



**FEBRABAN**  
Federação Brasileira de Bancos

# Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014

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

## Objetivos

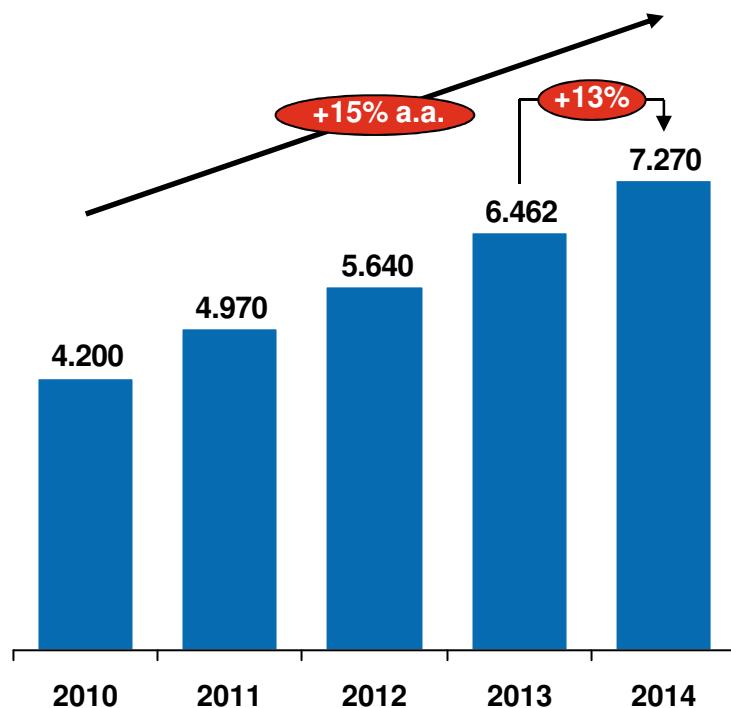
- A “**Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária**” é realizada há **23 anos** com o propósito de mostrar aos diferentes públicos a evolução da indústria bancária nacional, **especialmente nas questões relacionadas à tecnologia**
- **Este ano, a Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN em parceria com a Strategy&** continuou inovando e aprofundando a pesquisa com o objetivo de proporcionar novas perspectivas e reflexões sobre a tecnologia no setor bancário
- Nesse sentido, levantou, consolidou e analisou um grande conjunto de indicadores que revelam o **esforço e comprometimento do setor para um sistema financeiro eficiente e sustentável**, que contribua com o desenvolvimento econômico do País
- Em 2015, a Pesquisa **englobou 95% do setor bancário em relação ao número total de agências**, representando também **mais de 90% do total de ativos do setor** – totalizando 20 instituições financeiras que operam no Brasil, a maior representatividade da história da pesquisa
- Além disso, a pesquisa foi **complementada com dados de outras associações e órgãos governamentais, inclusive internacionais**, para incorporar questões importantes de forma a ampliar e aprofundar a análise dos dados

## Sumário Executivo

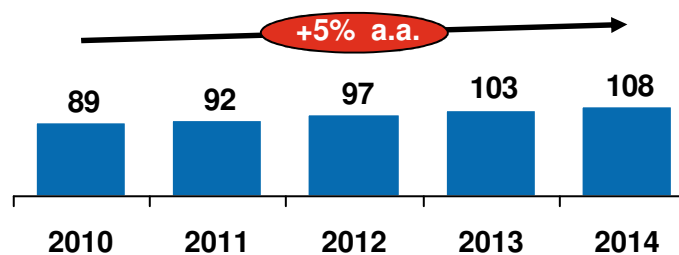
- **Em 2014, observamos uma continuidade no crescimento do setor bancário** como um todo – com ativos crescendo em 13%, e o número de contas correntes e **bancarização mantendo o ritmo de crescimento apresentado nos últimos anos**
- **Bancos deram sequência aos movimentos de busca pela melhoria na experiência dos clientes e conveniência, criando também oportunidades de eficiência** – ainda existe grande espaço para evolução, a ser perseguida nos próximos anos
- **Canais digitais se consolidaram como o principal meio** para realização de transações bancárias, embora exista muito a se evoluir - **~50% das contas utilizaram Internet Banking nos últimos 6 meses e 1 em cada 4 contas utilizou o canal Mobile**
- **Bancos estão iniciando um processo de transformação das agências, passando de terem um foco transacional para foco negocial e de relacionamento com clientes** – maior número de transações com movimentação financeira via Internet que em Agências
- **Investimentos e despesas em software continuaram a crescer**, mantendo uma taxa de 16% a.a. pelos últimos 5 anos – alocação de recursos alinhada às **diretrizes de conveniência e experiência do consumidor perseguidas pelos bancos**

# O mercado bancário no Brasil segue crescendo em ativos e contas correntes, com o índice de bancarização mantendo sua evolução dos últimos anos

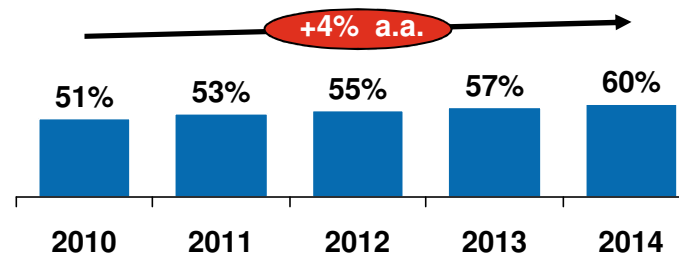
**Total de Ativos do Setor Bancário<sup>(1)</sup>**  
Em bilhões de Reais



**Total de Contas Correntes<sup>(1)</sup>**  
Em milhões de contas



**Bancarização no Brasil<sup>(1)</sup>**  
CPFs ativos<sup>(2)</sup>/PEA (2010-2014)

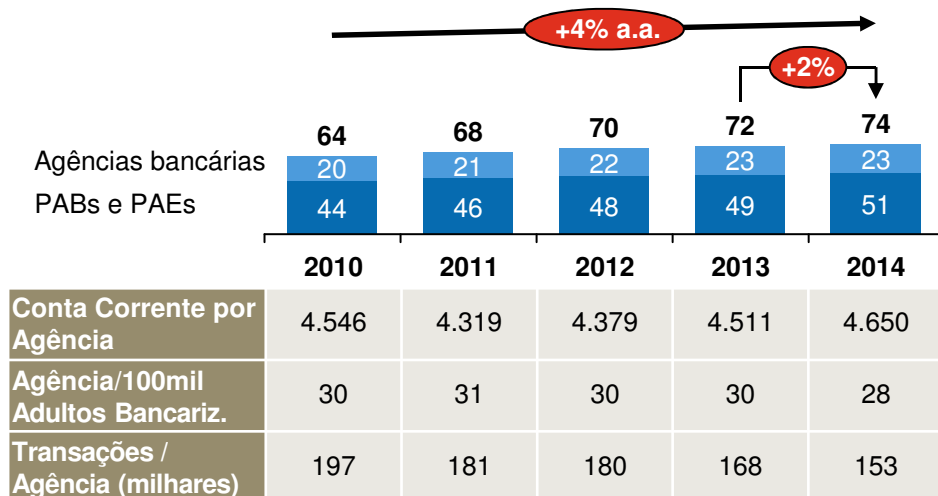


1) Referentes ao setor bancário como um todo. 2) Número total de CPFs com relacionamentos ativos divulgado pelo CCS (Cadastro de Clientes do Sistema Financeiro Nacional) do Banco Central do Brasil  
Fonte: Banco Central do Brasil; IBGE; Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análises Strategy&

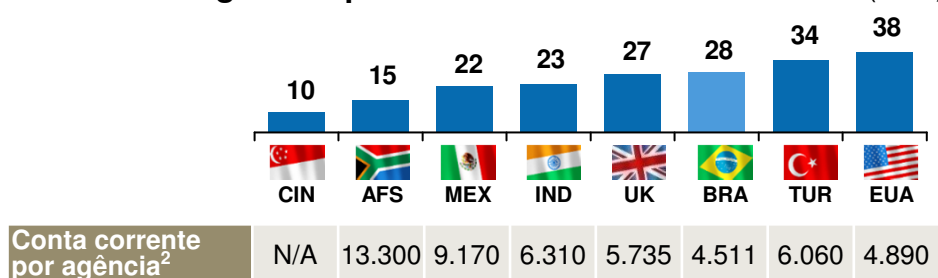
# Número de agências cresce em linha com a bancarização, garantindo qualidade do atendimento – agências por 100.000 clientes no Brasil é similar a países desenvolvidos

## Número de Agências, PABs e PAEs<sup>(1)</sup>

Total Absoluto em Funcionamento – em milhares



## Número de Agências por 100 mil Adultos Bancarizados (2014)



1) Consideram-se as definições de PAB e PAE da Resolução No. 2.099 do Banco Central do Brasil, Capítulo III e VI respectivamente do Anexo III; 2) Números de 2013  
 Fonte: Banco Central do Brasil; PNAD; IBGE; Desk Research; Análises Strategy&

