

ESPECIAL

BANCA ONLINE E TRADING



Navesh Chitrakar/Reuters

Qual o melhor conselheiro: o 'robot' ou o homem?

Para abordar a evolução recente da banca online e do *trading* em Portugal e as principais tendências que marcam o seu desenvolvimento, o Jornal Económico convidou os principais *players* a refletir sobre o futuro marcadamente digital que nos aguarda.

A banca digital "está a passar por um período de profunda transformação, resultante da aplicação de novas tecnologias, do aparecimento de novos *players* e de alterações regulatórias", afirma Paulo Figueiredo, administrador do Banco BIG, salientando ainda que os bancos vão passar a competir entre si, ao nível da abertura ao mundo exterior, recorrendo a parcerias com empresas de tecnologia, por via do "Open Banking", resultante da norma europeia, PSD2, a qual basicamente abre os serviços bancários a entidades externas.

Esta abertura, recorde-se, é obrigatória para os bancos no espaço europeu e permite a integração direta de soluções digitais com serviços e informação financeira que se encontravam anteriormente apenas reservadas aos bancos.

Por outro lado, a revisão da Diretiva dos Mercados de Instrumentos Financeiros (DMIF II) traz novos desafios à banca, com limitações à venda de produtos financeiros e penas pesadas para incumpridores. As novas regras, cuja transposição para o direito nacional está atrasada desde o início do ano, visam reforçar a segurança dos investidores. Com este grande objetivo, a nova regulamentação prevê uma série de mudanças, que incluem a padronização da informação pré-contratual ligada à oferta de instrumentos financeiros a clientes não-profissionais.

Ainda sobre a DMIF II, recorde-se que após a aprovação da proposta em Conselho de Ministros, o diploma está atualmente na Assembleia da República, onde os deputados têm chamado várias instituições, para ouvirem os pareceres do setor. Segundo João Dias Lopes, associado sénior da PLMJ, a demora é normal, dados os problemas vividos no país com a venda de instrumentos financeiros complexos, como foi o caso do Banco Espírito Santo ou da PT.

Quando entrarem em vigor, o advogado acredita que as novas regras vão implicar custos e alterar o relacionamento entre banca e clientes. No entanto, explica que a dimensão das mudanças vai depender de como cada instituição financeira se adapta à nova regulamentação.

No capítulo da corretagem,

apresentamos ainda o ranking do mercado português de trading online, com o grupo Millenium BCP a destacar-se como líder de mercado. Dividido entre MTrader (direcionado para o trading) e ActivoBank (virado para a banca online), o grupo alcançou no ano passado 29,2% do total dos clientes, de acordo com dados da Euronext Lisbon. A grande responsável por este total foi a estação Mtrader, que levou o BCP de volta à liderança na corretagem online em Portugal, com 23% da quota de mercado. O ActivoBank agrega os restantes 6,2%. O segundo lugar pertence ao BPI, com 18,8% da quota de mercado e o terceiro ao BiG - Banco de Investimento Global, com 13,1%, segundo dados do BCP. No caso do mercado global, o grupo BCP passa para segundo lugar com 9,2% da quota de merca-

do, atrás do Morgan Stanley, que tem 10,9%. O Citadel fecha o pódio (7,8%) e o BPI recua para a sétima posição (5,2%).

No habitual espaço de fórum, os *players* partilham a sua visão sobre as respostas da banca online às exigências dos nativos digitais, à importância que tem ou poderá vir a assumir a Inteligência Artificial (IA) no desenvolvimento do *trading* em Portugal, entrando ainda numa antevisão do desenvolvimento do *trading* a curto/médio prazo no nosso país. O aconselhamento físico como fator complementar e até potenciador dos serviços online surge agora como fio condutor desta reflexão, apontando para uma alteração de paradigma na medida em que o fator humano pode assumir um maior protagonismo nesta era digital. ● SB e LMF

ANÁLISE

Digitalização ao serviço da humanização dos serviços

As principais tendências da banca online apontam para uma aposta contínua na simplificação de processos essenciais para os clientes que, até no caso dos nativos digitais, contam hoje com soluções cada vez mais personalizadas.

SÓNIA BEXIGA

sbexiga@jornaleconomico.pt

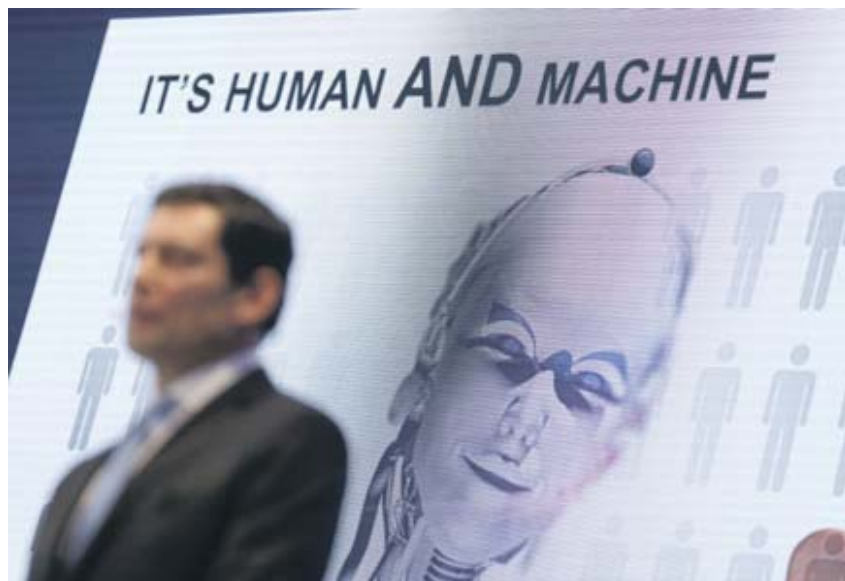
A banca vive hoje, em ritmo acelerado, mudanças que nos conduzem para novos paradigmas e soluções tecnológicas que procuram proporcionar benefícios para todas as partes.

