



**FEBRABAN**  
Federação Brasileira de Bancos

# Pesquisa Ciab FEBRABAN 2012

## O Setor Bancário em Números

Um sistema financeiro saudável, ético e eficiente é condição essencial para o desenvolvimento econômico, social e sustentável do País.

## Apresentação

Esta é a 20ª edição da Pesquisa Ciab FEBRABAN. A primeira, realizada em 1992, era modesta e registrava apenas uma dúzia de itens, entre eles, os investimentos em TI, que somavam US\$ 2,7 bilhões. Hoje, são US\$ 9 bilhões. Em 1994, havia 32 mil terminais de autoatendimento (ATMs) no Brasil. Em 2011, esse número é quase seis vezes a base daquela época: 182 mil ATMs instalados. Nesses 20 anos, porém, não apenas os números cresceram, mas também a abrangência da Pesquisa. Ela foi ampliada para poder captar as transformações do negócio bancário e da TI aplicada às instituições financeiras. Foram agregados dados de outros mercados, de outras entidades e órgãos governamentais e também de outros países, de modo a permitir se traçar um cenário em perspectiva da TI dos bancos.

A Pesquisa deste ano teve a participação das 16 principais instituições financeiras que operam no Brasil, que correspondem a 90% dos ativos bancários no Brasil. O investimento em TI desse grupo de bancos, entretanto, equivale a 98% do total do setor.

A FEBRABAN em parceria da Booz&Company levantou, consolidou e analisou dados e informações relativas a 2011, e ajustou critérios de coleta e tratamento de dados.

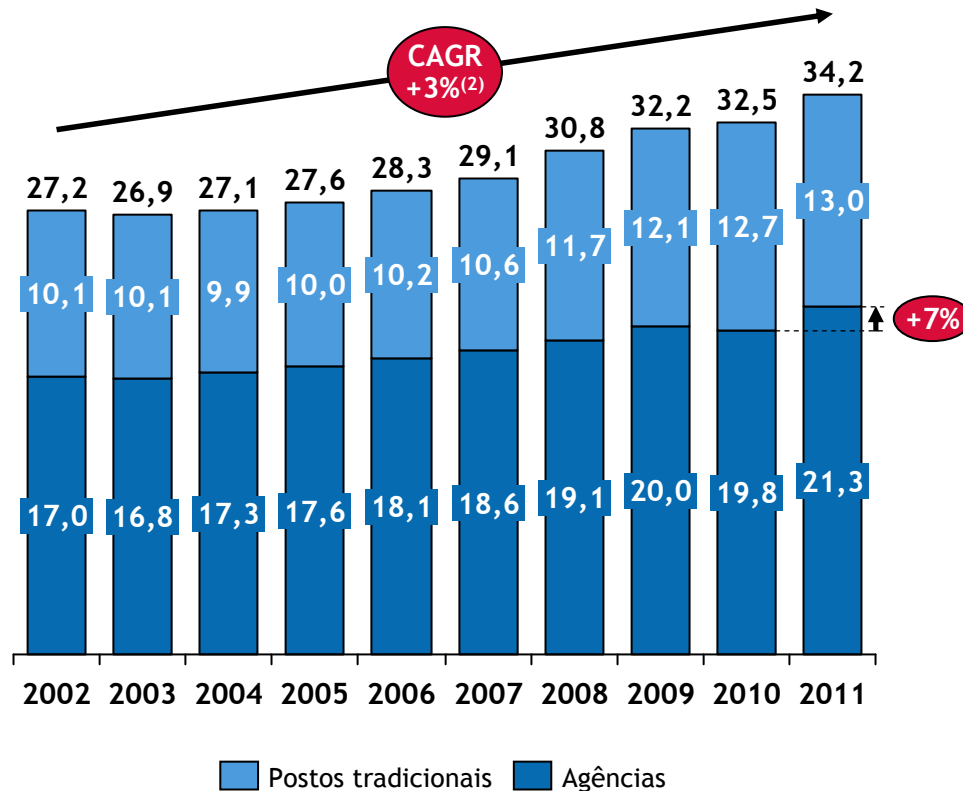
Com isso, a Pesquisa Ciab-FEBRABAN certamente se constitui em uma ferramenta útil nas discussões sobre tecnologia no meio acadêmico, entidades de classe, órgãos do governo e na mídia, contribuindo para a continua evolução do setor.

## Principais Conclusões

- Operações em internet banking atingiram 24% das transações do setor com um crescimento de 20% em relação ao ano anterior;
- Observa-se um crescimento exponencial do mobile banking, muito atrelado ao aumento da penetração de smartphones. Projeção aponta que, num prazo de 5 a 7 anos mobile banking terá a mesma relevância do internet banking;
- Parque de ATMs no Brasil mantém trajetória de crescimento ininterrupto desde 2002. Vale ressaltar que o percentual de ATMs adaptados a PCDs (Pessoas Portadoras de Deficiência) também teve importante impulso em 2011, atingindo 67% do total de terminais;
- Em 2011, os investimentos e despesas em tecnologia tiveram um crescimento de 11% atingindo R\$ 18 bilhões, consolidando-se como o principal setor usuário de TI no Brasil.

# Crescimento do número de agências em 2011 supera expansão dos últimos anos

Número de Agências e Postos Tradicionais<sup>(1)</sup>  
(Em Milhares - 2002-2011)



- Número de agências cresceu 7% em 2011, impulsionado pelos grandes bancos, que buscam aumentar ainda mais sua capilaridade;
- A expansão dos postos tradicionais foi de 2,5%;
- Desde 2005, que esse tradicional canal de atendimento tem crescimento contínuo. Tal movimento deve persistir nos próximos anos, a taxas mais expressivas até em função da maior bancarização no Brasil;
- Essa expansão traz discussões importantes quanto às agências que vem intensificando seu papel de relacionamento com o cliente - as transações financeiras básicas nas agências declinaram 10-15% nos últimos anos;
- Com isto, a plataforma tecnológica nas agências deveria evoluir para apoiar este novo perfil com ferramental necessário para conhecer o cliente - ex.: CRM, Big data, etc.