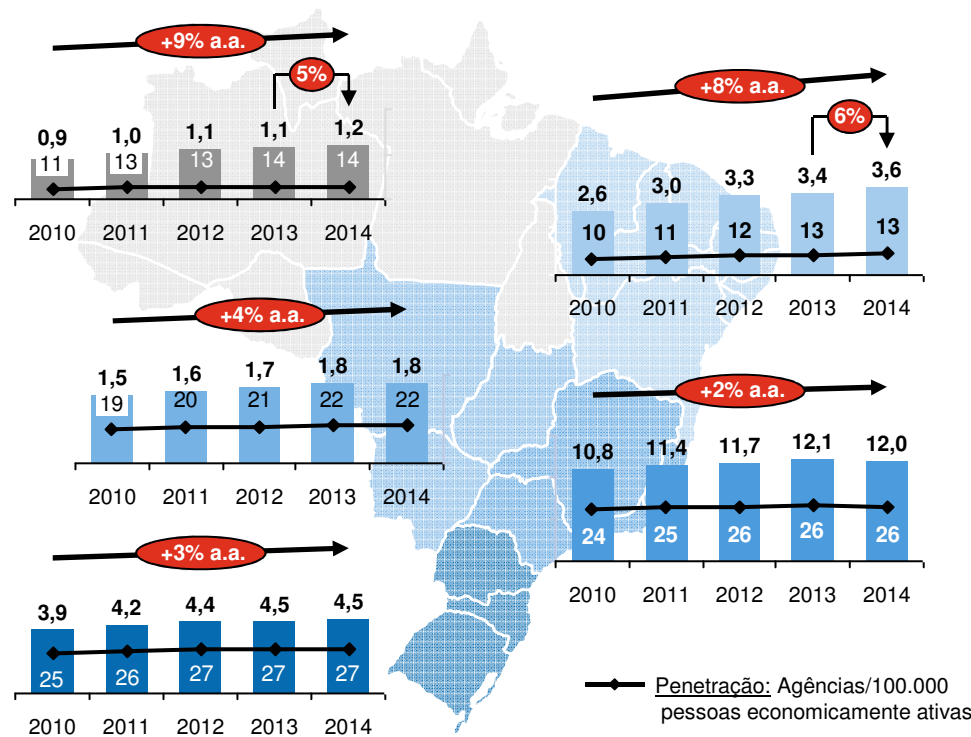
## Comentários

- Mesmo com a redução no ritmo de crescimento de agências e uma pequena diminuição na razão de agências por clientes, **os Bancos mantiveram o compromisso com nível de serviço** – ex.: manutenção do nível de transações por agência
- **O crescimento do internet e mobile banking** (discutido nas próximas páginas) e transferência de transações de alguns perfis de clientes para estes canais também **têm permitido maior eficiência das agências com manutenção do nível de serviço**
- As agências têm evoluído o seu papel para os clientes e para os Bancos, procurando:
  - **Aumentar o valor para os clientes** identificando suas necessidades e articulando as ofertas com os demais canais
  - **Reduzir os custos de servir** com uma qualidade de atendimento consistente
  - **Melhorar a satisfação dos clientes**, devido a um melhor atendimento de suas necessidades

# O crescimento do número de agências continua sendo liderado pelas regiões N e NE como nos últimos anos – a penetração regional manteve-se no patamar do ano anterior

## Número de Agências e Penetração

Em milhares de agências – 2014



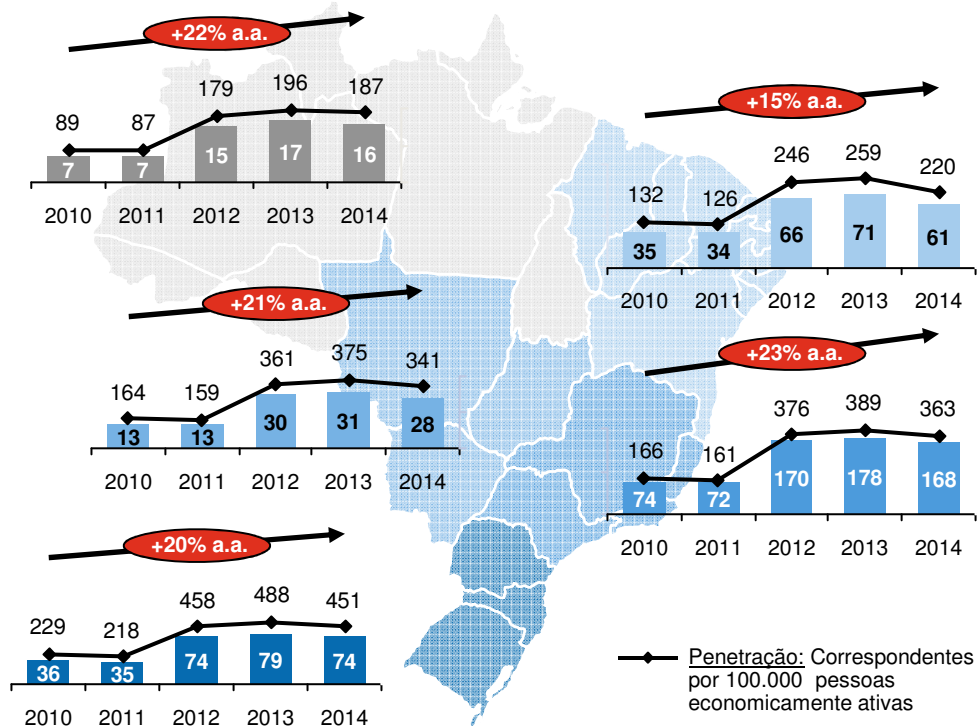
## Comentários

- As regiões Norte e Nordeste seguem liderando o crescimento do número de agências no país – tendência também observada nos últimos 5 anos
- Em 2014, Norte e Nordeste mantiveram um crescimento no número de agências acima dos 5%, o que significa mais que o dobro da média nacional
- As regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste apresentam níveis semelhantes de penetração de agências, cerca de 25-30 agências para cada 100.000 pessoas economicamente ativas
- A diferença de penetração para as regiões Norte e Nordeste está relacionada à menor bancarização nessas regiões e ao perfil e frequência de consumo dos clientes bancários nas regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste

Nota: Penetração de agências é calculada como sendo o quociente entre o número de agências sobre a PEA de uma dada região  
 Fonte: Banco Central do Brasil, IBGE, Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014, Análises Strategy&

# Cobertura de clientes via correspondentes é representativa com relevância ainda maior nas regiões com penetração de agências ainda em crescimento como no Norte e Nordeste

## Número de Correspondentes Não-Bancários e Penetração Em milhares – 2014



### Comentários

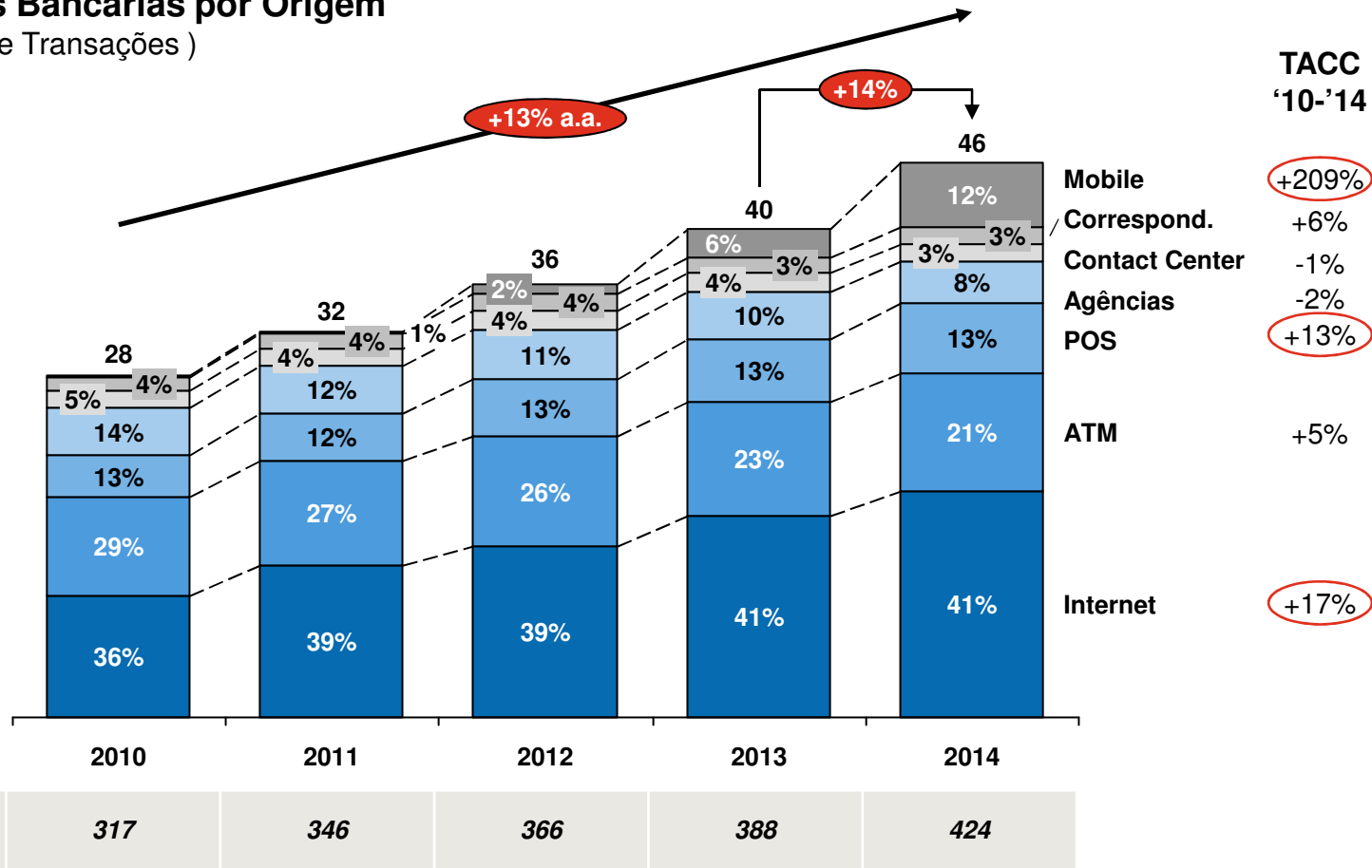
- Os correspondentes não-bancários têm papel social importante, possibilitando maior profissionalismo da economia e inclusão financeira e social, **complementando o papel das agências**
- O uso de correspondentes não-bancários é relevante em todas as regiões, e se **concretiza ainda mais naquelas onde a penetração de agências é ainda crescente, como N e NE** –190-220 correspondentes para cada 100.000 pessoas economicamente ativas
- No último ano foi observado uma pequena redução no número total de correspondentes em função de **diretrizes de ajustes de eficiência dos Bancos depois de um crescimento significativo entre 2011 e 2102**
- Estes ajustes tiveram como **premissa a manutenção do nível de serviço** via correspondentes – ex.: manutenção de ~4 mil transações por correspondente (como 2013)