A banca digital “está a passar por um período de profunda transformação, resultante da aplicação de novas tecnologias, do aparecimento de novos *players* e de alterações regulatórias”, afirma Paulo Figueiredo, administrador do Banco BIC, salientando ainda que os bancos vão passar a competir entre si, ao nível da abertura ao mundo exterior, recorrendo a parcerias com empresas de tecnologia, por via do “*Open Banking*”, resultante da norma europeia, PSD2, a qual basicamente abre os serviços bancários a entidades externas.

Esta abertura, recorde-se, é obrigatória para os bancos no espaço europeu e permite a integração direta de soluções digitais com serviços e informação financeira que se encontravam anteriormente apenas reservadas aos bancos.

Em seu entender, importa ainda ter em conta a oferta de retalho da banca online que, cada vez mais se foca na qualidade da experiência dos clientes, que é conseguida quando os serviços digitais se centram nas necessidades efetivas das pessoas e deixam de ser apenas um canal para distribuição de produtos.

“Vemos que alguns dos serviços bancários serão meras *commodities*, disponíveis de forma integrada com serviços de terceiros, como é o caso dos pagamentos, enquanto outros fornecerão soluções cada vez mais customizadas às necessidades individuais de cada cliente, usando informação analítica de negócio e inferência via Inteligência Artificial”, reforça ainda Paulo Figueiredo, que também dá nota de uma procura, crescente, que encontra, no caso das empresas, uma maior estabilidade da gama de serviços e produtos, “estando a competição mais orientada para a abrangência e flexibilidade das soluções que as empresas necessitam,



Cristina Bernardo

sejam elas ao nível de gestão de tesouraria, pagamentos, cobranças ou outros”, remata.

Do lado dos particulares, afirma existir uma maior aposta na diferenciação da experiência de utilização de serviços digitais, sugerindo, por isso, que a oferta procure ser “simples na utilização, mas

completos na informação. Temos que saber aconselhar sem indicar o que escolher, e sobretudo temos que saber ouvir e perceber o seu perfil de risco”, conclui.

Simplificação, a palavra-chave
Corroborando esta linha de simplificação, Rosa Santa Bárbara, diretora de Banca Online do Millennium bcp, afirma que se assiste atualmente a uma aposta na inovação e na simplificação no acesso a produtos e serviços financeiros através dos canais digitais. A par, acrescenta, existe também uma aposta “clara em otimizar a ‘jornada do cliente’ e na melhoria dos interfaces de utilização destas mesmas soluções, tendo em vista conferir, também na banca, uma experiência diferenciadora semelhante às que são proporcionadas nos principais sites e apps de referência no mundo digital”.

Assim, resume, as principais tendências da indústria centram-se nas novas formas de interação com os clientes suportadas em Inteligência Artificial (bots), em novas soluções de pagamentos móveis e na utilização da Biometria.

Especificamente sobre a relação

com os nativos digitais, a responsável afirma que “cabe às empresas corresponderem às expectativas e disponibilizarem a melhor experiência na utilização das suas soluções a este segmento da população”. Alinhado com estas alterações de comportamento, o Millennium bcp tem vindo a acompanhar as tendências, apostando no mobile, com a disponibilização de produtos e serviços que permitem gerir toda a vida financeira a partir do seu smartphone.

“Hoje em dia, um cliente com perfil digital pode ter uma reunião com o seu gestor por videochamada e comunicar via *chat*. Esse é o mote a seguir nos próximos anos. Transformar os processos, verdadeiramente relevantes para os clientes (por exemplo: crédito à habitação), em processos totalmente digitais e *omnichannel*, permitindo a contratualização e tendo sempre em mente a transparência e experiência de utilização. Continuamos a apostar cada vez mais na personalização e humanização dos canais digitais”, conclui.

Estreitar relação banco/cliente
Também Inês Oom de Sousa, ad-

ministradora do Santander Totta, recorda que a banca online começou por disponibilizar serviços bancários mais básicos, designadamente a consulta de saldos e de movimentos, transferências, pagamentos de serviços e ao Estado e carregamentos diversos. A responsável salienta que o caminho foi feito com o objetivo de simplificar a vida aos clientes, reduzir a carga dos balcões, e responder aos avanços da concorrência.

Atualmente, ressalva, a banca “começa a olhar para a banca online não como ‘canais complementares’, mas sim como o veículo principal para o relacionamento com alguns clientes e, ou, segmentos”. Sendo assim, finaliza, “começou a haver um foco na qualidade da experiência e na comercialização de produtos e serviços, de forma a aproveitar oportunidades de negócio que de outra forma se perderiam”.

Nesta leitura das principais tendências da banca online em Portugal, Luís Magro, diretor de Marketing do Actiobank, salientando a relevância da digitalização de todas as interações, detalha ainda que o destaque recai na abertura de conta online com utilização de videoconferência e certificados digitais; no aumento da utilização da Inteligência Artificial e *machine learning*, com especial utilização em sistemas de CRM; na utilização de *chatbots* e interfaces de conversação; bem como uma maior proteção dos dados dos consumidores e da importância na qualidade dos dados e respetiva análise. Certo de que a procura, tanto a nível particular como empresarial, visa serviços online que simplifiquem o dia-a-dia está numa trajetória ascendente, não deixa de sublinhar que “as novas gerações de particulares, aliadas a um novo dinamismo empreendedor têm pressionado a banca a apresentar oferta de produtos e serviços empresariais que correspondam a uma ligação cada vez maior com os seus clientes, não sendo possível manter relações exclusivamente financeiras, com necessidade de implementação de uma filosofia de *life coaching*”.

