



2ª Edição Índice de Maturidade  
do Open Finance no Brasil

# Estratégias vitoriosas a caminho do Open X

Lições do líder mundial sobre inovação,  
experiência e cooperação

Capgemini 

# Sumário

Sumário executivo	4
Brasil: o maior [e melhor] caso do Mundo?	6
Na corrida, as distâncias se ampliam	22
Radar Open Finance	42
Futuros Possíveis	61
O cliente Open Finance	77
Metologias de Pesquisa	113

# Executive Steering Committee 2024

Gostaríamos de expressar nossa mais profunda gratidão ao nosso Steering Committee. Sua orientação foi fundamental na definição dos rumos que nossa pesquisa tomou, trazendo clareza e insights valiosos sobre o contexto brasileiro. O comprometimento e a expertise de cada membro do comitê foram essenciais para o sucesso do nosso projeto.

Muito obrigado por sua dedicação e por iluminar nosso caminho com seu conhecimento e experiência. Este projeto não teria alcançado os mesmos resultados sem o seu apoio inestimável. Estamos ansiosos para continuar essa colaboração frutífera e avançar ainda mais no desenvolvimento do Open Finance no Brasil.

## INCUMBENTS



**Filipe Prêve**  
Superintendente  
Open Finance



**Rodrigo Ohira**  
Head  
Open Finance



**Diego Borsato**  
Executive Director  
Information  
Technology



**Leonardo Afonseca**  
Head  
Open Finance



**Paulo Felipe Morais**  
Gerente  
Open Finance



**Gustavo Tarrataca**  
Gerente  
Open Finance &  
Ciência de dados

## COOPERATIVES



**Márcio Alexandre**  
Sicoob



**Carolina Sansão**  
Diretora de  
Inovação



**Bianca Vieira**  
Inovação  
Febraban



**Marcelo Martins**  
Diretor



**Manuel Matos**  
Open Data  
Strategist

## NEO BANKS



**Luciana Kairalla**  
General Manager  
Open finance



**Luana Soratto**  
Product Head



**Jimmy Lui**  
Superintendente  
Open finance



**Albert Morales**  
General Manager



**Cassio Amaral**  
Founder

## TOP VOICES



**Rogério Melfi**  
Especialista em  
Open Finance



**Fabio Cossini**  
Business  
Development  
Manager - FSI  
Payments



**Murilo Costa**  
Channel Sales &  
Strategic Alliances  
Director, LATAM



**Marcos Trazzini**  
Manager of  
Solutions  
Consulting, LATAM



**Eduardo Brunetti**  
Especialista em  
Indústria Seguros  
at SAP

## TECH PROVIDERS

# Sumário executivo

É com muito entusiasmo que apresentamos a 2ª Edição do Open Finance Maturity Index Brasil, 2024. Após a fase de organização interna e adequação ao regulatório, agora é vital trazer o consumidor final para o Open Finance. Embora os números de consentimento no Brasil sejam elevados, a falta de percepção de valor pode diminuir a importância dessa iniciativa entre os players e a população. Essa visão impacta várias frentes, incluindo a reavaliação do regulatório, revisão da forma de apresentar o Open Finance e reconsideração da oferta de soluções. É crucial avaliar se as demandas regulatórias realmente geram valor ou se apenas desviam o foco das entregas para o cliente final. Além disso, é necessário apresentar o Open Finance como um solucionador de problemas, não apenas como um bloco de dados inerte, e focar em otimizar as soluções existentes ao invés de lançar novas.