1) Dados do Banco Central do Brasil, referente ao setor bancário como um todo. Penetração de correspondentes é calculada como sendo o quociente entre o número de correspondentes sobre a PEA de uma dada região

Fonte: Banco Central do Brasil, IBGE, Análises Strategy&

# Em 2014, as transações via Mobile Banking continuaram apresentando crescimento expressivo, constituindo atualmente o quarto canal de maior relevância em volume

**Transações Bancárias por Origem**  
(Em bilhões de Transações)

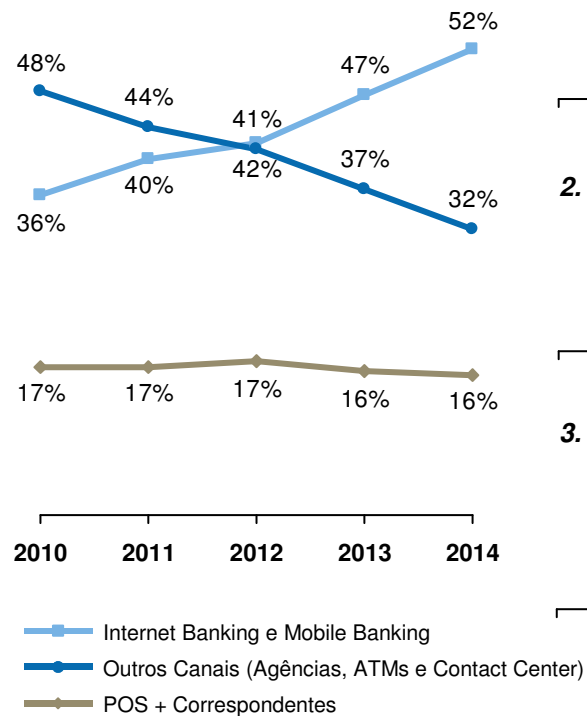


Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análises Strategy&



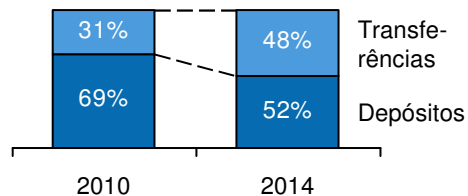
# Internet e Mobile Banking ganharam ainda mais relevância em transações, que se reflete também nos tipos de transações bancárias realizadas

**Comportamento dos Usuários**  
(% da soma do volume de transações)

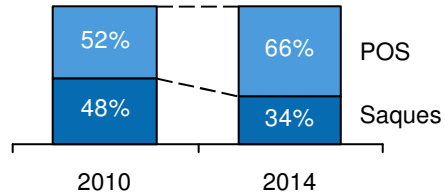


**Comparação entre Modalidades**  
(% do volume de transações)

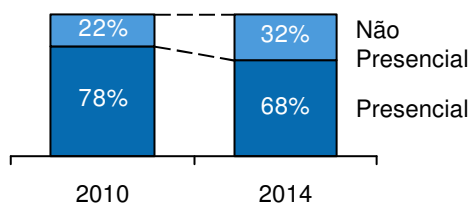
## 1. Transferência vs. depósito



## 2. POS vs. saque



## 3. Contratação de crédito PF



## Comentários

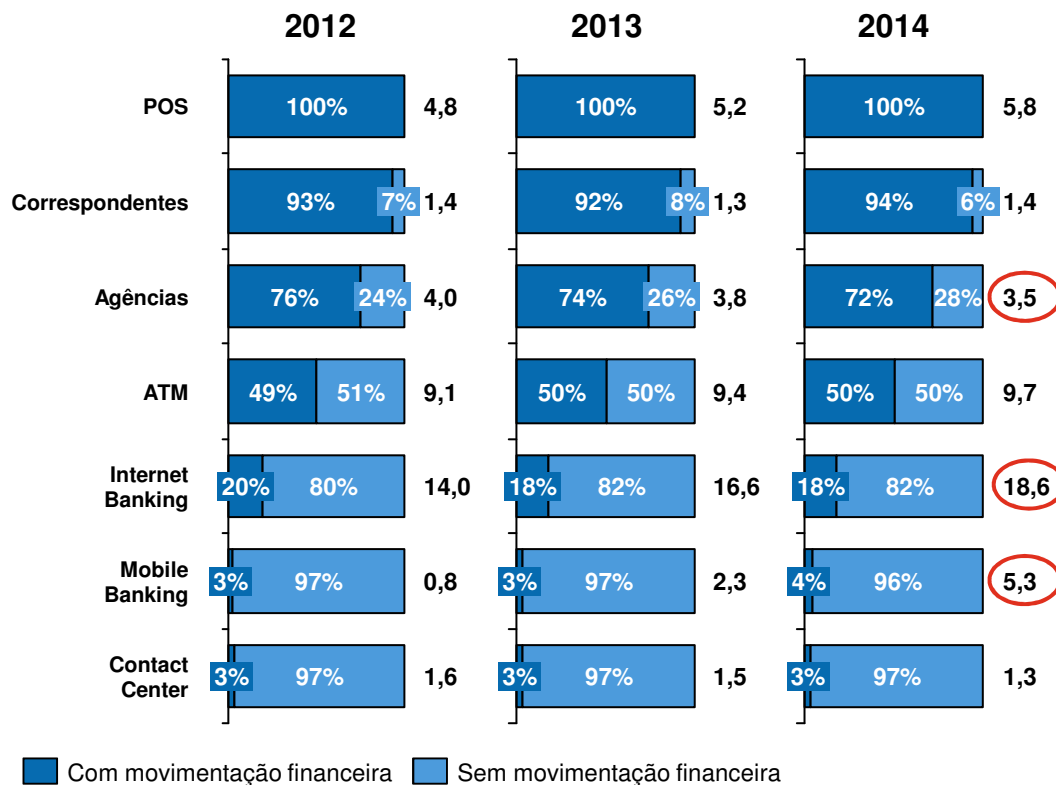
- **Internet e Mobile Banking** ganharam ainda mais relevância para transações bancárias chegando a **52% do total**
- Parte importante desse crescimento está associada a um **crescimento robusto do Mobile Banking**, sobretudo em **transações sem movimentação financeira**
- **A facilidade de uso dos meios digitais**, associada ao perfil dos usuários, faz com que a sociedade tenha **comportamento digital**
- **Operações mais customizadas**, como contratação de alguns tipos de crédito, ainda são menos virtuais, mas **têm espaço para evoluir nesse sentido**

Nota: (1) Contratação de crédito presencial considera somente transações realizadas em agências. Não presencial considera todos os demais canais; Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014

# Os canais apresentam perfis distintos entre si quanto ao tipo de transação – fácil acesso aos canais virtuais se traduz em uma participação relevante das sem movimentação financeira

## Canal por Tipo de Transação

% do total de transação por canal e total de transações – em bilhões



Fonte: Banco Central do Brasil, Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014

## Comentários

- A experiência do cliente e o fácil acesso ao Internet e Mobile banking proporcionam um contínuo **crescimento de transações sem movimentação financeira**
- Ao mesmo tempo, em volume, as **transações com movimentação financeira continuam a crescer nestes canais**
- **ATMs** ainda têm representatividade em transações sem movimentação financeira, mas com **tendência de migração para canais como Internet e Mobile Banking**
- Os canais com **contato pessoal** estão **tipicamente focados em transações com movimentação financeira**
- O processo de **migração de clientes “convertidos digitais”** para Internet e Mobile explicam a **redução da relevância das transações com movimentação financeira em agências**

# Apesar de o Internet Banking crescer em importância para as transações com movimentação financeira, as agências ainda são relevantes para essa modalidade de transações