Entre as principais tendências desta área, constam as novas formas de interação com os clientes suportadas por Inteligência Artificial (bots) e as soluções de biometria e simplificação de processos essenciais

FUNDOS DE INVESTIMENTO

BANCO CARREGOSA

Diversifique as suas aplicações e rentabilize os seus investimentos.

Temos à sua disposição uma alargada oferta de fundos de investimento das principais sociedades gestoras de referência mundial. Consulte-nos e descubra a vasta carteira de oportunidades que ajudam a rentabilizar os seus investimentos.



**BANCO
CARREGOSA**

Informe-se: 808 10 20 20

apoiocliente@bancocarregosa.com



Cristina Bernardo

LEONOR MATEUS FERREIRA
lferreira@jornaleconomico.pt

A revisão da Diretiva dos Mercados de Instrumentos Financeiros (DMIF II) traz novos desafios à banca com limitações à venda de produtos financeiros e penas pesadas para incumpridores. As novas regras, que cuja transposição para o direito nacional está atrasada desde o início do ano, visa reforçar a segurança dos investidores.

A nova regulamentação prevê uma série de mudanças, que visam reforçar a proteção dos investidores, incluindo a padronização da informação pré-contratual ligada à oferta de instrumentos financeiros a clientes não profissionais.

Na comercialização de produtos financeiros, uma das principais diferenças é que os bancos passam a estar obrigados a definir uma política de governação para cada produto, incluindo o público-alvo a que se destina (no que diz respeito ao perfil de risco dos clientes).

Também será proibida a venda de produtos em pacote (vendas cruzadas), ou seja, os custos associados a cada instrumento terão de ser apresentados separadamente. Em ambos os casos, o objetivo é limitar o *misselling* de produtos ariscados como se fossem depósitos ou equivalentes, que estão garantidos até 100 mil euros.

Apesar de não estar no projeto de lei, o Bloco de Esquerda e o CDS-PP propõe que os próprios balcões sejam separados consoante os produtos financeiros vendidos sejam mais ou menos ariscados.

A nível interno, os bancos terão ainda de fazer mais adaptações. Os colaboradores têm de ter, até final de 2019, qualificações específicas e quem não tiver (por exemplo um *trainee*) não pode fazer vendas sozinho. Cada interveniente passa a ter um novo código alfanumérico (código LEI) que lhes dá uma única entidade para realizarem qualquer transação financeira.

Na análise financeira, o *research* passa a ser remunerado separadamente por gestores de ativos, deixando o acesso de poder ser gratuito ou incluído num pacote de serviços, como até ao ano passado.

Em relação à supervisão, haverá um reforço dos poderes e será agora possível que o regulador proíba a venda de um instrumento e aplique multas caso considere que há uma violação grave.

Banco de Portugal vai fiscalizar incumpridores

O Governo quer que os incumpridores das novas regras dos mercados financeiros paguem multas pesadas. Segundo a proposta de lei para a transposição da DMIF II, a fiscalização da diretivas de venda de depósitos estruturados seja feita pelo Banco de Portugal.

Contra-ordenações especialmente graves das novas regras serão puníveis com sanções entre os 10 mil e os cinco milhões de euros, no caso das empresas, ou entre quatro mil e mil milhões de euros, no caso de pessoa singular.

Quanto à relação com os clientes, entram nesta categoria, a não avaliação da adequação do perfil do cliente a depósitos estruturados, antes da comercialização, bem como não prestação de serviços de consultoria ou a violação das regras relativas à prestação de informação na comercialização.

Já em relação aos colaboradores, considera-se contra-ordenação grave infrações às normas que previnem que os objetivos de vendas individuais não entrem em conflito com os interesses dos clientes, bem como às regras que relativas aos conhecimentos e competências, no âmbito das qualificações específicas necessárias.

“Compete ao Banco de Portugal a fiscalização do cumprimento das obrigações decorrentes do presente regime para as instituições de crédito que comercializam depósitos estruturados, para as entidades habilitadas a prestar serviços de consultoria relativamente a depósitos estruturados e respetivos agentes vinculados, bem como a aplicação, se for caso disso, das respetivas coimas e sanções acessórias”, explica a proposta de lei.

No entanto, as mudanças ainda não estão oficialmente transpostas para o direito nacional porque a proposta de lei do Governo ainda não foi aprovada pela Assembleia da República que está atualmente a fazer audições parlamentares.

Só depois das alterações à proposta, aprovação pelo Parlamento e promulgação pelo Presidente da República é que as regras poderão entrar em vigor. ●

REGULAMENTAÇÃO FINANCEIRA

DMIF II limita venda de produtos complexos

A revisão da diretiva europeia dos mercados financeiros traz novas regras para os bancos, que visam aumentar a proteção dos investidores. A transposição ainda não está, no entanto, concluída e arrasta-se desde janeiro.

Novas regras dão poderes reforçados aos reguladores, que passam a poder proibir a venda de produtos e aplicação de multas até cinco milhões de euros, em caso de violações

ENTREVISTA **JOÃO DIAS LOPES** Associado Sénior da PLMJ

“Esforço de harmonização das regras na UE implica custos de adaptação”

Advogado especializado em direito financeiro explicou que as novas regras dos mercados financeiros vão alterar a relação entre banca e clientes.

A revisão da Diretiva dos Mercados de Instrumentos Financeiros (DMIF II) devia ter sido transposta para o direito português no início do ano, mas continua por concluir. Após a aprovação da proposta em Conselho de Ministros, o diploma está atualmente na Assembleia da República, onde os deputados têm chamado várias instituições para ouvir os pareceres do setor. Segundo João Dias Lopes, Associado Sénior da PLMJ, a demora é normal dados problemas vividos no país com a venda de instrumentos financeiros complexos, como foi o caso do Banco Espírito Santo ou da PT.