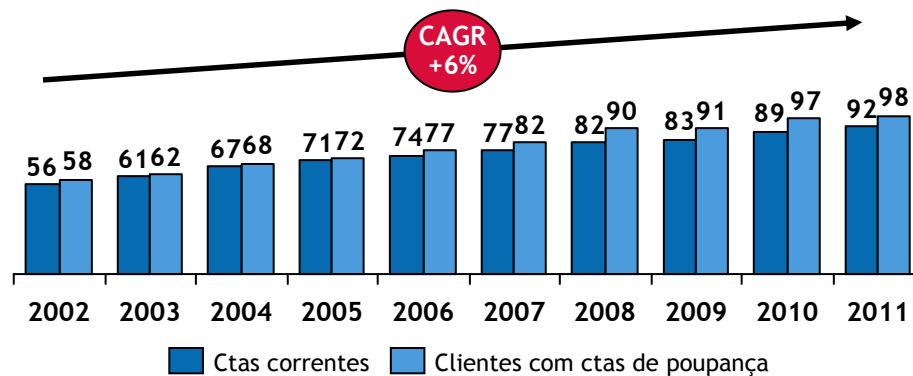
1) Inclui Postos de Atendimento Bancário (PAB), Postos de Arrecadação e Pagamentos (PAP), Postos Avançados de Atendimento (PAA), Postos de Atendimento Cooperativo (PAC), Postos de Atendimento ao Microcrédito, Postos Avançados de Crédito Rural (PACRE), Postos de Compra de Ouro (PCO) e Unidades Administrativas Desmembradas (UAD).

2) Taxa de Crescimento Anual Composto

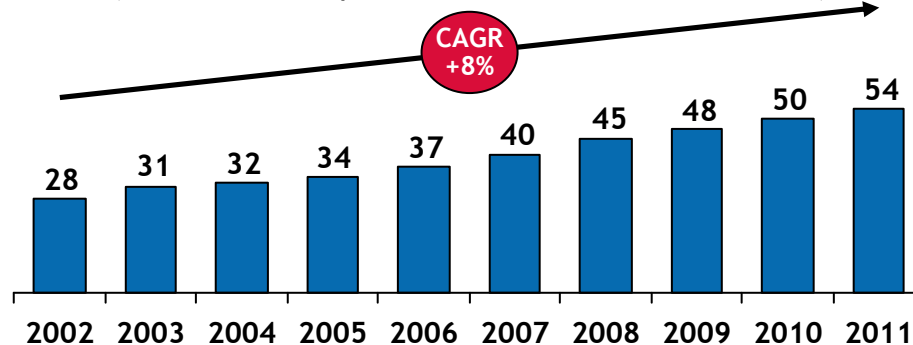
Fonte: BACEN, FEBRABAN

# Aumento da bancarização traz desafios às instituições financeiras de como atender um novo público com diferentes demandas

## Contas Correntes Ativas e Contas Poupança (em milhões - 2002- 2011)



## População Bancarizada no Brasil (em milhões de pessoas bancarizadas - 2002-2011)

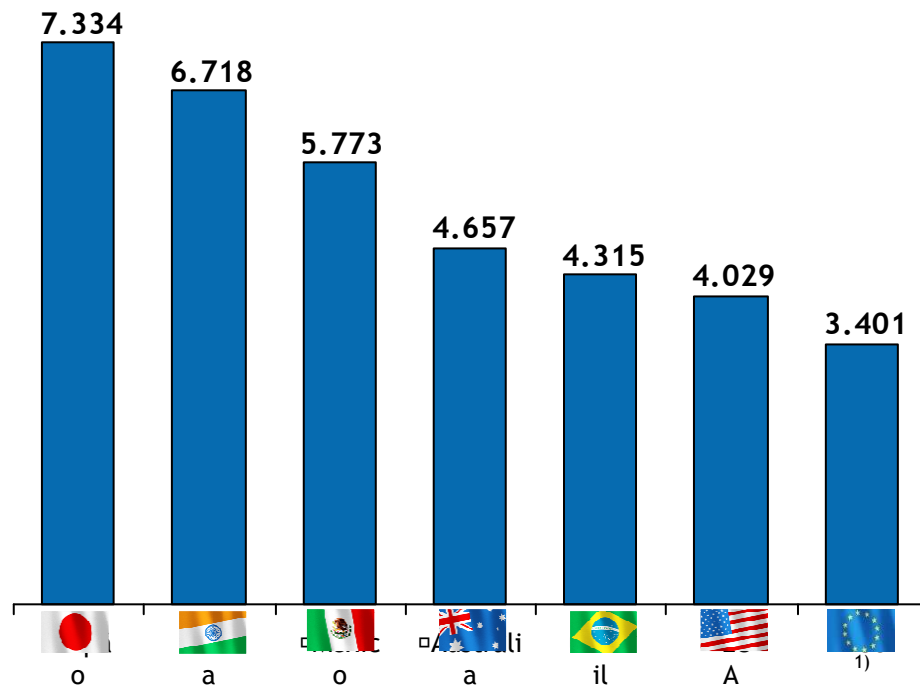


Fonte: BACEN, FEBRABAN

- Número de contas correntes ativas aumentam 3,8%. Avanço fica acima do crescimento vegetativo da população de 0,9%. Poupança se estabiliza;
- Parte deste efeito está associado a uma maior bancarização das classes mais populares - população bancarizada cresceu 6,3% em 2011;
- Perfil do cliente bancário se diversifica e faz com que os bancos tenham de se adaptar e customizar seus modelos de atendimento para diferentes necessidades e demandas;
- Cenário proporciona às instituições financeiras uma experiência de consumidor mais completa e ajustada dessas novas necessidades por meio dos diferentes canais de atendimento - agência, internet, mobile, auto-atendimento, etc;
- Quadro traz como requerimentos em um portfólio diferenciado de produtos, ferramental de relacionamento mais robusto, e principalmente uma plataforma tecnológica com maior agilidade e capacidade para atendimento.

# Total de contas correntes por agência está próximo ao de países mais desenvolvidos

Contas Correntes por Agência Bancária  
(em número de contas correntes - 2011)

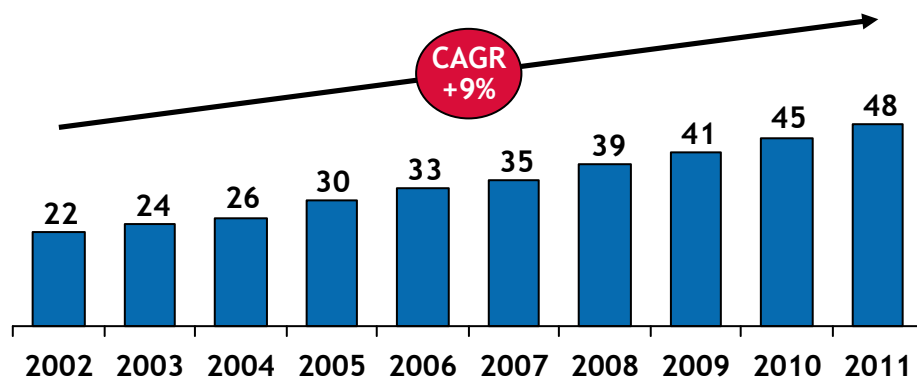


- Brasil apresenta um número de contas correntes por agência próximo a dos países mais desenvolvidos;
- Com o aumento da bancarização dos brasileiros, a tendência é de aumento no número de clientes tanto para canais tradicionais como para os novos;
- Bancos devem estar atentos nos próximos anos para questões de eficiência operacional de forma a atuar com a mesma qualidade num novo patamar de volumes;
- Tecnologia será um dos principais viabilizadores para um contínuo trabalho na eficiência operacional dos bancos, seja nas agências ou outros canais.