Mesmo que os players consigam acelerar a adesão e o uso do Open Finance, há um obstáculo significativo que precisa ser trabalhado: as falhas nas jornadas de consentimentos e pagamentos, com uma taxa de conversão de apenas 43%, em abril de 2024. Os motivos das falhas podem ser muitos e diversos, e vão desde a imaturidade dos participantes e jornadas não integradas até o modelo de gestão das informações sobre o funcionamento do Ecossistema. Ao iniciarmos a jornada desse ano, esperávamos uma visão menos regulatória e mais focada no futuro, já antecipando conexões Open Data e BaaS, por exemplo. No entanto, a percepção das entrevistas é que o Open Finance avança de forma mais lenta, deixando a disrupção e transformação dos serviços financeiros para um futuro mais distante.

Atualmente, 65% das empresas entrevistadas já têm atividades de Open Finance desenvolvidas e cresce o percentual das que estão em fase de rentabilização, passando de 27% para 32%. Outros indicadores do aumento da rentabilização de temas Open incluem o aumento na comunicação interna e para o mercado, a prioridade na empresa e a existência de metas de desempenho. Quando comparado com a primeira edição, notamos uma estabilidade nos resultados obtidos, exceto para novas fontes de receita, que aumentaram de 54% para 63% em 2024. Empresas de tecnologia e Neobanks/fintechs sinalizam percepções de aumento de resultados acima da média.

Apesar dos resultados do Open Finance estarem abaixo do esperado, 53% das empresas afirmam estar investindo mais em temas Open do que no ano passado. As questões regulatórias parecem estar sob controle, com 60% das empresas conseguindo acompanhar os prazos e menos da metade dos respondentes acreditando que ainda é uma barreira. Além disso, desafios de tecnologia para lidar com dados Open, experiência do usuário (CX) e formação de equipes também estão sendo gerenciadas. Em 2024, observamos uma distribuição mais equalitária entre desenvolvimento de soluções, tecnologia, segurança da informação e gestão dos dados, apontando coerência com a rentabilização de soluções. No entanto, desafios externos permanecem, como a falta de conhecimento das pessoas e a pouca percepção de benefícios.

A maturidade do consumidor, que já era baixa, caiu para 4,70. Dois motivos principais: elevamos a régua e a confiança do consumidor caiu (fenômeno microeconômico que extrapola o Open Finance). Temos um cliente com uma maturidade abaixo da média. Esse é um dos maiores desafios para o ecossistema, hoje: sem consumidor, não há Open Finance!



Os processos de consentimento e pagamentos iniciados receberam altas avaliações de satisfação, porém a percepção dos benefícios ao aderir ao Open Finance diminuiu. A segurança dos dados continua sendo uma barreira significativa para aqueles que ainda não adotaram a plataforma.

Esse ano, trouxemos duas novidades! A visão de Futuros Possíveis, antecipando os diferentes rumos que o projeto brasileiro possa tomar e a lista de cases do país, reunindo, organizando e destacando os melhores casos do Brasil! Esperamos inspirá-los a fazer cada vez mais negócios nessa arena!

Boa Leitura!