Quando entrarem em vigor, o advogado acredita que as novas regras vão implicar custos e alterar o relacionamento entre banca e clientes. No entanto, explica que a dimensão das mudanças vai depender de como cada instituição financeira se adapta à nova regulamentação.

Como avalia a proposta de transposição da diretiva europeia DMIF II?

A proposta de transposição da DMIF II está globalmente em linha com a diretiva, embora em algumas áreas (produtos bancários) Portugal aproveitou para alargar o âmbito de algumas regras de conduta e de organização. A DMIF II introduz um elevado nível de harmonização das regras de conduta e de organização dos intermediários financeiros, com vantagens no médio e longo prazo, mas com custos de adaptação elevados na fase inicial de aplicação deste novo quadro legal.

O processo de transposição ainda não está concluído, em Portugal. Qual é a sua expectativa de *timing* para ser concluído? O que poderá estar a atrasar?

A expectativa seria que o pacote fosse aprovado até ao verão. Com os problemas verificados no passado relativamente à comercialização de produtos financeiros, é razoável que o Parlamento olhe com especial interesse para o diploma de transposição desta diretiva e ve-

rifique de que forma esta responde a esses problemas verificados no passado. É importante notar a este propósito que a DMIF II responde a muitos desses problemas, mas deixa pouca margem de discricionariedade aos Estados-membros para prever regras adicionais mais restritivas.

Em que é que a DMIF II altera a relação entre a banca e os clientes?

A DMIF II tem uma intenção clara de reforço dos deveres de cuidado e de transparência na prestação de serviços aos clientes, designadamente em áreas como os conflitos de interesses ou *inducements*. O impacto destas alterações na relação com os clientes será sentido sobretudo ao nível da informação prestada aos clientes, mas a implementação dos deveres de organização interna deverão ter um impacto

tão ou mais relevante, embora porventura menos visível para o cliente nesta fase inicial.

Considera que há uma maior proteção dos investidores? Como?

A principal pedra de toque da DMIF II é o reforço dos deveres e procedimentos na criação e comercialização de produtos financeiros (*product governance*), conjugado com o reforço dos poderes de intervenção dos reguladores para intervir. Por outro lado, são introduzidas regras mais detalhadas sobre os deveres de conduta, nomeadamente em matéria de conflitos de interesses. Mas a eficácia destas regras adicionais vai depender em primeira linha dos próprios intermediários financeiros e da forma como estes incorporarem nas suas organizações esses deveres acrescidos nas diversas fases da relação com o cliente. As regras de poderes de intervenção, embora sejam uma componente cada vez mais relevante do novo ambiente regulatório, vão também colocar desafios aos próprios reguladores.

Do lado das instituições, a DMIF II traz maiores desafios?

Uma das matérias que a DMIF II traz mais desafios às instituições financeiras diz respeito às alterações ao nível das infraestruturas de mercado. A DMIF II traduz um enorme esforço de harmonização de aspetos muito técnicos, sem os quais não é possível assegurar um efetivo mercado de capitais único na União Europeia, mas esse esforço de harmonização implica custos de adaptação dos intermediários financeiros, não só ao nível de sistemas mas também da organização e procedimentos. Exemplo disso mesmo, é a harmonização ao nível dos deveres de reporte. Mesmo alterações técnicas aparentemente menores, como a exigência do LEL, implicam alterações no funcionamento diário dos mercados. Cumulativamente estas alterações exigem um elevado esforço de adaptação dos intermediários financeiros, mas também dos reguladores e em alguns casos dos próprios clientes. ● LMF



“Com os problemas de comercialização de produtos financeiros do passado, é razoável que o Parlamento olhe com especial interesse para o diploma de transposição desta diretiva

PUB



eBroker
As principais bolsas mundiais ao seu alcance.

O acesso digital aos mercados financeiros.

Para clientes aderentes ao NetBanco e App eBroker. Informe-se sobre as condições do serviço em santander.pt



FÓRUM: FATOR HUMANO PODERÁ DITAR SUCESSO

Numa altura em que a banca online e o trading apontam para uma oferta o mais simplificada possível e transparente, a tónica recai sobre a necessidade de oferecer um aconselhamento físico e personalizado que um robot poderá nunca protagonizar.

1 COMO ESTÁ A BANCA A PREPARAR-SE PARA RESPONDER AOS NATIVOS DIGITAIS?

2 DE QUE FORMA PODE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA) IMPULSIONAR O CRESCIMENTO DO TRADING EM PORTUGAL?

3 QUE DESAFIOS SE COLOCAM HOJE AO DESENVOLVIMENTO DO TRADING EM PORTUGAL?



JOÃO QUEIROZ
Diretor da Banca Online
do Banco Carregosa

1. A evolução tem dependido da regulação, da proteção de dados e da maturidade da tecnologia existente. Estaremos numa etapa de disponibilidade de informação ao cliente em tempo real e que em muito difere da acessibilidade dos balcões físicos e das linhas de apoio.

2. Temos verificado a sua crescente utilização, sobretudo, nas áreas de 'compliance' e auditoria comportamental no que se refere aos elementos que suportam as contas dos investidores. Na dimensão de negociação regista-se mais a sua presença na informação útil e necessária para as decisões de investimento como softwares de reconhecimento de padrões de análise técnica, dados e elementos de análise relativa de empresas (como por exemplo a análise aos múltiplos) face ao setor que integram, estatísticas baseadas em históricos, ordens que relacionam eventos de mercados. O maior desenvolvimento e oferta parece estar associado a sistemas que desenham e fornecem cenários de estratégias baseadas no montante de investimento, prazo de imobilização, risco que o investidor está disponível a aceitar, remuneração que perspetiva obter no prazo em que decorrerá a estratégia, etc.. Uma primeira linha de atendimento ao cliente e investidor através de 'bots' de conversação tem registado uma crescente utilização, a par do meios de pagamento que dependem menos dos tradicionais cartões e ordens.