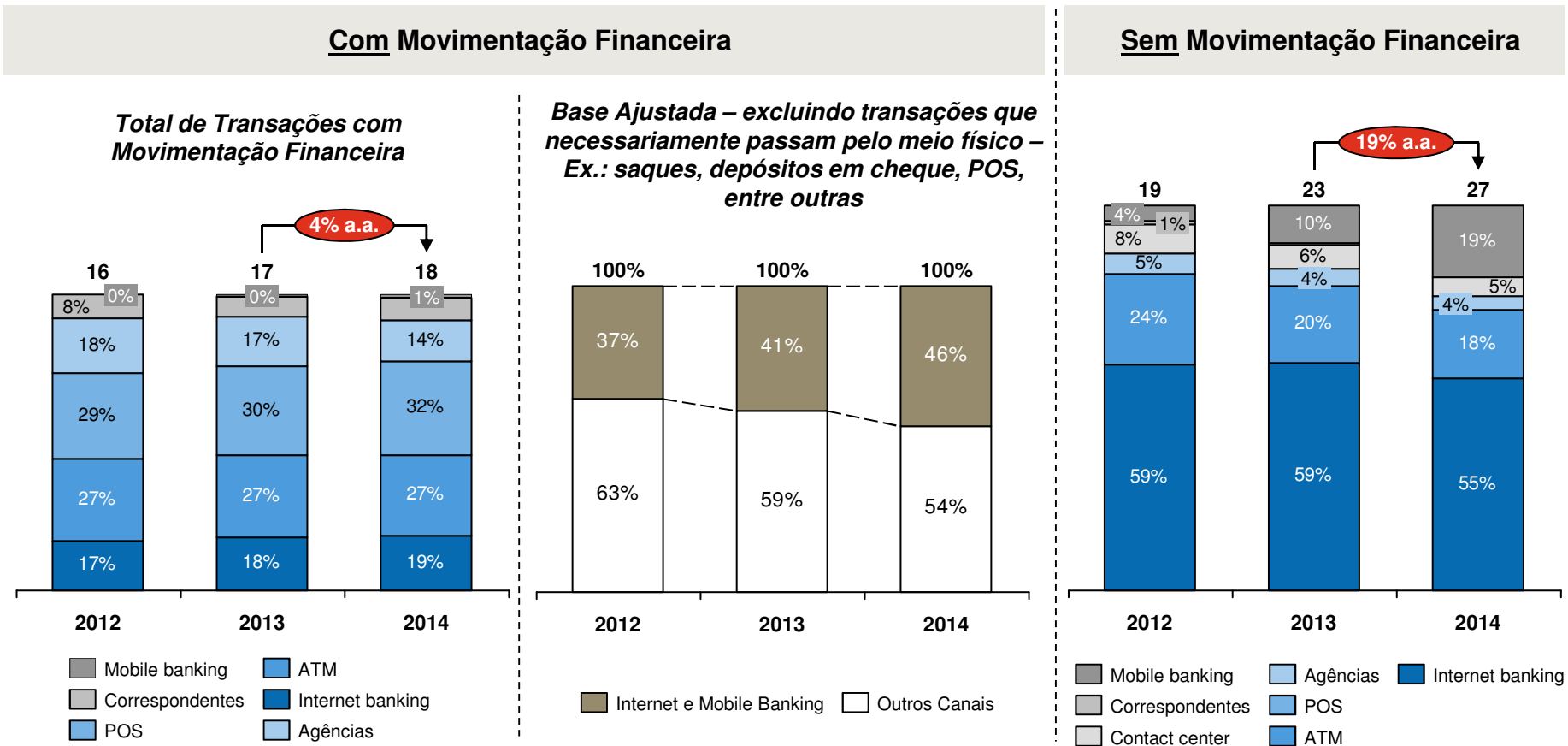
	Média de Transações Mensais por Conta Corrente					
	Com Movimentação Financeira			Sem Movimentação Financeira		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
POS	4,1	4,2	4,5	-	-	-
Correspondentes	1,1	1,0	1,0	<0,1	<0,1	<0,1
Agências	2,6	2,3	2,0	0,8	0,8	0,8
ATMs	3,9	3,8	3,8	3,9	3,8	3,7
Internet banking <sup>1</sup>	2,4	2,5	2,6	9,6	10,9	11,8
Mobile banking <sup>1</sup>	<0,1	<0,1	0,17	0,7	1,8	3,9
Contact center	<0,1	<0,1	<0,1	1,3	1,2	1,0

Comentários
<ul style="list-style-type: none"> <li>Na média das contas correntes do sistema bancário, a cada 12 transações sem movimentação financeira em Internet Banking, 1 transação ocorre em agências</li> <li>Quando a transação envolve movimentação financeira, <b>Internet Banking já apresenta um número médio de transações superior a agências</b></li> <li><b>Mobile Banking já ocupa o segundo lugar em relevância de transações sem movimentação</b> financeira, tendo partido de um patamar incipiente ainda em 2010</li> <li>Transações em <b>POS e ATMs</b> ainda representam os canais <b>mais relevantes para transações com movimentação</b> financeira</li> </ul>

1) Cálculo realizado com base no total de contas correntes ativas no sistema bancário, e não nas contas com internet ou mobile banking ativados  
 Fonte: Banco Central do Brasil, Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014

# Além de serem alavancas do aumento das transações sem movimentação financeira, Internet e Mobile Banking também crescem em relevância nas com movimentação financeira

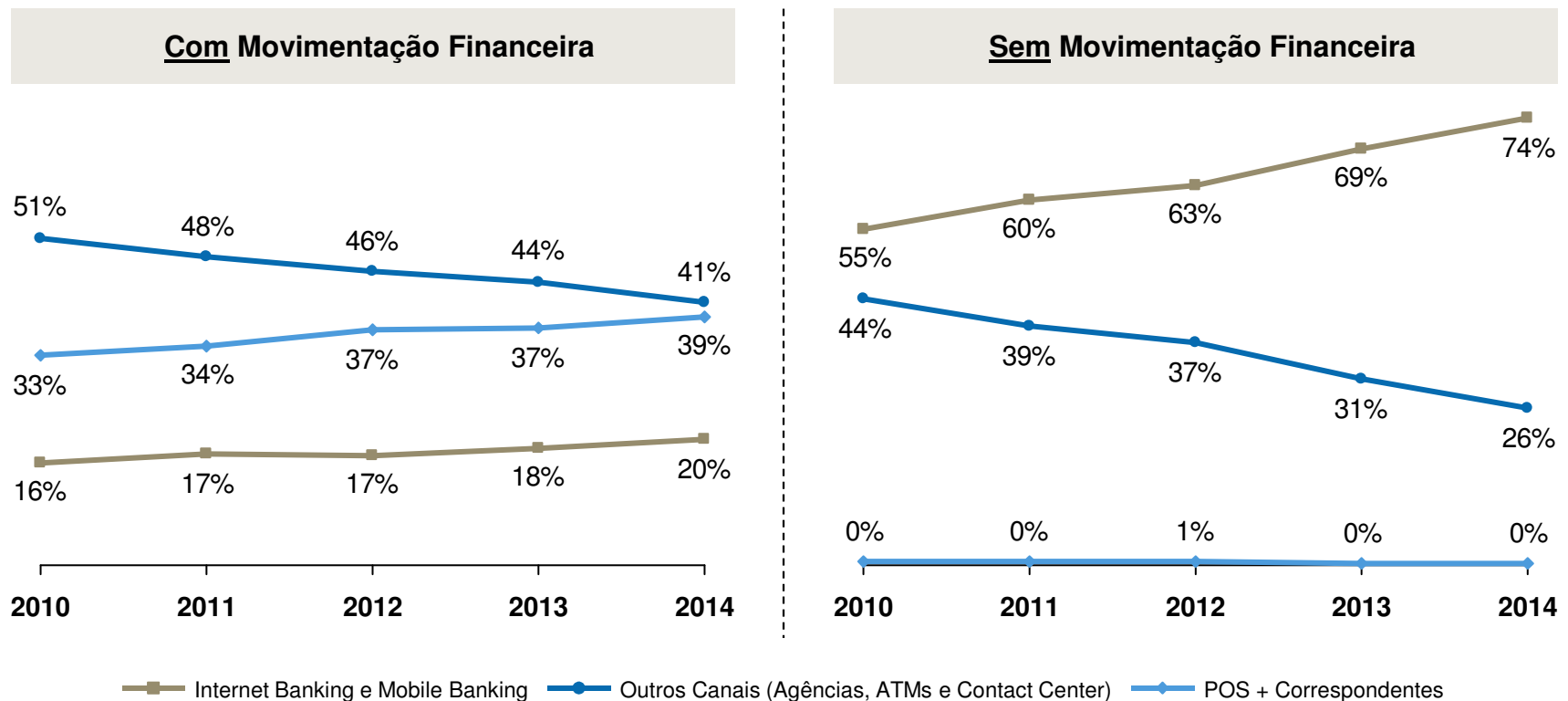
Transações Bancárias por Origem (Em bilhões de transações)



Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análises Strategy&

# Em resumo, canais digitais continuam de distanciando como principal meio para transações sem movimentação financeira e ganham representatividade nas com movimentação financeira

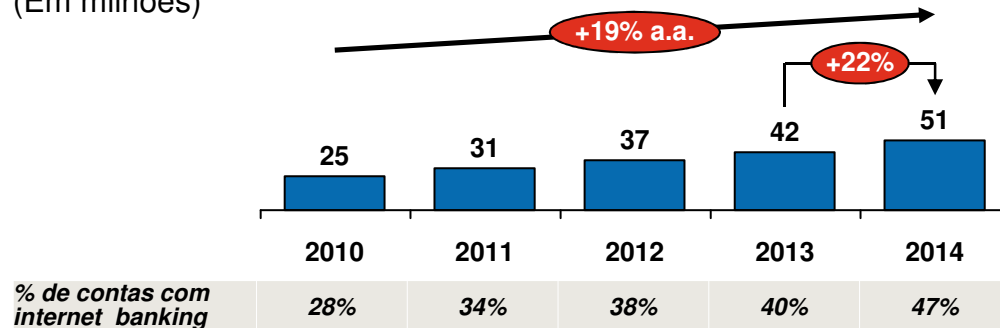
**Comportamento dos Usuários**  
(% da soma do volume de transações por grupo de canais)



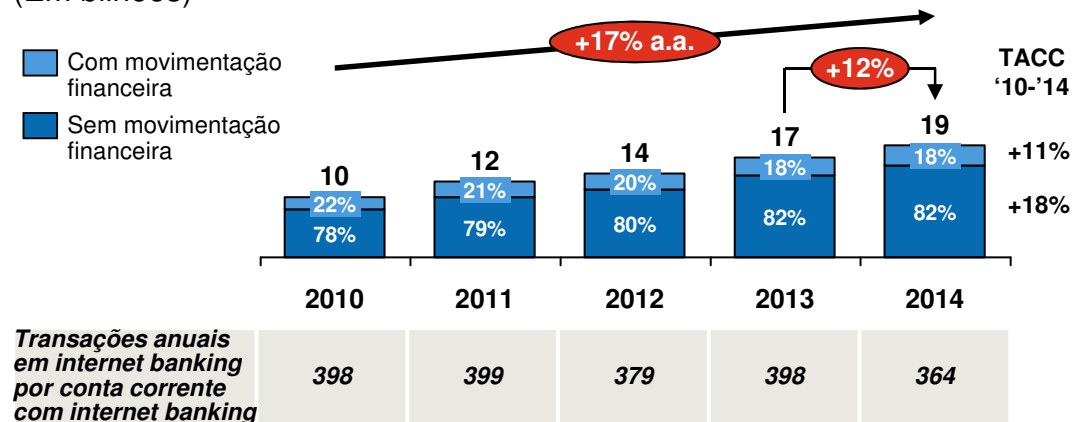
Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análises Strategy&