1) Média Alemanha, França e Reino Unido  
Fonte: BIS, CIA World Fact Book

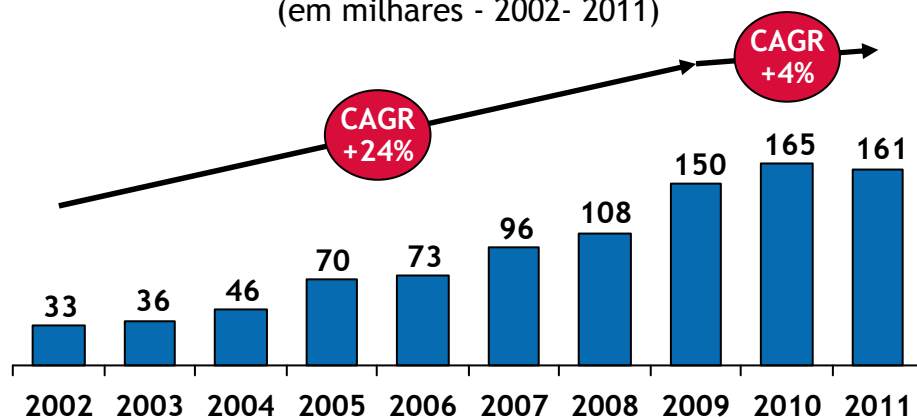
# Postos eletrônicos continuam crescendo enquanto o número de correspondentes começa a estabilizar

Postos Eletrônicos<sup>(1)</sup>  
(em milhares - 2002- 2011)



- Postos eletrônicos continuam a crescer em relevância nos últimos anos. Em 2011, aumentaram 7%;
- Esta tendência ainda deve ser observada nos próximos anos...
- ...aumentado sua relevância como canal bancário.

Correspondentes  
(em milhares - 2002- 2011)

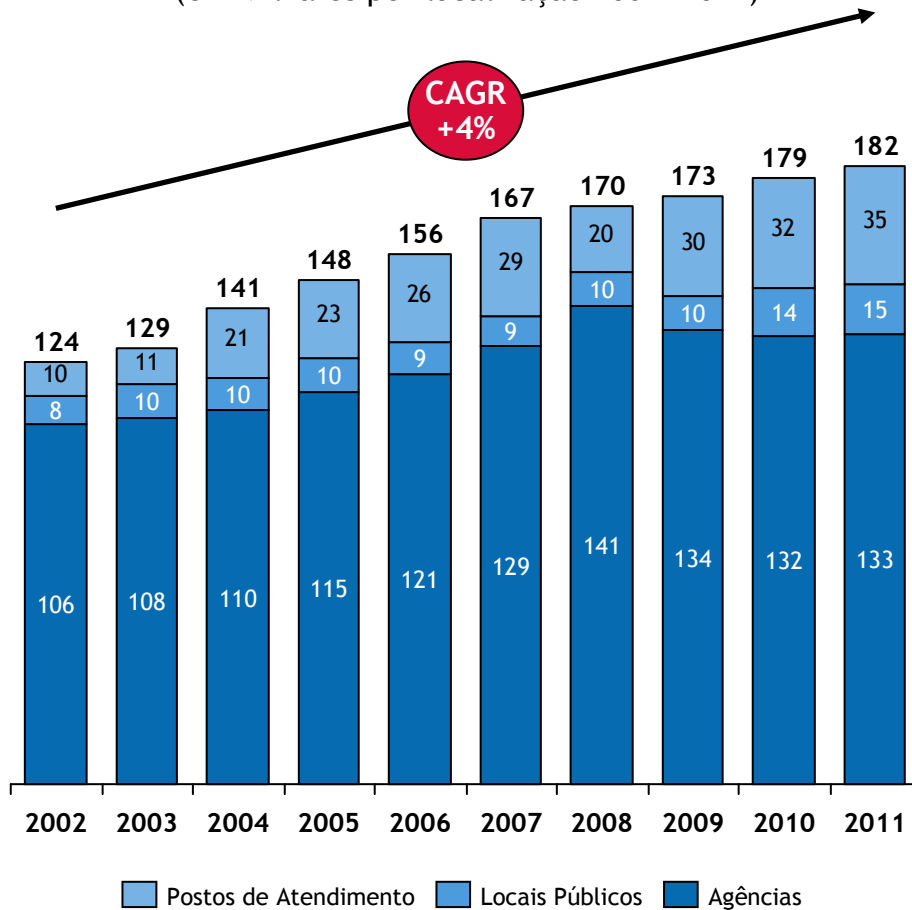


- Depois de um crescimento acentuado por 10 anos, o número de correspondentes tende a se estabilizar;
- Queda no último ano (-2,5%) se deve também ao ajuste na regulamentação de correspondentes - ex: farmácias
- Todavia, o canal correspondentes ainda é relevante para as transações bancárias.

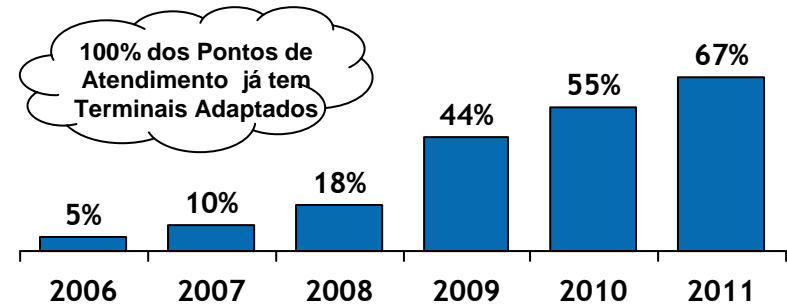
1) Postos de Atendimento Eletrônicos de Rede Individual e Rede Associada  
Fonte: BACEN, FEBRABAN