3. Dependerá, fundamentalmente, do quadro regulatório que gere o que poderá ser considerado aconselhamento e gestão de carteiras e as ordens que são geradas neste âmbito, assim como os designados algoritmos de negociação como os baseados em eventos de mercado. A universalidade da disponibilidade destes serviços pode não configurar acesso privilegiados mas requer um maior conhecimento e experiência do investidor, e a interpretação dos reguladores sobre o auxílio que as máquinas podem facultar, que dependerão mais do investidor, na ótica de utilizador, do que do intermediário na vertente de facilitador de tecnologia.



PAULO FIGUEIREDO
Administrador
do Banco BIG

1. A banca está a adaptar-se muito rapidamente a uma interação plenamente digital, mas ser nativo digital não significa ser totalmente digital. Assistimos ao ressurgir do físico em oposição ao digital como forma de complementar a experiência digital e oferecer aquilo que ela não pode oferecer. Os nativos digitais exigem, por um lado, uma experiência fluida e integrada, e por outro, uma evidência clara das vantagens na interação direta com o banco. Se essa vantagem não existir, simplesmente não estão interessados em gastar tempo numa interação não-digital. O elemento humano tem aqui um papel fundamental, e antevemos uma importância cada vez maior dos fatores de empatia, profissionalismo e acompanhamento na interação não-digital com os clientes. Os bancos terão que saber integrar os serviços com outros players, abdicando de uma interação exclusiva com os clientes. Têm de conseguir providenciar soluções práticas e sempre disponíveis através de todos os pontos de contacto. Têm que reaprender a estar presentes, fornecendo soluções e não vendendo produtos.

2. A IA, nomeadamente 'machine learning', utilizando mecanismos de análise e correlação de indicadores de mercado mas sobretudo de informação não estruturada proveniente de 'feeds' de notícias é um catalista de níveis de trading pois permite identificar oportunidades de entrada e/ou saída de posições com maior frequência que um ser humano é capaz. A utilização de 'robot advisors', que incorporam também esta tecnologia, estendem a uma maior gama de clientes os serviços de 'advisory' de investimentos, que se encontravam circunscritos a um grupo restrito de clientes. Este fator cataliza uma maior atividade de trading. A utilização de trading exclusivamente algorítmico, alargado a um cada vez maior número de participantes no mercado, tem de ser acompanhado por algo mais e é aqui que entra o fator humano.

3. O desenvolvimento de uma economia pujante que incentive as empresas a utilizar os mercados de capitais, como forma eficaz de acesso a recursos, ao invés da elevada dependência de crédito. Uma maior abertura aos novos modelos de financiamento, com acompanhamento regulatório focado não só na proteção do investidor mas sobretudo na inovação. O acesso das PME, elemento estruturante da economia, a mercados de capitais com soluções inovadoras, acompanhadas com um quadro regulatório focado na competitividade, é um trabalho que deve ser acelerado. O mercado de capitais em Portugal está razoavelmente bem desenvolvido, possui um quadro regulatório que tem apontado para uma cada vez maior proteção do investidor, e todas as entidades têm feito o seu trabalho.



INÊS OOM DE SOUSA
Administradora
do Santander Totta

1. A banca está a considerar soluções diferentes e mais adequadas aos nativos digitais, para os quais a interação mais natural com os bancos é através da banca online. É necessário experimentar diferentes soluções, que conjuguem a facilidade de utilização e a interação social com o rigor e a segurança reconhecidas e valorizadas na banca.

2. A IA aplicada à atividade de trading é uma realidade que já existe. Hoje em dia, muitos 'hedge funds' utilizam mecanismos de 'machine learning' (aprendizagem automática) para a seleção de instrumentos financeiros na sua gestão discricionária e para executar transações no mercado. Estes modelos analisam uma grande quantidade de informação num curto espaço de tempo, explorando, por vezes, alternativas não detetadas por operadores. Não acredito que substituam os operadores de mercado, mas serão certamente uma ferramenta importante ao seu dispor. Será interessante ver num futuro próximo operadores de mercado com fortes competências técnicas de programação para a construção destes modelos. Um ponto relevante é a necessidade de investimento em dados e tecnologia, ponderada pelas oportunidades de investimento geradas por estes modelos. No segmento de retalho a IA pode ser utilizada para sugestão de alternativas de investimento a investidores com base na análise do comportamento de outros investidores com perfil semelhante. Com toda esta evolução, os reguladores têm um papel muito importante na harmonização de regras e boas das práticas de negociação de forma a que salvaguardar a estabilidade do mercado. Relativamente à proteção de dados, estamos perfeitamente confortáveis com a nova lei e preparados para cumprí-la nos seus vários aspetos.

3. Em Portugal o grande desafio é tornar o mercado doméstico mais forte. Nos últimos anos tem havido uma erosão do número de entidades emittentes cotadas em bolsa. É importante que entrem mais emittentes no mercado. Do lado do investidor, a evolução das soluções digitais vai continuar. A execução electrónica, pela sua especificidade, estará sempre na vanguarda da inovação.



ANTÓNIO MARTINS
Diretor de Marketing
do Banco Best

1. A banca está a preparar-se para responder às necessidades dos nativos digitais procurando uma utilização mais massiva, especialmente para que os não especialistas saibam de forma intuitiva fazer qualquer operação em qualquer lugar – o smartphone tem sido a vertente com maior investimento nos últimos anos, neste momento a APP do Banco Best já é capaz de reconhecer o cliente (reconhecimento facial), navega no menu usando a voz e permite não só o acesso aos produtos e serviços "tradicionais" de banca transaccional como também a produtos de poupança e investimento na mesma aplicação. No futuro cremos que a vai acompanhar a evolução das necessidades dos clientes nativos, nomeadamente através do alargamento do âmbito de produtos e serviços usualmente associados aos bancos, assim como através de alteração na comunicação e interação com esses clientes.