# Em mais detalhe, o Internet Banking manteve crescimento vigoroso dos últimos anos apresentando aumento importante da penetração em 2014

## Contas com Internet Banking (Em milhões)



## Transações em Internet Banking (Em bilhões)



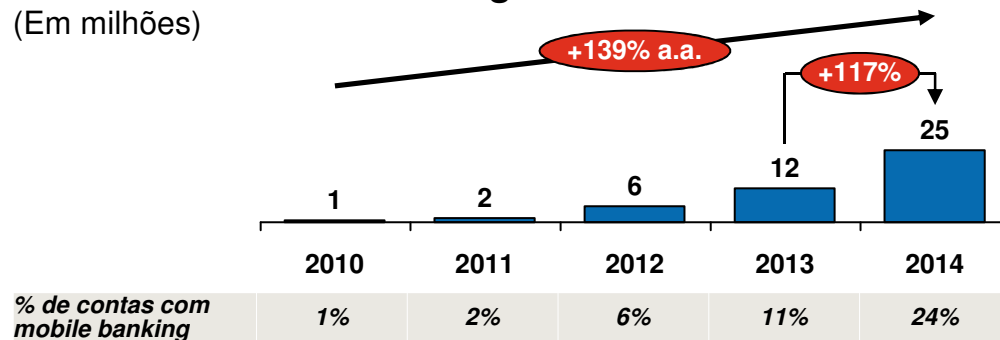
Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014

## Comentários

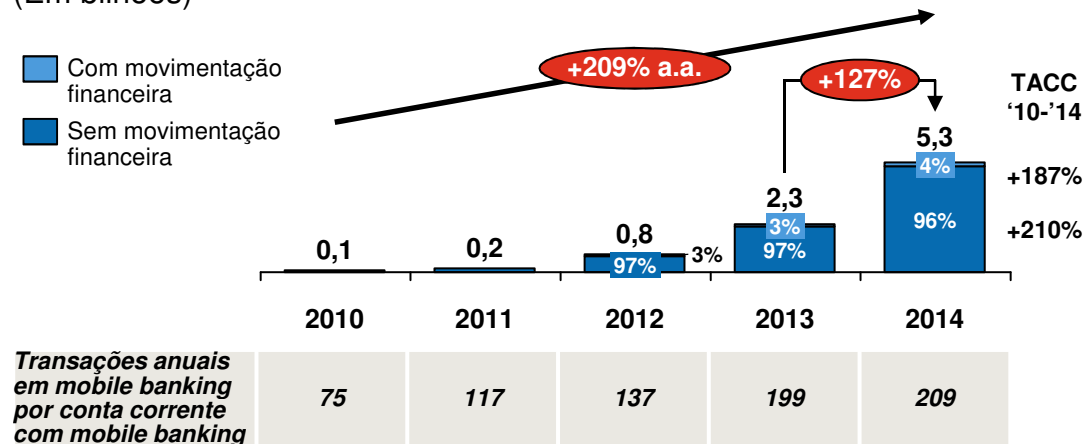
- O canal de Internet Banking vem mantendo o crescimento, e a **base de contas correntes com esse tipo de acesso atingiu ~50%**
- O volume de **transações em Internet Banking aumentou 17% a.a. (12% em 2014)** indicando uma maior aceitação do canal
- Apesar de 82% das transações no Internet Banking ainda serem sem movimentação financeira, o total de **transações com movimentação financeira tem crescido a taxas de 11% a.a. nos últimos 5 anos**
- Bancos vão continuar incentivando o uso desse canal e **investindo em uma experiência do consumidor cada vez mais amigável, otimizando também a oferta de produtos e serviços** para o perfil dos usuários
- A **pequena queda no total de transações por conta com internet banking se dá pela introdução de novos clientes ao canal – “convertidos digitais”** - com potencial de crescimento ainda importante

# As transações via Mobile Banking continuam aumentando exponencialmente, e bancos seguem apostando na plataforma – 1 em cada 4 contas utilizou o canal no último ano

## Contas com Mobile Banking (Em milhões)



## Transações em Mobile Banking (Em bilhões)



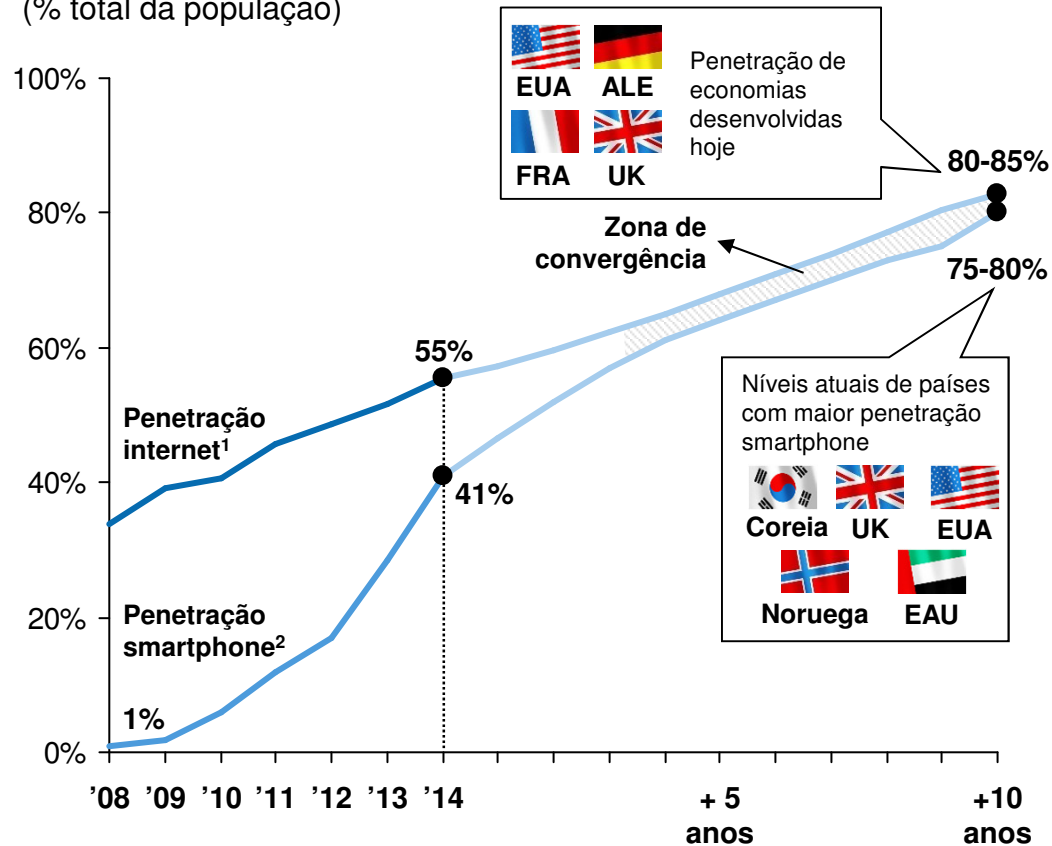
Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014, Anatel, IBGE, Análises Strategy&

## Comentários

- O volume de transações via **Mobile Banking continua aumentando exponencialmente**– 127% entre 2013 e 2014
- Atualmente, **1 em cada 4 contas correntes utiliza mobile banking**
- O perfil das transações ainda continua sendo primordialmente sem movimentação financeira, respondendo por 96% do total de transações neste canal, mas as transações com movimentação financeira crescem a taxas similares
- O crescimento expressivo da penetração de smartphones é alavanca importante para o aumento da relevância do canal
- Os bancos estão cada vez mais investindo tanto na segurança e usabilidade dos aplicativos, como na oferta de produtos e serviços no canal, tanto internacionalmente como no Brasil

# A penetração mais acelerada de smartphones em todas classes sociais continuará a ser alavanca de crescimento para as transações via Mobile Banking

## Penetração de Acesso a Internet e Smartphones (% total da população)



1) Valores estimados para 2014

2) Considera a penetração de pessoas com acesso a smartphones

Fonte: Banco Mundial, International Telecommunication Union, World Telecommunication/CT, Cetic, IPC Target, Análises Strategy&

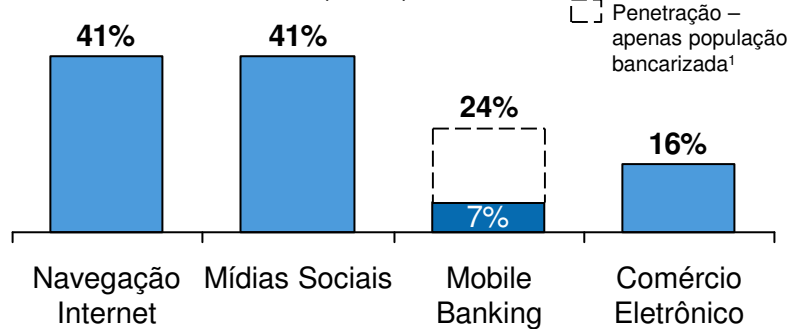
## Comentários

- Bancos consolidaram gradativamente a imagem de solidez e segurança em canais digitais, reduzindo barreiras de utilização de consumidores
- Mais da metade da população (55%) tem acesso a internet, e a penetração de smartphone continua apresentando crescimento importante, atingindo 41% em 7 anos
- Brasil pode atingir níveis de penetração de internet e smartphones de países desenvolvidos em até 10 anos
- Existe uma tendência de convergência entre diferentes plataformas para os próximos anos
  - Internet e smartphones serão canais complementares
  - Adaptação de funções dos canais, devido a complementaridade, que deverão oferecer elementos adequados para cada perfil de uso

