disruptiva em finanças.



### Diego Perez

Presidente da ABFintechs  
[diego.perez@abfintechs.com.br](mailto:diego.perez@abfintechs.com.br)



### Marcelo Martins

Diretor executivo da ABFintechs  
[marcelo.martins@abfintechs.com.br](mailto:marcelo.martins@abfintechs.com.br)



### Mariana Bonora

Diretora executiva da ABFintechs  
[mariana.bonora@abfintechs.com.br](mailto:mariana.bonora@abfintechs.com.br)



### Mariane Takahashi

Diretora executiva da ABFintechs  
[mariane.takahashi@abfintechs.com.br](mailto:mariane.takahashi@abfintechs.com.br)



### Renan Schaefer

Diretor executivo da ABFintechs  
[renan.schaefer@abfintechs.com.br](mailto:renan.schaefer@abfintechs.com.br)

ⓘ Saiba mais: [abfintechs.com.br](http://abfintechs.com.br)

Agradecemos a todas as empresas que participaram da nossa pesquisa sobre a atuação das fintechs brasileiras.



ABFIN  
TECHS  
associação brasileira de fintechs

[www.pwc.com.br](http://www.pwc.com.br)



O conteúdo deste material destina-se apenas à informação geral, não constitui uma opinião, ou entendimento da PwC, e nem pode ser utilizado como, ou em substituição, a uma consulta formal a um profissional habilitado.

© 2022 PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda. Todos os direitos reservados. Neste documento, “PwC” refere-se à PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)