

# Após compra do IOUU, LetsBank entra no crédito e mira carteira de R\$ 500 milhões

O banco digital recebe um aporte de R\$ 85 milhões de Roberto Rezende Barbosa, seu principal acionista, e vai oferecer crédito sem garantia e antecipação de recebíveis para pequenos negócios

André Ítalo Rocha • 27/09/2021 • 05:00



*Pércio de Souza (à esq.), fundador da Estáter, e Marcelo Bella (à dir.), CEO do LetsBank*

Em abril, quando anunciou a aquisição da IOUU, uma fintech de empréstimos *peer-to-peer* para empresas, o [LetsBank](#) (antigo SmartBank) deixou claro sua estratégia: fazer parcerias com grandes empresas para levar crédito às companhias menores que se relacionam com elas – do microempreendedor aos pequenos e médios negócios.

Depois de passar os últimos meses dedicado a integrar a IOUU e realizar testes, chegou o momento de o LetsBank começar, para valer, a colocar dinheiro na praça. O empurrão que faltava veio do empresário Roberto Rezende Barbosa, o principal acionista da holding que controla o LetsBank, chamada de NK 031 e também dona do Voiter, antigo Banco Indusval. Sozinha, a holding de Barbosa acaba de desembolsar R\$ 85 milhões para turbinar o crédito do banco digital.

O montante chega depois de ele já ter investido R\$ 100 milhões na reformulação do negócio. Com a nova injeção de capital, o LetsBank espera ter uma carteira de R\$ 500 milhões daqui a um ano.p

Quem também está envolvido no negócio é [Pércio de Souza, fundador da Estáter](#), uma boutique de investimentos especializada em fusões, aquisições e reestruturação de empresas. Souza, que tem um acordo com Barbosa para assumir 51% do LetsBank caso consiga recuperar as finanças do Voiter, tem atuado no dia a dia como um conselheiro.

“Começamos a experimentação em maio. Testamos modelos de crédito, criamos um histórico e fizemos ajustes em uma safra de três anos que a IOUU tinha”, diz Souza, ao [NeoFeed](#). “Agora, queremos acelerar a carteira de crédito.”

Hoje, o LetsBank tem 29 grandes empresas como parceiros, entre elas o Grupo Trigo, dono da rede de fast food Spoleto. As parcerias renderam ao banco digital um total de 2,4 milhões de clientes. No momento, há negociações avançadas com mais 20 parceiros, como Natura e Comgás, que fariam a base chegar a 4 milhões de micro, pequenas e médias empresas, com faturamento entre R\$ 30 mil e R\$ 30 milhões por ano.

“As parcerias com as grandes empresas são a nossa primeira ponte para chegar ao ecossistema sobre o qual eles têm influência, de clientes (também empresas) e fornecedores”, afirma o CEO do LetsBank, Marcelo Bella.

Para atingi-los, o LetsBank tem dois caminhos. Uma delas é por meio do modelo “white label”, quando o banco digital oferece a experiência bancária e o parceiro entra com a marca. É o que faz o Spoleto, do Grupo Trigo, que, com o LetsBank por trás, pode oferecer crédito aos seus franqueados. No outro cenário, o próprio LetsBank faz a concessão diretamente para o cliente. O parceiro atua apenas como a ponte entre os dois.

Nem todos os clientes, porém, serão de crédito. O LetsBank, que também oferece os serviços bancários de transação, estima que poderá ter uma base de pelo menos 10 mil clientes com empréstimos tomados, com um tíquete médio de R\$ 50 mil por operação.

Em outubro, o banco digital passará a oferecer a modalidade de crédito sem garantia. Para minimizar o risco, o LetsBank aposta em uma modelagem baseada em um uso intensivo de dados e pretende se valer do relacionamento com os parceiros.

“A parceria exclui a variável fraude, porque estaremos navegando dentro do ambiente do parceiro, com as informações deles. É como pescar já dentro do aquário”, diz o CEO do LetsBank.