2. A IA permite uma multiplicidade de aplicações nos mais variados setores de atividade, incluindo-se os mercados financeiros. Porém, nesta fase de adaptação progressiva, estamos atentos às potencialidades da utilização da IA em várias dimensões. Nesta perspetiva, o Best recentemente lançou um fundo de investimento da gestora alemã Acatis, cuja identificação das ações que integram o fundo é feita através de IA, onde o robô analisa os mercado e seleciona e prepara as ordens de compra e venda de ações; os humanos só entram no final para validar as escolhas.

3. Os desafios atuais são, em certa medida, aqueles que temos observado nos últimos anos, com especial ênfase para a literacia dos investidores e a (reduzida) dimensão do mercado português. Níveis de maior literacia financeira tenderão para uma maior abrangência de escolhas na hora de investir e, por conseguinte, uma maior diversificação. Quanto à dimensão do mercado financeiro português seria positivo a existência de um maior dinamismo no capítulo dos emittentes com a entrada de novas entidades na captação ou dispersão de capital ou mesmo obtenção de financiamento nos mercados através da emissão de obrigações.

**LUÍS MAGRO**Diretor de Marketing
da Activobank

1. A banca estudou em detalhe as necessidades dos nativos digitais e está, em grande dinamismo, a desenvolver novos serviços que possam satisfazê-las. Nos próximos dois anos serão várias as novidades que farão com que as sucursais bancárias deixem de ser tão necessárias. A existência de plataformas de gestão pessoal, aliadas à possibilidade de agregação de contas com venda de produtos financeiros de forma generalizada sem necessidade de conta à ordem, nem de uma assinatura presencial, é o que podemos esperar num futuro próximo.

2. Há já algum tempo que os mercados financeiros foram invadidos por algoritmos de negociação que interagem automaticamente no mercado. São programas com um conjunto de regras pré-definidas que atuam em função da verificação dessas mesmas regras. Aumentam a liquidez no mercado, fazem com que este se movimente de forma mais rápida e deixam pouca margem para ineficiências. Também não é menos verdade que assistimos ao longo dos últimos anos, pontualmente, a movimentos de mercado irracionais que se justificaram por uma atuação cega dos algoritmos, provocando subidas ou descidas acentuadas, verificadas em curtos períodos de tempo, normalizadas depois após a compreensão do sucedido. Foram os algoritmos. A IA é o próximo grande passo a que estamos a assistir nos mercados financeiros. A capacidade de analisar e aprender instantaneamente com a informação e atuar de forma racional, não só significa um avanço grande face à negociação algorítmica, como também face ao trading humano, incapaz de processar toda a informação com a mesma rapidez e vulnerável a emoções. Parece claro que a IA trará aos mercados financeiros uma maior eficiência. Dentro dessa eficiência podemos incluir, naturalmente, uma maior liquidez e por isso também um aumento dos volumes negociados no nosso mercado. Na ótica do pequeno investidor, com menos acesso a informação e sem a capacidade de processar a informação com a mesma eficiência, tal significa também menor número de oportunidades, e menor probabilidade de as aproveitar. O impacto no trading em Portugal vai sendo um fator relevante em todos os setores económicos para que a promoção da inovação e crescimento de novos operadores possa promover um contínuo serviço de qualidade ao investidor.

**CATARINA CASTRO**CIO
da Orey Financial

1. Acreditamos que a Banca está a fazer o seu caminho embora players como a Orey Financial já o façam no movimento de especialização no serviço crescente de gestão e planeamento patrimonial à distância de um click. A geração de nativos digitais procuram soluções de acesso em tempo real e capacidade de decisão através primordialmente do seu telemóvel. Neste sentido consideramos que as duas grandes apostas do sector serão o i. tecnologia, acesso tecnológico na qualidade necessária de reposta a esta geração e ii. segurança, crescente e primordial preocupação esta que ultrapassa neste momento até métricas de brand power nos grandes bancos.

2. Na Orey financial acreditamos que a IA trará uma nova forma de gestão e planificação patrimonial para o investidor com melhor e mais intuitivo acesso a tecnologia de apoio não só à tomada de decisões como ao acompanhamento, comparação e reavaliação das mesmas. Toda a tecnologia do sector evoluirá com a componente de IA e com novos canais de soluções de tecnologia como 'blockchain'. O desafio desta mudança será o ritmo de desenvolvimento e promoção do segmento de trading em Portugal passam por uma maior e mais dinâmica promoção ao acesso de mais empresas nacionais ao mercado cotado bem como a uma também maior dinamização do mercado de capitais junto de investidores internacionais. Por outro lado também será importante avaliar o atual nível de barreiras existentes naturalmente protectionistas do setor bancário ao crescimento e aparecimento de alternativas especializadas e dedicadas ao segmento de trading. Este é um dos temas que corretamente vemos a AdC a avaliar e que apoiamos como sendo um fator relevante em todos os setores económicos para que a promoção da inovação e crescimento de novos operadores possa promover um contínuo serviço de qualidade ao investidor.

3. Os desafios para o contínuo desenvolvimento e promoção do segmento de trading em Portugal passam por uma maior e mais dinâmica promoção ao acesso de mais empresas nacionais ao mercado cotado bem como a uma também maior dinamização do mercado de capitais junto de investidores internacionais. Por outro lado também será importante avaliar o atual nível de barreiras existentes naturalmente protectionistas do setor bancário ao crescimento e aparecimento de alternativas especializadas e dedicadas ao segmento de trading. Este é um dos temas que corretamente vemos a AdC a avaliar e que apoiamos como sendo um fator relevante em todos os setores económicos para que a promoção da inovação e crescimento de novos operadores possa promover um contínuo serviço de qualidade ao investidor.