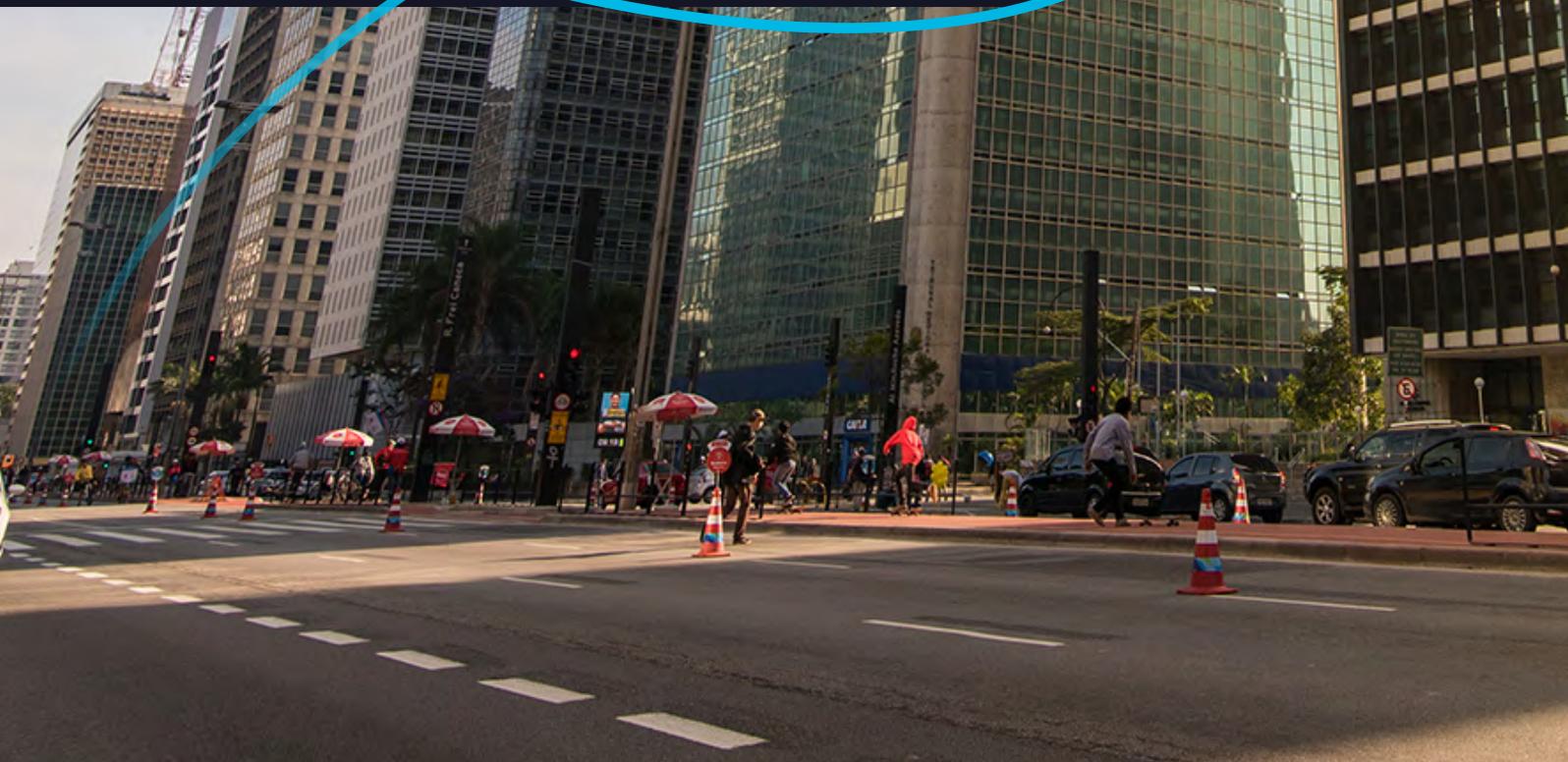
**Jamile Leão**  
Head para Open Finance  
na Capgemini Brasil

**Daniel Berman**  
Diretor da prática de Business  
Consulting da Capgemini para  
South Latam

*A pesquisa "Estratégias vitoriosas a caminho do Open X - Lições do líder mundial sobre inovação, experiência e cooperação" foi realizada com o apoio AWS, Informatica, SAP, PEGA.*



# Brasil: o maior [e melhor] caso do Mundo?



## A jornada rumo ao Open Everything

Quais fatores devem ser considerados para avaliar um Caso Open? Que país está à frente dos outros, e por quais motivos? Com o tema sendo discutido já há quase dez anos, praticamente no mundo inteiro, a que conclusão chegamos?