# Observa-se um crescimento no número de ATMs bem como um ritmo acelerado na adaptação destes a PCD's

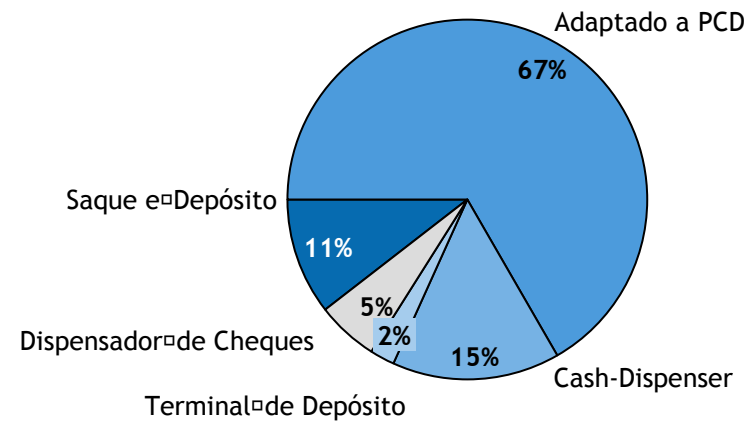
**Evolução do Número de ATMs**  
(em Milhares por localização 2002 -2011)



**ATMs Adaptadas a PCD's**  
(em % Total de ATMs - 2006 - 2011)



**Tipos de ATMs**  
(% por Tipo - 2011)

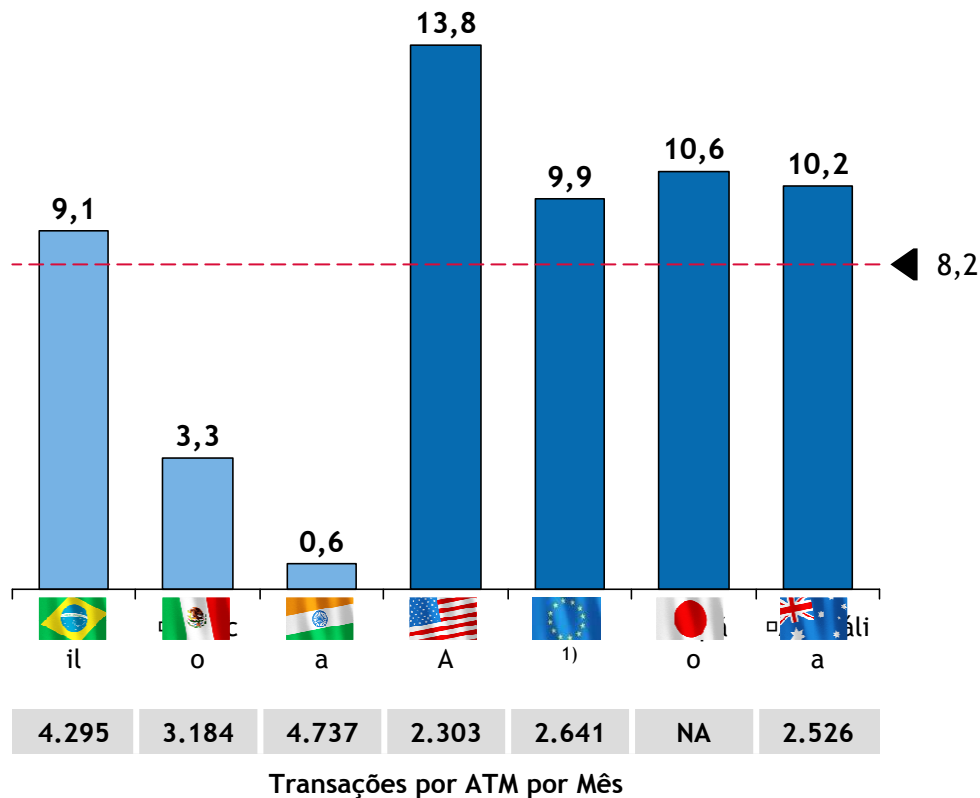


Fonte: FEBRABAN, BACEN



# Penetração de ATMs no Brasil está no nível de países desenvolvidos. Número de transações supera a média estrangeira

**Penetração de ATMs por País**  
(Número de ATMs por 10.000 Habitantes - 2011)

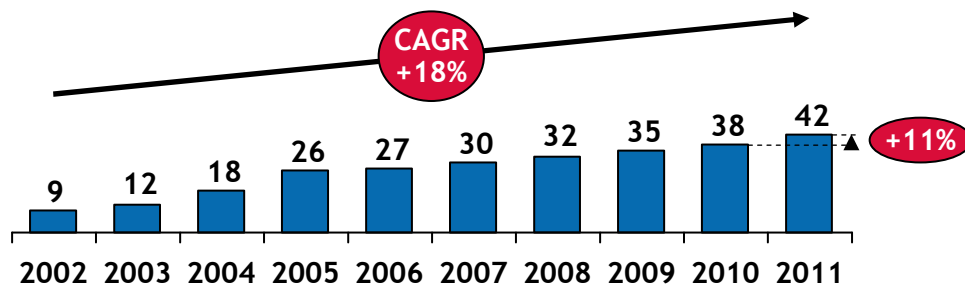


- Brasil apresenta indicadores de penetração de ATMs próximo aos de países desenvolvidos;
- Quantidade de transações por ATM está acima da média destes países, mostrando um uso mais intensivo do brasileiro por este meio;
- Uso de dinheiro em espécie ainda é relevante no Brasil, fazendo com que a função saque de caixas automáticos seja importante para o setor bancário;
- Questões de segurança no Brasil são importantes para a indústria bancária dada a relevância do canal e dos custos para manter a opção para o consumidor

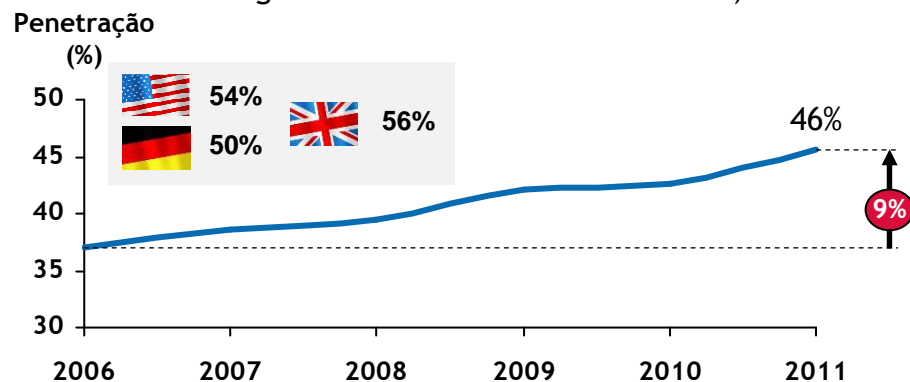
1) Média Alemanha, França e Inglaterra  
Fonte: BIS, BACEN

# Internet banking registra crescimento de forma regular nos últimos anos - em 2011 foi de 11% - e se aproxima dos mesmos níveis de países desenvolvidos