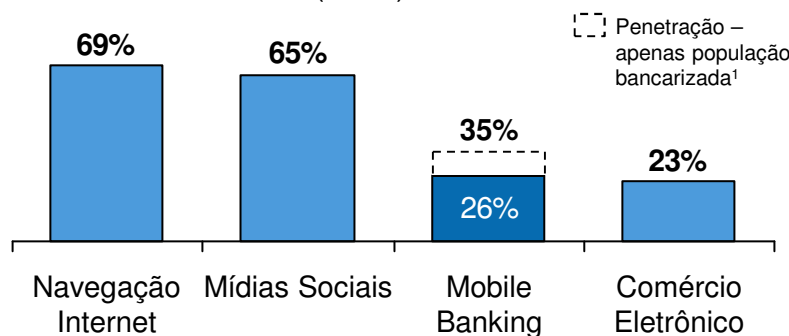


# O Mobile Banking possui importante espaço de crescimento no país quando comparado a outros mercados – ao mesmo tempo, já possui penetração superior ao comércio eletrônico via celular

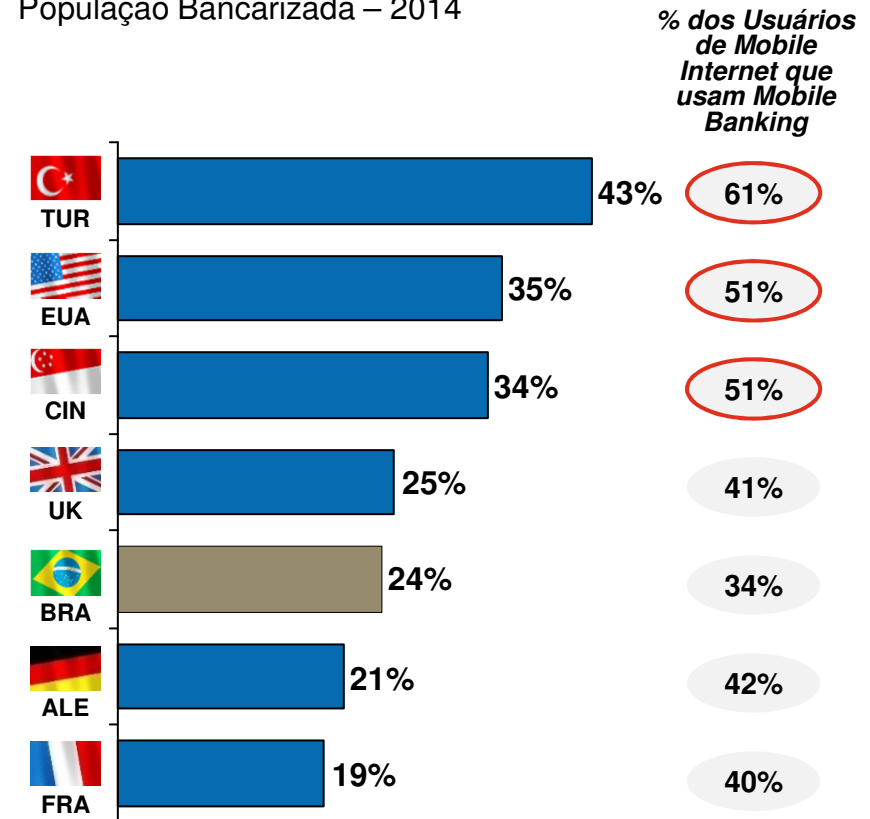
**Penetração por Modalidade de Uso do Celular no Brasil (2014)**



**Penetração por Modalidade de Uso do Celular nos EUA (2014)**



**Penetração Mobile Banking População Bancarizada – 2014**



1) Penetração referente apenas à população bancarizada – população com acesso completo aos serviços bancários (conta corrente)  
 Fonte: Global Web Index; Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2015; Análises Strategy&

# A evolução do Internet e Mobile Banking também tem impacto no perfil das transações e uso dos canais pelos clientes

## Transações com Movimentação Financeira via Internet e Mobile Banking

Internet Banking (PF + PJ)	Crescimento 2013-14 (em %)	Mobile Banking (PF + PJ)	Crescimento 2013-14 (em %)
Transferência/DOC/TED	8%	Transferência/DOC/TED	180%
Pagamento de Contas	11%	Pagamento de Contas	180%
Contratação de Crédito	20%	Contratação de Crédito	190%

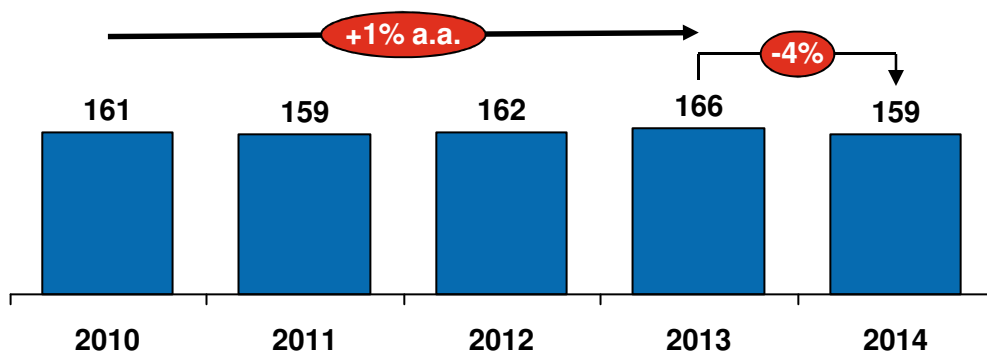
- Pesquisa de saldo via internet banking atingiu quase 5 bilhões de transações em 2014
- Foram realizadas mais de 1,5 bilhão de transações de transferências, TEDs, DOCs e pagamento de contas no canal
- Contratação de crédito, ainda que com grande potencial de crescimento, representou mais de 40 milhões de transações via Internet Banking

- Foram realizadas cerca de 1,5 bilhão de pesquisas de saldo via mobile banking em 2014
- Transferências, TEDs, DOCs e pagamento de contas atingiram a marca de mais de 260 milhões de transações no canal
- Contratação de crédito apresentou crescimento de mais de 180%, passando os 10 milhões de transações no Mobile Banking

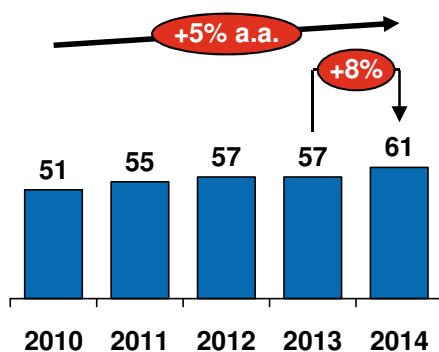
Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2015; Análises Strategy&

# Em ATMs, observamos uma pequena queda no número total, seguindo diretrizes de segurança e eficiência dos Bancos, e a manutenção do crescimento das transações por terminal

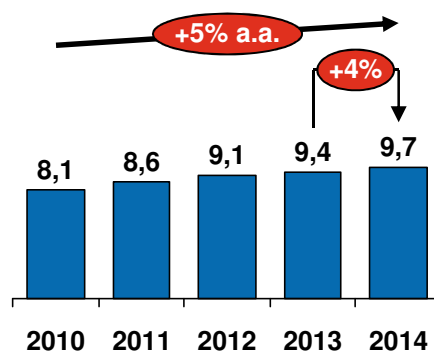
**Total de ATMs no Brasil**  
(Em milhares)



**Transações por ATMs**  
(Em milhares)



**Total de Transações em ATMs**  
(Em bilhões)



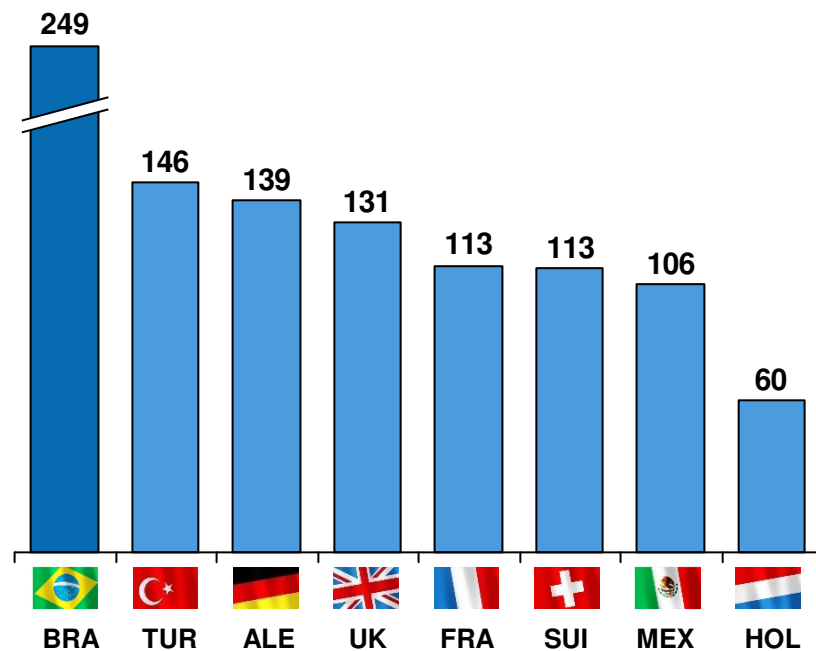
## Comentários

- Depois de alguns anos com modesto crescimento no número de ATMs no país, foi observado em **2014 uma pequena retração do total de terminais**
- **O movimento de consolidação dos ATMs** e compartilhamento de serviços pelos bancos está muito relacionado a **diretrizes de segurança e eficiência, sem perda de qualidade de serviço para o cliente bancário**
- A tendência de **maior concentração de funções por ATM** também permite uma **melhor utilização de cada terminal**
- O número absoluto de **transações cresceu em média 6% a.a. nos últimos 5 anos**, e em consequência, **o total de transações por terminal também cresceu** - mas país ainda está aquém do observado em outros países mostrando ainda grande potencial de eficiência (vide próxima página)