Com um mercado estimado em mais de US\$ 1tri<sup>1</sup>, até 2030, o Open Data é para onde caminhamos, a partir de agora. Sabemos que a mudança gradual para **dados abertos** permitirá que bancos se transformem cada vez mais em parceiros de **estilo de vida**, tornando-se mais **integrados nas jornadas dos clientes** não financeiros, permitindo-lhes **ir além**

**da oferta de produtos e serviços financeiros essenciais.**

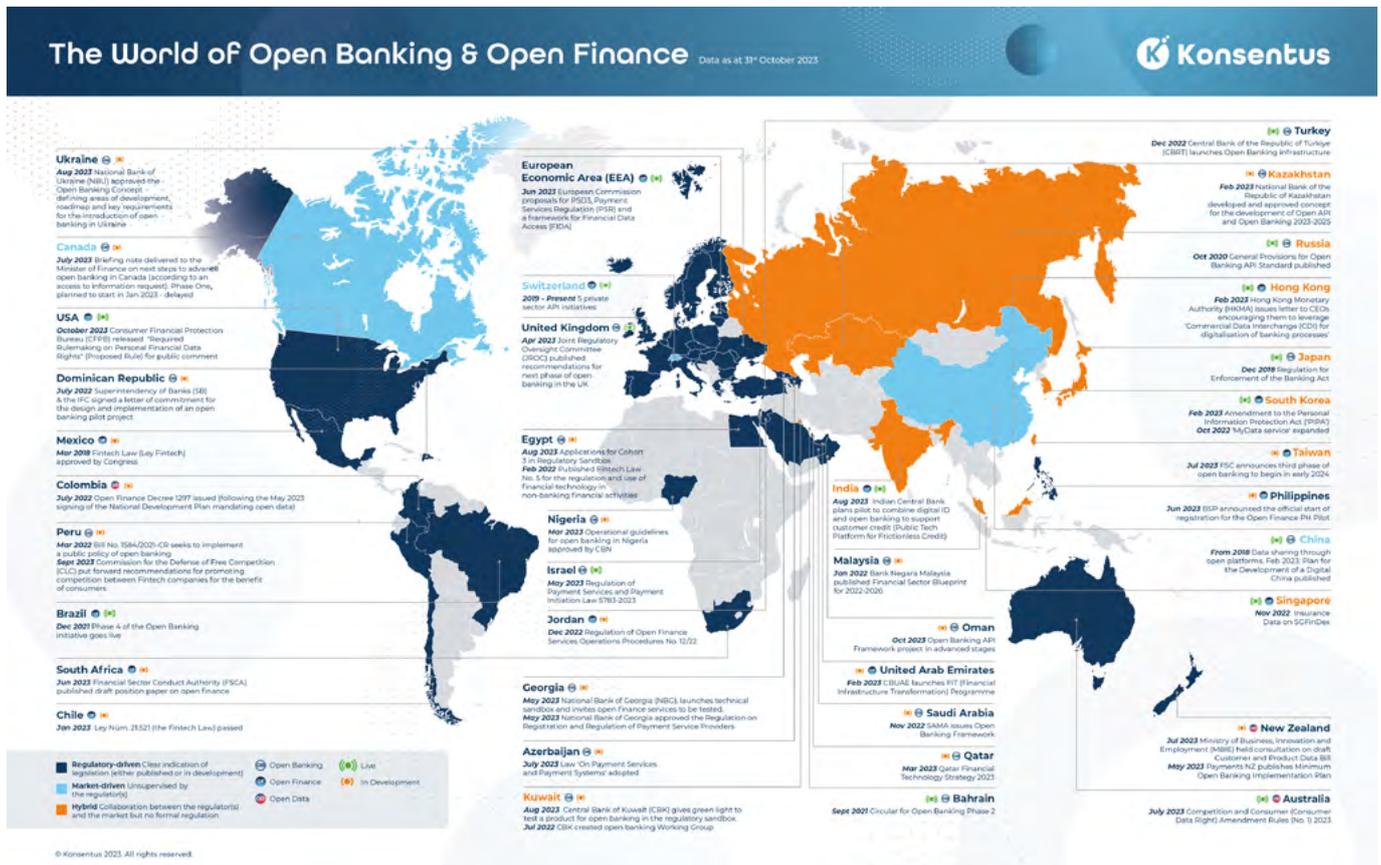
Voltamos aos conceitos que havíamos estabelecido com o **Open X<sup>2</sup>**. Para permanecerem competitivos e atrativos aos consumidores, os incumbentes devem dar prioridade à transformação do Middle e do back-end através de parcerias baseadas em dados e centradas no cliente com FinTechs (ampliando para Governos, Serviços Públicos, Varejistas, Redes Sociais e tantos outros players que fazem parte do dia a dia do Consumidor) e que, em última análise, também melhorará as experiências que criamos.