**Contas Correntes com Internet Banking**  
(em milhões - 2002-2011)



**Penetração de Internet Banking**  
(% de Contas Correntes com Internet Banking sobre contas Ativas - 2006-2011)

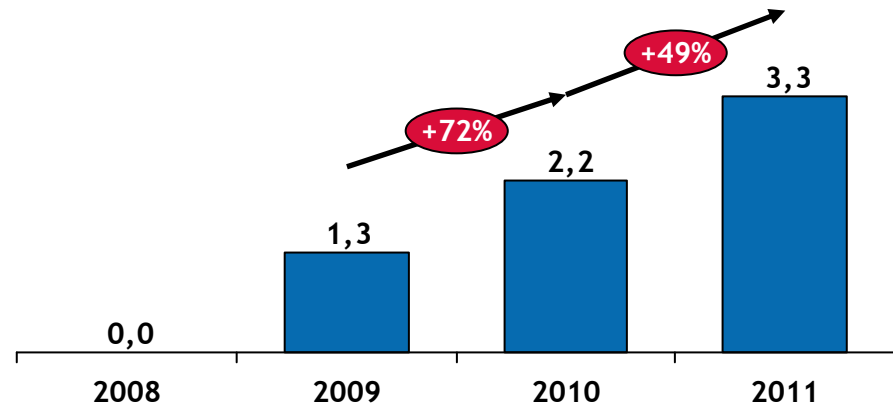


- Acesso a banda larga associado a investimentos em segurança viabiliza o maior uso de internet banking;
- Programas governamentais de acesso à internet irão impulsionar o uso para todas as classes nos próximos anos;
- Porém, Brasil já apresenta patamar de penetração de internet banking próximo ao de países desenvolvidos
- Bancos devem investir na maximização do uso do internet banking, prover uma experiência do consumidor cada vez melhor neste canal e ofertar produtos e serviços que melhor se encaixam neste meio;
- Para isso, uma plataforma tecnológica mais atraente, ágil e robusta será importante nos próximos anos.

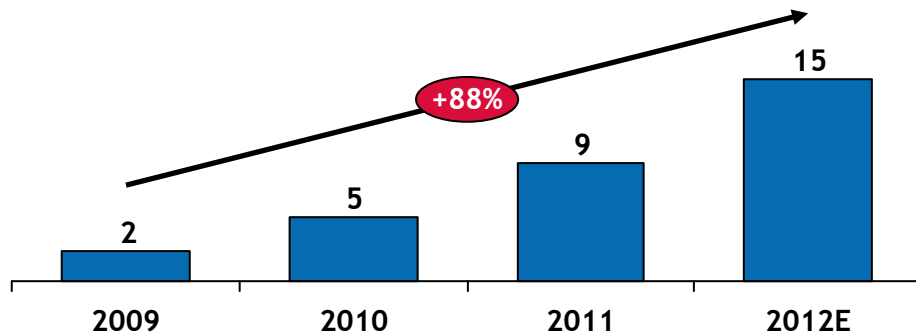
Fonte: FEBRABAN, IBGE, Nilsen, TIC

# Mobile banking continua crescendo exponencialmente...

**Contas Correntes com Mobile Banking**  
(em milhões - 2008-2011)



**Vendas de Smartphones no Brasil**  
(em milhões de unidades - 2009 - 2011)



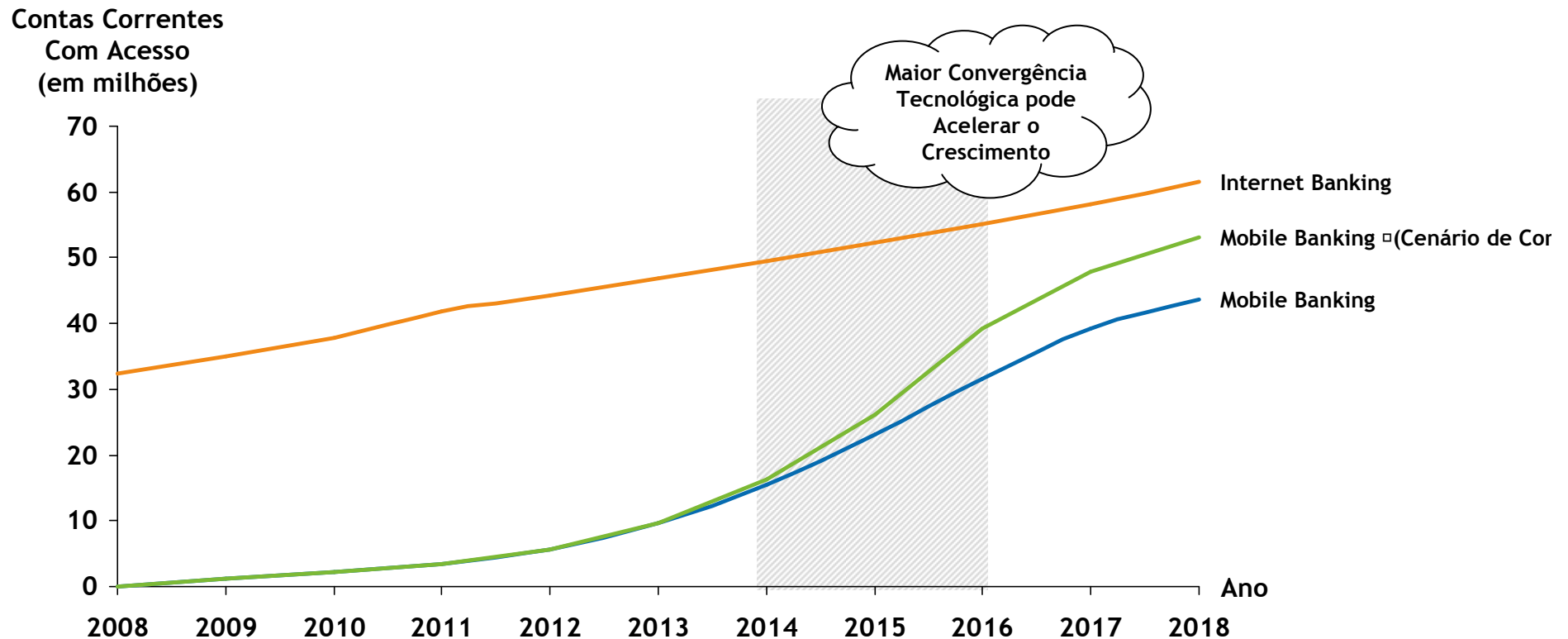
- Vendas de smartphones crescem exponencialmente no Brasil, com projeções de crescimento robusto contínuo nos próximos anos - a plataforma tecnológica é que irá permitir a consolidação deste canal;
- Usuários de mobile banking acompanham este crescimento robusto...
- ... ainda existindo espaço relevante para mobile banking atingir níveis de usuários com a mesma relevância de internet banking;
- Mesma tendência é observada em outros países - entre setembro /2010 e junho/2011, o número de usuários de aplicativos de bancos em smartphones nos EUA pulou de 7,3 milhões para 13,7 milhões.