A ideia é ter uma taxa de inadimplência de 20% a 30% abaixo dos números do mercado. Em julho, a taxa de inadimplência para micro, pequenas e médias empresas foi de 2,86%, segundo dados do Banco Central (BC). “Não vamos começar com uma penetração excessivamente agressiva, porque queremos ver se o comportamento (do cliente) é compatível”, afirma Souza.

Depois do crédito sem garantia, o LetsBank quer começar a trabalhar, em novembro, com a antecipação de recebíveis, estimulada pelo novo sistema de registro lançado em junho pelo BC, que abre a possibilidade para que todos os participantes do mercado façam ofertas aos lojista. “Antes, não havia segurança e o custo era maior”, diz Bella.

Em seguida, virá o chamado “crédito fumaça”, uma combinação entre o empréstimo sem garantia e a antecipação de recebíveis. “Se vamos conceder crédito a um lojista que vende R\$ 1 mil por mês, em vez de antecipar só R\$ 1 mil, podemos oferecer R\$ 10 mil com a garantia dos recebíveis futuros”, afirma o CEO do banco digital.

Ao se dedicar às micro, pequenas e médias empresas, o LetsBank mira um mercado que tem crescido no Brasil. Em 2020, foram 3,3 milhões de CNPJs abertos no Brasil, dos quais 79% eram microempreendedores individuais, segundo dados da Serasa, em um movimento em parte estimulado pelo aumento do desemprego.

No acumulado de 2021, o saldo das operações de crédito para micro, pequenas e médias empresas chegou a R\$ 780,9 bilhões em julho, alta de 28,5% em relação a um ano antes. O saldo das grandes empresas, por sua vez, cresceu 4,39%, para R\$ 1,049 trilhão.

Por outro lado, trata-se de um mercado que está se tornando cada vez mais disputado. Não só entre os bancos digitais que cresceram entre pessoas físicas e começaram também a tentar atrair a pessoa jurídica, como [Nubank](#), [Inter](#) e [C6](#), mas também com aqueles que já nasceram especializadas, como [Linker](#) e [Conta Simples](#).

Além deles, as adquirentes que já contam com um relacionamento antigo com varejistas também têm procurado oferecer crédito direcionado, como PagSeguro, [Mercado Pago](#) e [Getnet](#). A [Stone](#), que também aposta no segmento, interrompeu a concessão de crédito em agosto, após ter tido problemas com o novo sistema do BC, em meio a um aumento da inadimplência.

Segundo o consultor Fabrício Winter, sócio da consultoria Boanerges & Cia, tem havido uma “corrida” de instituições financeiras para atender os PJs porque este é um segmento que sempre foi desassistido de soluções. “Hoje, o mercado PJ é o oceano azul no setor de serviços financeiros”, diz Winter. “Sempre houve alternativas, mas faltam soluções bem desenhadas para cada nicho.”

Para ele, esse é um filão que ainda tem espaço para novos entrantes. Contudo, não é para qualquer um. “Quanto mais você desce na cadeia dos empreendedores, maior a chance de haver uma mistura de CPFs e CNPJs. Então, é preciso ter uma expertise diferenciada para não olhar só a empresa, mas também analisar a saúde financeira dos sócios.”

Souza, da Estáter, acredita que o LetsBank vai se diferenciar por ter um modelo que vai lhe permitir ter taxas de juros menores, com maior volume, mas com níveis mais baixos de atraso. “Não vamos ficar no mar aberto disputando os PJs. Por meio dos parceiros, conhecendo os dados e as necessidades dos clientes, vamos conseguir ter taxas menores e maior penetração. Não queremos ganhar com taxa maior em cima de pouca gente.”

<https://neofeed.com.br/blog/home/apos-compra-do-iouu-letsbank-entra-no-credito-e-mira-carreira-de-r-500-milhoes/>