“A mudança gradual para dados abertos permitirá que os bancos se transformem cada vez mais em parceiros de estilo de vida, tornando-se mais integrados às jornadas dos clientes não financeiros, permitindo-lhes ir além da oferta de produtos e serviços financeiros essenciais.”

**Elias Ghanem**  
**Líder Global do Capgemini Research Institute**  
**para Serviços Financeiros na Capgemini**

Figura 01: Experiências Open e suas diferentes abordagens, Konsentus, 2023<sup>3</sup>.



## Comparando diferentes experiências, no mundo.

Com o mundo cada vez mais Open (obrigada, Konsentus, pelo trabalho minucioso), percebemos o crescimento e mesmo a modificação das abordagens, em todo o mundo.

O modelo brasileiro de Open Finance tem sido amplamente reconhecido como um dos mais eficazes e abrangentes no cenário global. Muitas discussões e aprendizado servindo como local de partida para os novos entrantes e o Brasil tem sido referência para novas regiões entrantes.

Na edição passada, já havíamos apontado os fatores que destacavam o caso

brasileiro, como o envolvimento de diversas indústrias, o Nível de Segurança e o Cronograma audacioso, entre outros.

Mas, surge a curiosidade... Temos como apontar o "melhor Open Everything do mundo"? Se sim, quais seriam os fatores que devíamos considerar? Pensando na abordagem das Finanças Embutidas, há 3 dimensões principais a serem consideradas: a **capacidade de interoperabilidade** (segura, eficiente e escalável) com existência de normas e infraestrutura tecnológica que garantam que a implementação seja segura, eficiente e conforme com padrões internacionais.

O **engajamento local** (adoção pelo mercado e a adesão do consumidor) que impactarão diretamente na aceitação e utilização prática dos serviços oferecidos. A **completude da iniciativa** (quanto do roadmap planejado já foi executado e a colaboração entre instituições e a participação em iniciativas globais) demonstram um compromisso com a inovação e a evolução contínua.

Há uma quarta dimensão importante que foi excluída por sua complexidade de mensuração, mas que apontará o objetivo final de um projeto como esse: o

**impacto econômico e social**, juntamente com a melhora da experiência do consumidor, asseguram que as iniciativas Open contribuam para a inclusão financeira, a competitividade no mercado e a melhora da vida do consumidor, adaptando-se às necessidades emergentes e promovendo um ambiente financeiro robusto e inclusivo.

## Indicadores de maturidade de open

Avaliamos as iniciativas globais em três dimensões

### Interoperabilidade

#### Abordagem de implantação

- Estratégia e métodos utilizados pelos reguladores e participantes do mercado para introduzir e promover as iniciativas Open.

#### Infraestrutura

- Tecnologias e sistemas subjacentes que suportam a troca segura e eficiente de dados financeiros entre os participantes.

### Engajamento

#### Escopo

- Alcance e abrangência dos serviços e dados incluídos nas iniciativas Open.

#### Adesão e Awareness

- Nível de participação dos provedores de serviços financeiros e outros players e o grau de conhecimento e aceitação pelos consumidores e empresas.

### Completude

#### Status da implantação

- Fase atual de desenvolvimento e implementação das políticas e infraestruturas Open no mercado.