Fonte: FEBRABAN, IDC, comScore

# ... tornando-se um canal para transações bancárias tão relevante quanto Internet Banking em 5-7 anos

ESTIMATIVA

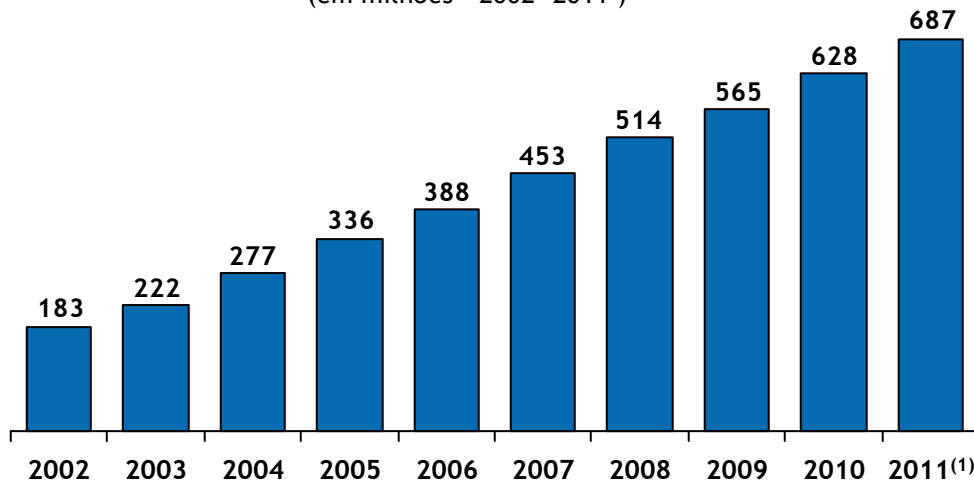
## Projeção de Usuários para Internet e Mobile Banking (em milhões de contas correntes usuárias)



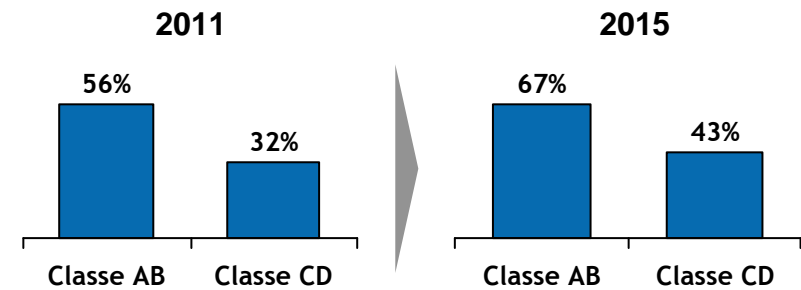
Fonte: FEBRABAN, BACEN

# Brasileiros têm utilizado mais cartões de crédito, com potencial de maior penetração nas classes C nos próximos anos

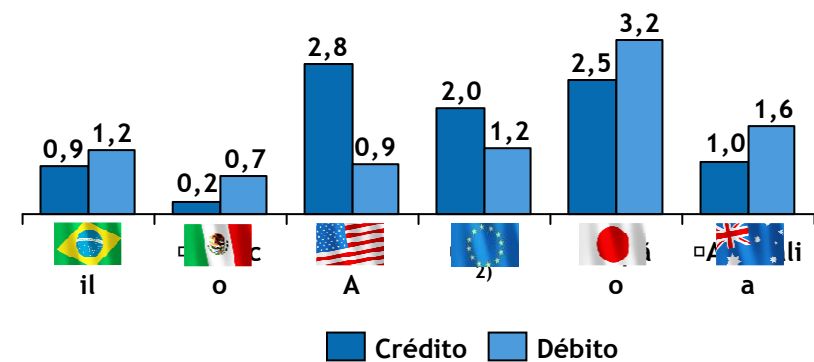
**Número de Cartões - Crédito, Débito e Lojistas**  
(em milhões - 2002- 2011 )