**NUNO MELLO**Gestor da corretora
XTB

1. Uma das principais tendências da banca online é a incorporação da inteligência artificial como vantagem competitiva. Métodos como machine learning e deep learning são o ponto de partida para qualquer transformação, permitindo aos bancos criarem produtos mais adaptados às necessidades de cada cliente, ajustes de preços e deteção de processos de fraude. A procura a nível empresarial e particular tem evoluído praticamente ao mesmo ritmo com ligeira vantagem para a procura por parte de particulares. Cada vez mais, os portugueses procuram a banca online para as suas operações bancárias em Portugal. Em Portugal, os principais bancos têm feito um esforço para disponibilizarem cada vez mais serviços bancários através dos portais online e também das aplicações para smartphones, em detrimento dos serviços oferecidos ao balcão que são mais procurados por aqueles clientes que privilegiam a relação pessoal e/ou aconselhamento. Esta digitalização da banca irá também trazer maior eficiência e redução dos custos operacionais. Em Portugal, penso que a Inteligência Artificial não terá grande influência. É uma ferramenta mais usada pelos grandes fundos de investimento.

3. Os principais desafios prendem-se sobretudo com as novas regras impostas pela ESMA, que irão entrar em vigor ainda este ano e que restringem a divulgação, marketing e venda dos CFDs a clientes de retalho, através do aumento das margens necessárias para abertura de novas posições e introdução de algumas regras nomeadamente a proteção de balanços negativos. Esta mudança irá mudar o paradigma do trading de CFDs em Portugal, pelo que a grande maioria dos investidores irá procurar os investimentos mais "tradicionalistas" como o investimento em ações e obrigações.

**PAULO CRUZ**Diretor da Unidade Técnica Mtrader,
Millennium bcp

2. As novas ferramentas de Business Intelligence alavancadas em Inteligência Artificial irão permitir personalizar a oferta às necessidades de cada cliente, identificar oportunidades e solucionar problemas antes sequer de serem percecionados. Especificamente no que refere à atividade de trading/negociação em mercados financeiros, a inteligência artificial terá a função de ajudar os nossos clientes a tomar melhores decisões de investimento. Seja identificando relativamente cedo a materialização de tendências de investimento/desinvestimento e identificando os ativos diretamente envolvidos, por exemplo com recurso à análise das tendências manifestadas na esfera IoT (Internet of Things); seja desencadeando alertas racionais sempre que se verifiquem situações de risco/comportamentos notoriamente desviantes com base em práticas passadas; ou no seu formato mais convencional, identificando oportunidades de investimento com base em tratamento e análise de dados.

3. Os principais desafios ao desenvolvimento da atividade de negociação em mercados são, no nosso entender, a relativa literacia financeira e falta de cultura digital, a par da falta de ferramentas para investimento que se adequem às necessidades do cliente particular. Reconhecendo estes desafios, o Millennium bcp tem procurado, ao longo dos últimos anos: descodificar a temática de investimentos, reformulando a produção de conteúdos/análise para dar resposta às necessidades de investidores não profissionais; contribuir para a formação dos nossos clientes, quer através da publicação regular de peças temáticas, quer promovendo workshops sobre investimentos em mercados financeiros por todo o país; lançar uma estação de negociação inovadora quer pela sua robustez tecnológica, quer pela sua simples e apelativa experiência de utilização (disponível em versão mobile a partir de setembro); alargar o acesso aos mercados internacionais; e ainda democratizar a atividade de investimento, possibilitando a todos os clientes - com um custo razoável e desde que considerados aptos para negociar aos olhos da legislação em vigor - acesso a informação e ferramentas que os auxiliem a investir nos principais mercados regulados.

**GERT HOLSTEGGE**Diretor de Operações na Europa
de Leste, DEGIRO

1. A larga maioria dos nossos clientes faz o depósito de fundos nas suas contas através de transferências bancárias online ou serviços de pagamento online. Para nós, é claro que as instituições bancárias estão também elas a oferecer soluções digitais para os seus clientes. Isso não é apenas benéfico para os seus clientes, visto que também permite um processamento mais eficiente do nosso lado, traduzindo-se em maior rapidez de serviço e custos mais baixos. A mudança dos serviços para o ambiente online, no final, oferece benefícios para todos.

2. A IA serve de referência para uma panóplia de algoritmos que fazem o processamento de dados e atuam em determinadas situações. Esta tecnologia, oferece por certo soluções para os investidores. Por exemplo, o "robot-advisor" promete ajudar a democratizar a consultoria, oferecendo a capacidade de toma de decisão de investimento com base no processamento de dados. Uma maior gama de produtos financeiros pode assim, ser continuamente monitorizada para uma maior eficácia na decisão de investimento. Mas existe também, outra variedade de usos possíveis. Ao usar os algoritmos para gerir os riscos de todos os portfólios dos nossos clientes, permite que o nosso departamento de risco atue de forma mais rápida, menos errónea e mais barata, traduzindo-se numa plataforma mais segura para todos os nossos clientes.

3. A legislação imposta pela UE não só se aplica a Portugal, como também ao resto da Europa. O desafio para o setor este ano são as principais reformas regulatórias, como a MiFID II e PRIIPS, implementadas na UE. Por exemplo, parte dessa legislação significa que precisamos que os nossos clientes façam o upload do seu passaporte, ou em alternativa, do seu Cartão de Cidadão. Não obstante, as empresas financeiras que oferecem a oportunidade de negociar certos produtos financeiros, necessitam de uma documentação clara sobre os mesmos. Estas mudanças, irão traduzir-se, entre outros, em mercados mais regulados e transparentes, permitindo aos investidores o acesso a melhor informação. A DEGIRO compromete-se com estas mudanças, visto que no final estas beneficiam o cliente de retalho.

CORRETAGEM

Millenium BCP lidera mercado português de 'trading' online

BPI e BiG também se destacam na corretagem online em Portugal. No mercado global, o Morgan Stanley agrega a maior quota de mercado.