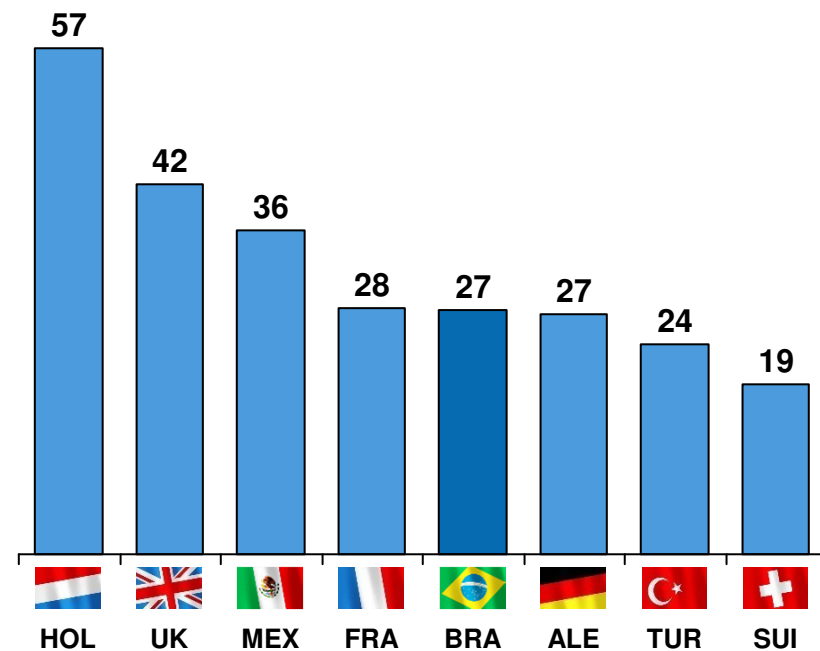
Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análise Strategy&

# O Brasil ainda possui importante espaço para melhorar em eficiência para o canal ATMs sem perda de qualidade de serviço para o cliente bancário

**Total de ATMs por 100.000 adultos bancarizados** (Em # de ATMs, 2014)



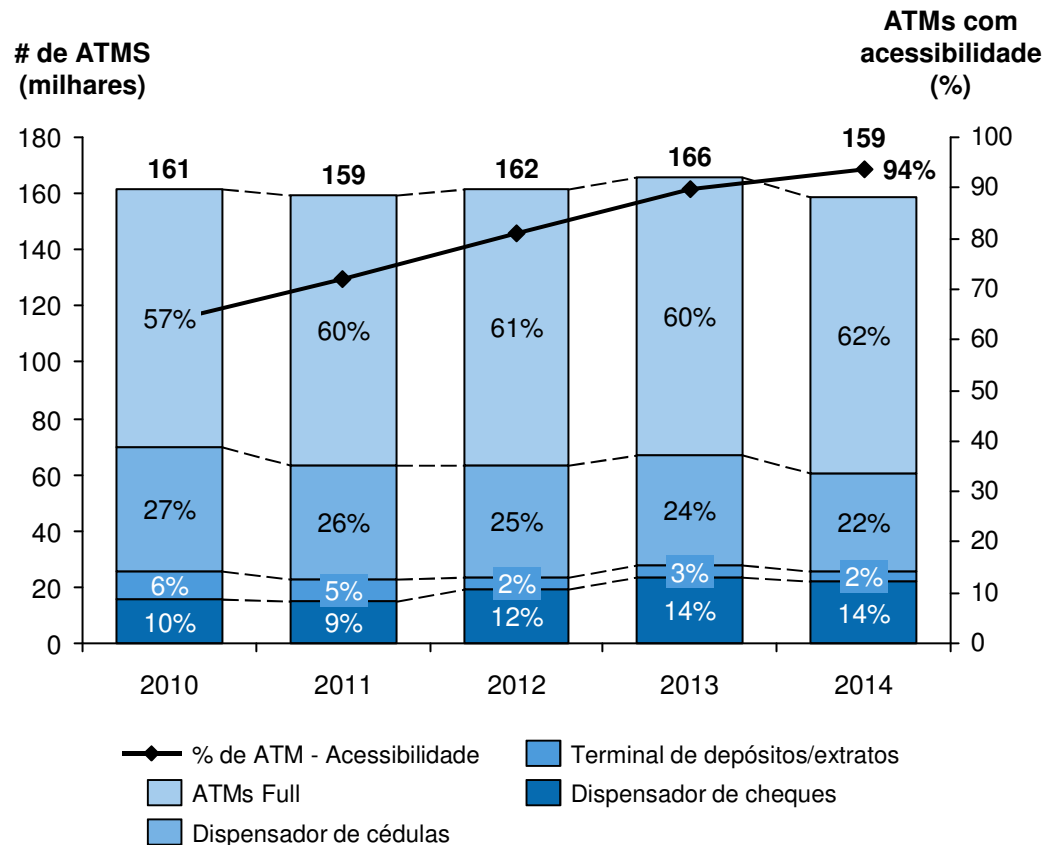
**Saques e Depósitos por Terminal ATM** (Em milhares de transações, 2014)



Fonte: World Bank; Bank for International Settlements; Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análises Strategy&

# Os bancos também continuam investindo em acessibilidade e funcionalidade nos ATMs para os clientes

Configuração da base de ATMs (Em milhares, 2009-2014)



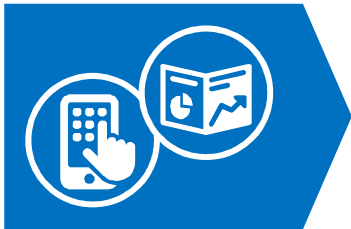
### Comentários

- O nível de **ATMs adaptados para pessoas com deficiências (PCD) aumentou para 94%** do total do parque instalado
- Além desse aumento no número absoluto, **atualmente 100% dos postos de atendimento oferecem pelo menos 1 ATM adaptado para PCD**
- Os bancos continuam **investindo em disponibilizar ATMs considerados “full”**, melhorando a experiência do consumidor, propiciando um maior número de transações através desse canal

Nota: ATMs Full são equipamentos com duas ou mais das seguintes funções: dispensador de cédula, terminal para depósito e extrato e dispensador de cheque;  
 Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análise Strategy&

# Observamos também uma evolução significativa no uso da biometria no mercado bancário brasileiro – aproximadamente 60% dos ATMs já estão equipados com a tecnologia

## Evolução da Biometria no Mercado Bancário Brasileiro



- Em 2014, atingiu-se uma marca significativa de **ATMs equipados com biometria, passando de 47% (2013) para 60% (2014)** – crescimento de mais de 20% da oferta desse serviço



- **Foram coletadas mais de 45 MM de amostras biométricas ao longo do ano**, representando um crescimento de mais de 50% em relação a 2013



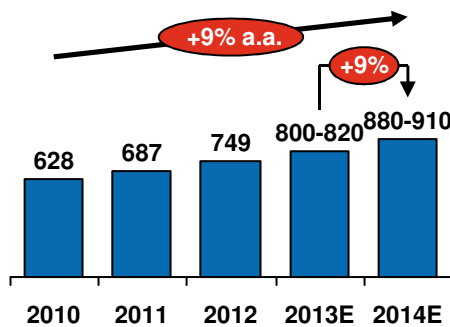
- O avanço da biometria está alinhado a **diretrizes de segurança para bancos e consumidores**

Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014; Análises Strategy&

# O aumento do número de cartões e de transações em POS indica avanço do mercado em direção a ocupar o espaço existente quando comparado a mercados maduros

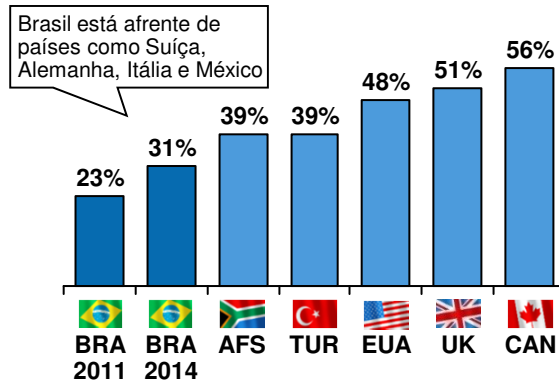
## Número de cartões<sup>(1)</sup>

(Em milhões)



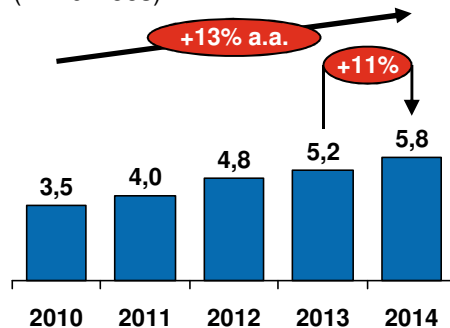
## Gastos em cartão

(% do consumo familiar – 2014)



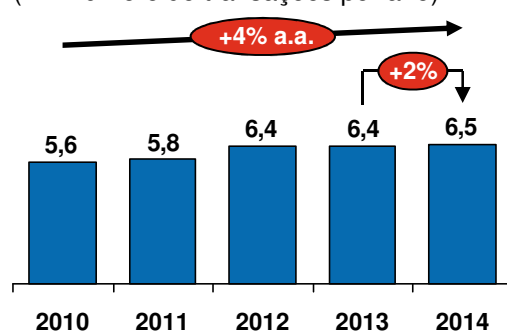
## Total de transações de POS

(Em bilhões)



## Transações em POS por cartão

(Em número de transações por ano)