**Penetração de Cartões por Classe Social**  
(% - 2011 e 2015)



**Número Médio de Cartões por Habitante**  
(por país - 2011)

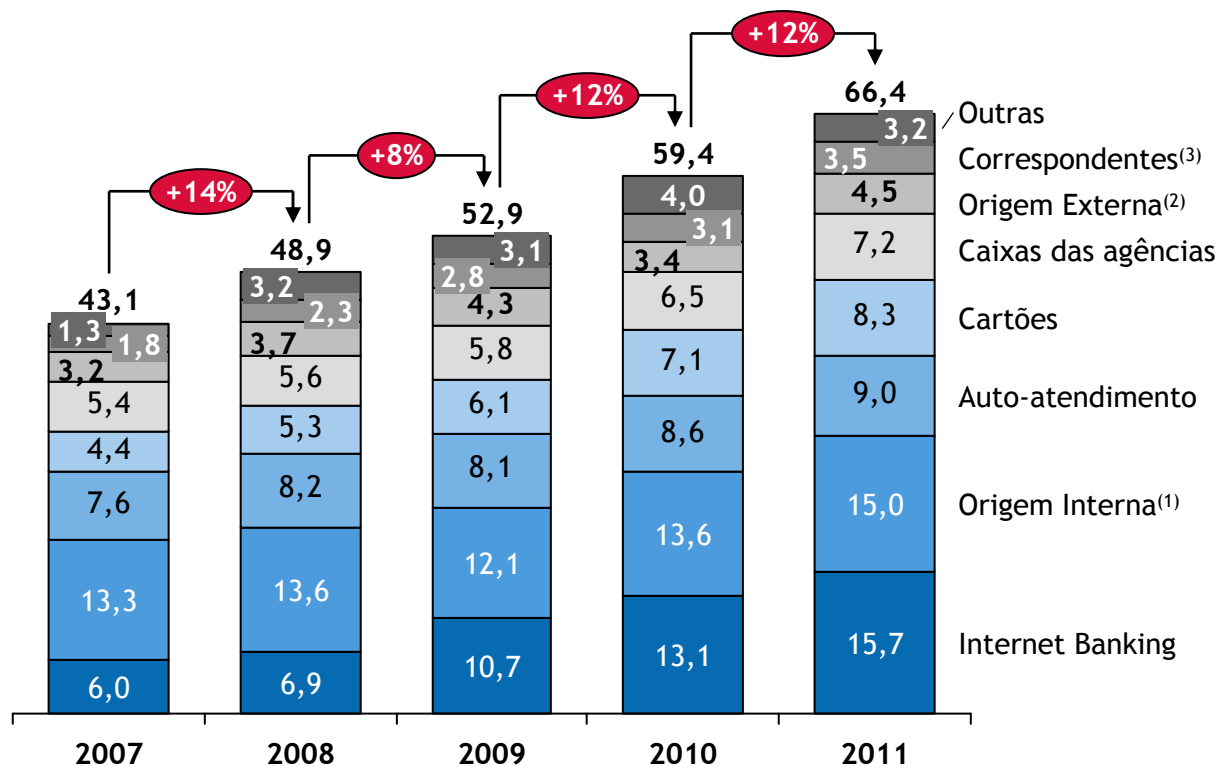


- Uso de cartões continua crescendo fortemente no Brasil nos últimos anos;
- A classe C ainda apresenta grande potencial de crescimento em cartões;
- Comparando com números de outros países, o Brasil está abaixo da média de cartões - mas tende a continuar crescendo, principalmente nas classes C/D

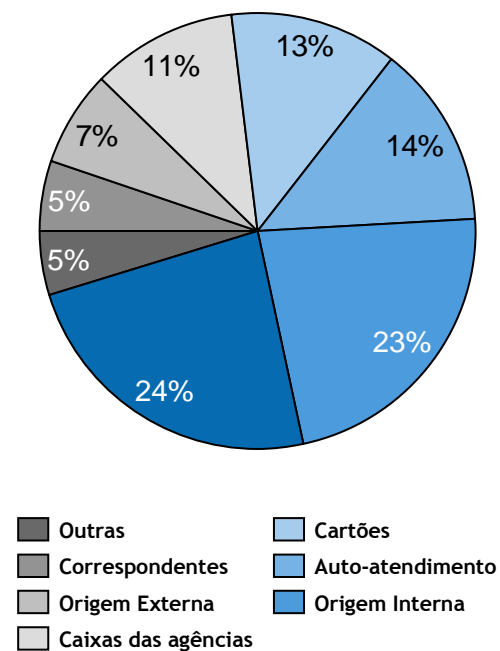
1) Estimativa, 2) Média Alemanha, França e Reino Unido  
Fonte: ABECS, BIS

# Operações feitas por meio de internet banking aumentam 20% e "puxam" crescimento de 12% do total de transações bancárias

**Transações Bancárias por Origem**  
(em bilhões de transações - 2007 - 2011)



**Participação no Total De Transações**  
(em % - 2011)



1) Tarifas e impostos  
2) Débitos automáticos, crédito de salários, proventos de aposentadoria, DOC's, TED's, cobranças, etc.  
3) Estabelecimentos comerciais, correios, casas lotéricas etc.

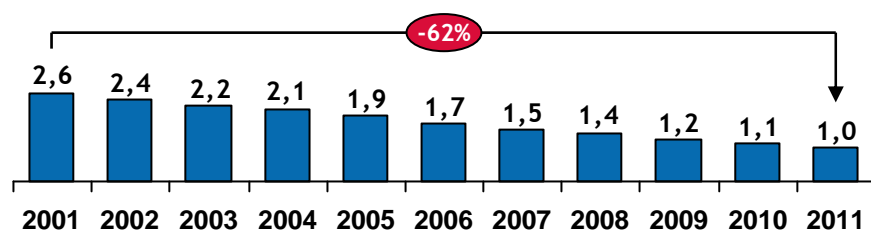
Fonte: FEBRABAN, BACEN

# Nos últimos 5 anos, internet banking firmou-se como o canal preferido para transações bancárias

Participação das Transações Bancárias  
(% do Total por Canal - 2007 - 2011)

Canal	2007		2011
Internet Banking	13,9%	→	24%
Autoatendimento	17,5%	→	13,5%
Cartões	10,3%	→	12,5%
Agências	12,6%	→	10,9%
Correspondentes	4,3%	→	5,2%

Volume de Transações de Cheques  
(em bilhões de transações - 2007 - 2011)

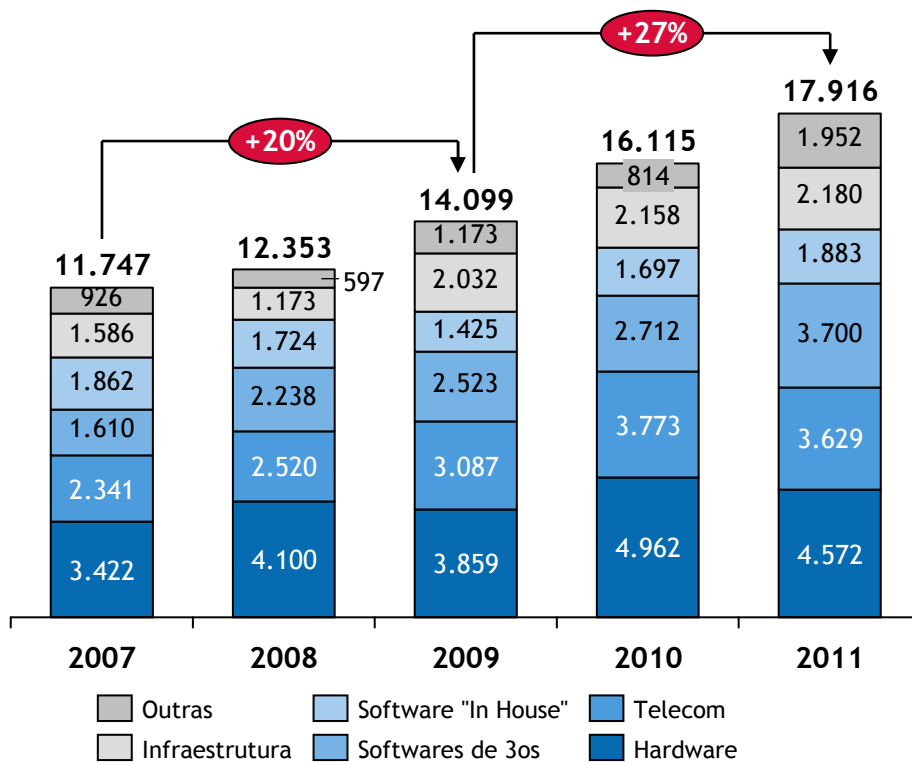


- Internet banking vem ganhando espaço entre os meios de transação, sendo atualmente o meio com maior número de transações;
- Cartões também vêm aumentando a sua participação, caminhando para ser um meio tradicional nos próximos anos;
- Transações em ATM perdeu em participação mas continua consolidado como meio relevante no Brasil;
- Transações em caixa vêm perdendo participação para meios emergentes, mas sua relevância faz com que a tendência é de estabilização nos próximos anos;
- Mobile banking surge como um canal emergente para transações bancárias.