LEONOR MATEUS FERREIRA
lferreira@jornaleconomico.pt

O grupo Millenium BCP foi líder de mercado na corretagem online em Portugal. Dividido entre MTrader (direcionado para o *trading*) e ActivoBank (virado para a banca online), o grupo alcançou no ano passado 29,2% do total dos clientes, de acordo com dados da Euronext Lisbon.

A grande responsabilidade do total foi da estação Mtrader, que levou o BCP de volta à liderança na corretagem *online* em Portugal, com 23% da quota de mercado. O ActivoBank agrega os restantes 6,2%.

O segundo lugar pertence ao BPI, com 18,8% da quota de mercado e o terceiro ao BiG - Banco de

Investimento Global, com 13,1%, segundo dados do BCP.

No caso do mercado global, o grupo BCP passa para segundo lugar com 9,2% da quota de mercado, atrás do Morgan Stanley, que tem 10,9%. O Citadel fecha o pódio (7,8%) e o BPI recua para a sétima posição (5,2%).

A plataforma de *trading* a MTrader foi uma das principais apostas do BCP ao nível da inovação na corretagem e, menos de dois anos depois conta com oito mil clientes, dos quais 300 são *heavy traders*. Assim, de um universo de 200.000 clientes do banco com carteiras de investimento no BCP, 4% usa a plataforma, em que não há vantagem, mas também não há montante mínimo de transação.

Lançado em outubro de 2016 com acesso às Bolsas de Lisboa,

Paris, Amesterdão, Bruxelas, Madrid, Frankfurt, Londres, Dow Jones, S&P 500 e Nasdaq, acrescentou desde então a Irlanda, Noruega, Suécia, Suíça, Dinamarca, Áustria e Finlândia.

Ganhou também conteúdos informativos publicações diárias de mercados sobre macroeconomia e empresas, enquanto agrega notícias externas.

Tal como o Jornal Económico noticiou, o banco está agora focado em reforçar o foco na tecnologia através de uma aplicação para telemóvel e *tablet*, cujo lançamento está planeado para setembro. Além do lançamento da plataforma em *mobile*, o BCP explicou que o objetivo é manter a liderança, crescer entre um e dois pontos percentuais, e entre 10% e 15% no número de clientes. ●

OPINIÃO

Banca online: inovação constante



GABRIELA TEIXEIRA
Management Consulting
Partner da PwC

A mudança digital está na agenda de todos os CEO e praticamente todos os líderes empresariais, com quem temos tido a oportunidade de conversar, nos últimos meses, estão envolvidos na transformação digital das suas empresas e concordam que a mudança e a transformação digital são fundamentais para crescer e criar valor, a longo prazo.

Relativamente aos bancos portugueses, estes viveram nos últimos anos um período exigente que passou por reestruturações e recuperações. No entanto, e apesar deste período verificam-se alterações nos modelos de negócio para dar resposta às novas exigências dos consumidores, numa era cada vez mais digital. Assim, a banca online em Portugal tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, apresentando vantagens face aos canais tradicionais para os clientes. Os clientes mostram alterações significativas no seu comportamento como por exemplo o uso intensivo de Apps móveis e redes sociais. Os bancos portugueses para continuarem a dar resposta às exigências dos consumidores terão que apostar em tecnologia e inovação constante. Nesta área, as FinTech terão um papel importante e algumas das principais instituições financeiras já estão a adotar a natureza disruptiva destas e a estabelecer parcerias num esforço de aprimorar a eficiência operacional e atender às novas necessidades dos seus clientes que esperam agora serviços mais inovadores. Os nossos estudos mais recentes sugerem, contudo, que é improvável que esses novos players substituam os bancos como principal fornecedor de serviços financeiros, especialmente nos mercados

em que o setor bancário é já amplamente acessível. Os clientes, de todos os segmentos, continuam a confiar nos seus bancos para gerir os seus temas financeiros.

Para os bancos tradicionais, a transformação digital implica uma mudança cultural de forma a ser possível potenciar os benefícios da transformação. Esta mudança cultural implica uma cultura centrada no consumidor exigindo uma comunicação permanente ao nível das várias áreas do banco, análise de modelos de *big-data* e *analytics* e uma resposta muito rápida e num curto espaço de tempo para as necessidades dos clientes. Isto exigirá aos bancos a formação intensiva dos seus quadros e requalificação de outros para adaptação aos novos modelos regulatórios e de supervisão e da transformação digital. Um outro desafio da banca digital está associado com o *cybersecurity* que exigirá investimentos tecnológicos para proteção de fraude, assim como um crescimento de regulação.

A mudança digital vai continuar a influenciar a relação entre os bancos e os seus clientes, e os melhores posicionados, serão aqueles que, mais rapidamente, se concentrem em tomar medidas inovadoras para desenvolver um relacionamento mais profundo com seus clientes, que os conheçam, que se concentrem em ganhar a sua confiança, que construam compromissos e que lhes continuem a criar o valor que procuram. ●

a banca online em Portugal tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos, apresentando vantagens face aos canais tradicionais para os clientes

xtb
online trading

Produto Financeiro Complexo

#1 de CFDs e Mercado de Derivados em Portugal

nº 1
de CFDs em Portugal em 2017

nº 1
mercado de derivativos em Portugal, em 2017

SAIBA MAIS EM **WWW.XTB.PT**

e-mail: sales@xtb.pt · tel: 211 936 340
Praça Duque de Saldanha, Edifício Atrium Saldanha, Piso 9 Fração B, 1050-094 Lisboa

Fonte: Relatório Estatístico relativo à actividade de recepção de ordens por conta de outrem, na rubrica Valor das ordens recebidas em CFDs por intermediário financeiro, nos períodos de Janeiro a Dezembro de 2017, divulgado pela CMVM

PUB