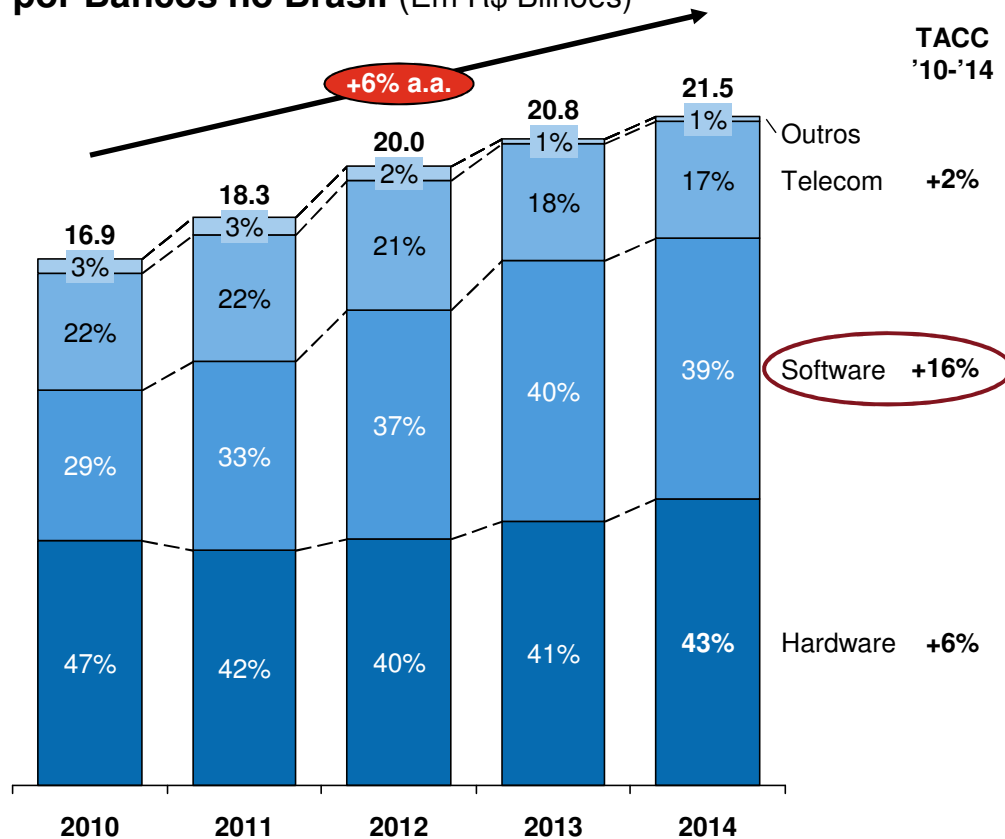
## Comentários

- O total de cartões apresenta **crescimento importante nos últimos anos (9% a.a.)** – cartões de crédito, débito e lojistas despontam como meio de pagamento altamente utilizado
- De forma geral, os gastos em cartão no Brasil estão crescendo ao longo dos últimos anos – **de 23% para 31% do total de gastos**
- No entanto, ainda **existe espaço importante a ser capturado por este canal** se considerado o uso em países desenvolvidos
- A **redução do crescimento do número médio de transações por cartão** reflete a entrada de novos consumidores nesse mercado, com **menores taxas de utilização** que consumidores já consolidados

Nota: Inclui cartões de débito, crédito e lojistas; Fonte: ABECS, Bank for International Settlements, Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014, Análise Strategy&

# Mesmo em um momento de menor crescimento econômico, as despesas e investimentos com tecnologia pelos bancos continuam aumentando

**Despesas e Investimentos em Tecnologia por Bancos no Brasil (Em R\$ Bilhões)**



Nota: "Outros" incluem despesas e investimentos, incluindo novas tecnologias que não são classificadas hardware, software ou telecom pelos bancos;  
 Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014, Análise Strategy&

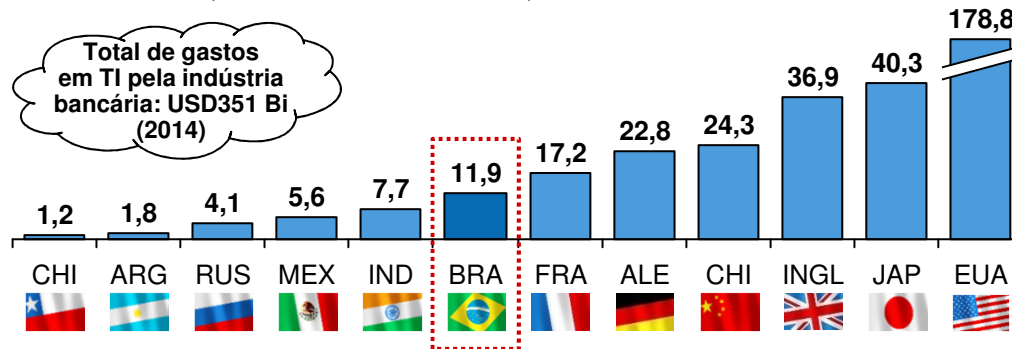
## Comentários

- Investimentos em **Software** vêm crescendo a taxas maiores, mostrando que bancos se preocupam cada vez mais com o serviço ao cliente, experiência do consumidor e eficiência
- **Despesas** de um modo geral estão se estabilizando, evidenciando a preocupação dos bancos com **medidas de eficiência** – investimentos continuam a crescer acima da taxa de inflação (11% a.a.)
- **Crescimento maior em Hardware** no último ano foi pontual em alguns Bancos em função do aumento da capacidade e modernização da **armazenagem de dados** – expurgando estes investimentos pontuais, software seria responsável por 42% do total de despesas e investimentos
- **Os novos desenvolvimentos / manutenção evolutiva representam 57% dos gastos com desenvolvimento em 2014**, seguidos pela manutenção corretiva/sustentação, com 24%; investimentos com regulamentação e legislação representam 12%
- **Desenvolvimento de aplicações com recursos internos foi o tipo de gasto que mais cresceu (47% a.a.) nos últimos 5 anos**, mostrando que os bancos estão de preocupando cada vez mais com criar capacitações e ofertas diferenciadas

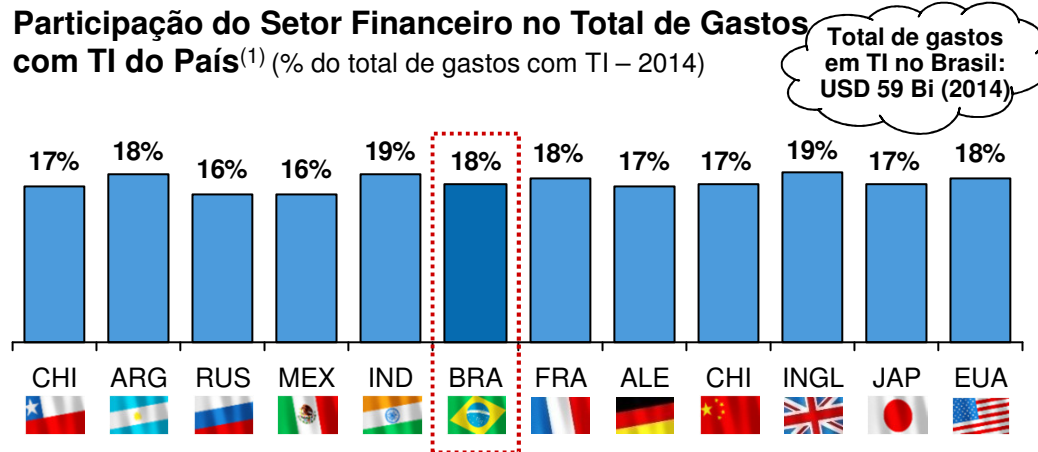


# Brasil é um dos principais participantes na indústria mundial de tecnologia para serviços financeiros – que se consolidou como o maior investidor em TI das indústrias

## Despesas e Investimentos em Tecnologia do Sistema Financeiro<sup>(1)</sup> (em bilhões de USD - 2014)



## Participação do Setor Financeiro no Total de Gastos com TI do País<sup>(1)</sup> (% do total de gastos com TI – 2014)



## Comentários

- A indústria de serviços financeiros é o **maior investidor em tecnologia** dentre as indústrias globalmente
- No Brasil, **gastos com TI das instituições financeiras representam 18%** da totalidade das indústrias do país em 2014:
  - Também é a indústria que mais investe em TI no país do total de USD 59 Bi
  - Este % de investimento também está em linha com os principais países desenvolvidos e emergentes
- Do total de USD 351 Bi gastos em TI na indústria de serviços financeiros globalmente em 2014, o Brasil representou USD 11,9 Bi (equivalente a R\$ 27,3 Bi)
- Os bancos brasileiros têm o desafio de planejar esse **investimento de forma adequada, balanceando eficiência e experiência do consumidor** por meio de uma plataforma integrada de canais e ofertas aos clientes

Nota: (1) Incluindo Bancos e Seguradoras; Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2014, Gartner, Análise Strategy&

## Principais Conclusões

- Em 2014, **transações feitas em Internet Banking representaram 41% do total**, sendo o canal mais representativo – crescimento significativo de 12% em 2014
- O canal **Mobile Banking teve um crescimento exponencial** de 127% em relação ao ano anterior e já representa **12% do número total de transações (4º canal mais representativo)**– a **penetração mais acelerada de smartphones** em todas classes sociais também ajuda o crescimento das transações por esse meio
- Como efeito dessa tendência, **quase metade das contas correntes utilizam o Internet Banking e uma em cada quatro contas utiliza o Mobile Banking** – ainda existe grande concentração de transações sem movimentação financeira nesses canais
- **Apesar de serem alavancas do aumento das transações sem movimentação financeiras, Internet e Mobile Banking também crescem em relevância nas com movimentação financeira** – já representam 47% do universo de transações com movimentação que poderiam acontecer por meio desses canais
- O **Mobile Banking possui importante espaço de crescimento no país** quando comparado a outros mercados – ao mesmo tempo, já **possui penetração superior ao comércio eletrônico** via celular
- Em 2014, as **despesas e investimentos em tecnologia pelos bancos foram de R\$ 21,5 Bi e, mesmo em um momento de menor crescimento econômico, investimentos continuam crescendo acima da taxa de inflação (11% a.a.)** – o crescimento em torno de 16% a.a. dos gastos com software representam uma preocupação com a qualidade do serviço oferecido aos clientes em plataformas digitais