Fonte: FEBRABAN

# Despesas e investimentos em tecnologia dos bancos crescem de forma importante nos últimos anos: 27% entre 2009 e 2011

**Despesas e Investimentos em Tecnologia por Bancos no Brasil**  
(em milhões de Reais - 2007 - 2011)



- Despesas e investimentos em softwares apresentaram importante crescimento nos últimos anos. E foram determinantes para se alcançar o total de R\$ 18 bilhões em 2011;
- Hardware apresentou estabilidade recente mas ainda é o principal investimentos/despesas dos bancos no Brasil;
- Terceirização de desenvolvimento de softwares é o tipo de despesa / investimento que mais cresceu, mostrando que os bancos já estão se preparando para os desafios tecnológicos futuros;
- Softwares em geral representam mais de 30% do total de investimentos e despesas em Tecnologia dos bancos.

Nota: Para a pesquisa deste ano houve uma mudança nos critérios de interpolação dos valores de despesas e investimentos, devido a uma maior interação com os bancos e alinhamento da forma de contabilização entre os bancos e destes com o mercado

Fonte: FEBRABAN

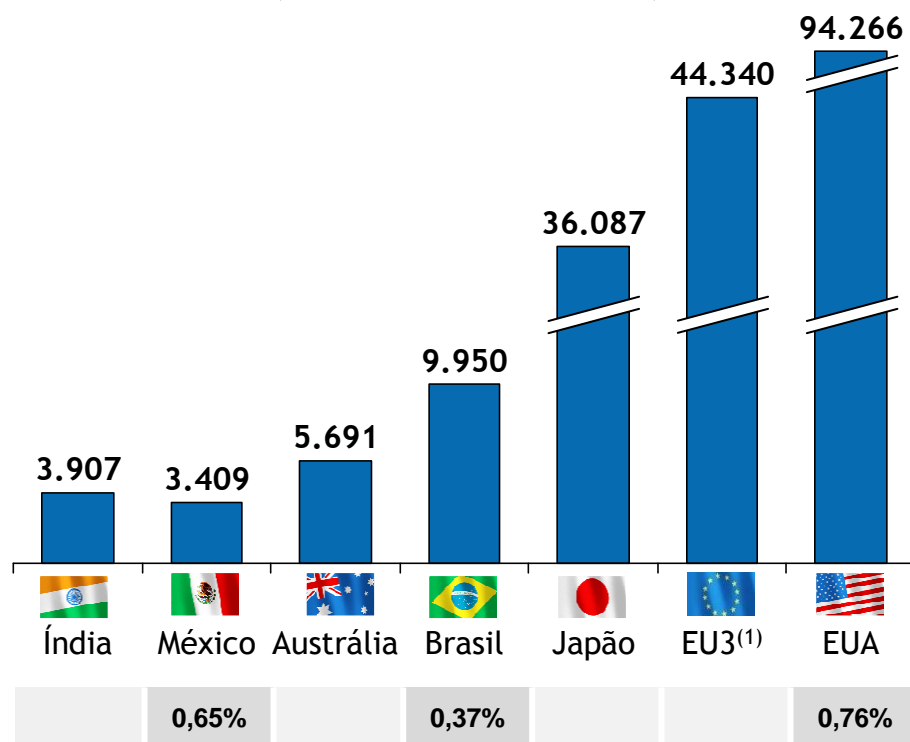


# Brasil é uma participante relevante na indústria mundial de tecnologia bancária, mas ainda tem mais espaço para investir

## Despesas e Investimentos em Tecnologia

### Setor Bancário

(em milhões de US\$ - 2011)



Despesas / investimentos sobre o Ativo Total do Setor Bancário

- Brasil mostra-se como um participante relevante do setor de tecnologia para Bancos, com investimentos intensivos;
- Projeções mostram que os bancos brasileiros vão aumentar o seu nível de despesas e investimentos em tecnologia em 42% até 2015;
- Isso irá representar um aumento de 2,5 vezes maior, aproximadamente, que a média global projetada em 18% no mesmo período;
- Os bancos brasileiros têm o desafio de planejar este investimento de forma adequada, balanceando eficiência e experiência do consumidor por meio de uma plataforma integrada de canais e ofertas aos clientes.

1) Média Alemanha, França e Reino Unido  
Fonte: FEBRABAN, Gartner

## Principais Desafios para o Setor Bancário

- Aumento da participação das camadas mais populares no mercado bancário irá desencadear discussões importantes sobre produtos, canais adequados e experiência do consumidor em relação a bancos, sendo que todos estes pontos estão intrinsecamente envolvidos em questões de plataformas tecnológicas;
- Internet e mobile banking surgem como canais emergentes para transações bancárias, mas os bancos ainda têm desafios importantes, por exemplo, como integrá-los aos meios tradicionais e intensificar seu uso entre clientes;
- Com o crescimento destes canais eletrônicos, a relevância proporcional dos canais tradicionais diminuiu, por exemplo, agências e call centers;
- O número de ATMs continua a crescer e deve permanecer como uma ferramenta importante dos bancos para aumentar capilaridade e obter melhoria da experiência de seus clientes no acesso a serviços bancários;
- Mesmo com o aumento do internet e mobile banking, o número de agências cresce e passa por um processo importante de discussão da transformação do seu papel para um foco maior em consultoria/relacionamento, trazendo discussões importantes sobre capacitações e plataforma tecnológica para apoiar este processo de mudança;
- Nível de investimento e despesas em tecnologia dos bancos brasileiros já é relevante colocando o Brasil como participante importante desta indústria globalmente;
- Os bancos devem se valer cada vez mais da tecnologia para garantir acesso ao cliente e eficiência operacional - discussões sobre como investir e em quais canais serão cada vez mais relevantes.



## Ciab FEBRABAN 2012

- **Data:** 20 a 22 de Junho de 2012
- **Local:** Transamérica Expo Center -SP
- **Palestrantes:**
  - Charles Bezerra, Cientista e sócio da gad'innovation
  - Donald Feinberg, Vice-Presidente da Gartner
  - Joaquim Lima de Oliveira, Caixa
  - Luís Antônio Rodrigues, Diretor de Tecnologia e Automação Bancária da FEBRABAN
  - Murilo Portugal, Presidente da FEBRABAN
  - Rahaf Harfoush, Autora do Livro “Yes We Did”
  - Roberto Setubal, Presidente do Itaú Unibanco
  - Silvio Meira, Doutor e Pesquisador em Tecnologia