## Brasil

### Início

- 2021

### Abordagem de implantação

- Regulatória

### Infraestrutura

- A infraestrutura brasileira (só para Open Finance) já custou R\$ 2bi<sup>4</sup> aos bancos nacionais, considerando o desenvolvimento dos sistemas de APIs, estabelecimento dos padrões mais arrojados de segurança do mercado, FAPI, DCR, DCM, e a manutenção de toda a estrutura de governança. O Brasil é reconhecido mundialmente por seus padrões de segurança no Open Finance. Não há nenhum registro de vazamento de dados ou Cyber ataques ao Ecossistema, até hoje.

### Escopo

- Finance 
- Seguros 
- Investimentos 
- Energia 
- Saúde 
- Governo 

### Status da implantação

- Cerca de 85% da agenda Finance inicial (mas ela já foi ampliada)<sup>5</sup> e 50% da agenda Seguros já estão entregues. Energia, Saúde, Investimentos e Governo estão em momento inicial de discussão.

### Adesão e Awareness

- 29,2mi usuários PF (17% da população bancarizada).
- 946 empresas participantes
- É obrigatório para as empresas S1 e S2, que respondem por 83% do ativo total do sistema. A reciprocidade é destaque, participantes opcionais tem o mesmo nível de exigência de exposição e técnica.

## Reino Unido

### Início

- 2018

### Abordagem de implantação

- Regulatória

### Infraestrutura

- Após o pioneirismo no open banking, o Reino Unido está focado em aperfeiçoar o open banking e avançar no open finance e open data.
- As melhorias no open banking serão guiadas por um relatório recente do jroc, que identificou falhas na implementação:
- Insuficiente confiabilidade do ecossistema, especialmente em relação ao desempenho das apis.
- Proteções adequadas contra fraude.
- O escopo limitado da regulamentação.

### Escopo

- Banking 
- Finance 
- Energia e Combustíveis 
- Imobiliário 
- Transporte 
- Telecom 
- Varejo 

### Status da implantação

- 100% da agenda banking completa. O Data Protection and Digital Information Bill (DPDI) está avançando no parlamento no parlamento e será a base para o Open Finance e Open Data.

### Adesão e Awareness

- 9 mi usuários (13% PF e 18% PJ)
- Apesar da crescente adoção, pesquisa publicada pela NTT em janeiro/2023 revelou que apenas 60% dos consumidores compreendem totalmente o Open Banking, 63% não o utilizam ou não sabem se o utilizam e 84% não confiam totalmente nele.

## Austrália

### Início

- 2019

### Abordagem de implantação

- Regulatória

### Infraestrutura

- “Slowing down to speed up” - Após a implementação bem sucedida do Open Banking, a Austrália abriu mão da expansão para outros Opens. Os reguladores interromperam a expansão do CDR para novos setores, concentrando-se em melhorar a qualidade dos dados e aprofundar a participação nos setores existentes, aprimorar a segurança contra fraudes e investir em *awareness*.

### Escopo

- Banking 
- Energia 
- Finance 
- Iniciação Pagamentos 

### Status da implantação

- 100% da agenda banking completa. O Data Protection and Digital Information Bill (DPDI) está avançando no parlamento no parlamento e será a base para o Open Finance e Open Data.

### Adesão e Awareness

- Menos de 13.500 (< 0,15% da população)
- A grande maioria dos bancos permite que seus clientes compartilhem dados, mas poucos usam essas informações.
- O CDR não atingiu totalmente suas ambições e conta com baixa adoção pelos consumidores, inovação limitada nos negócios e expansão lenta.

## Singapura

### Início

- 2016

### Abordagem de implantação

- Guiada

### Infraestrutura

- O SGFindex é uma infraestrutura pública, criada e operada pelo governo de Singapura, que usa o digital ID nacional para centralizar o processo de consentimento, armazenamento e compartilhamento de dados. A iniciativa foi executada em quatro fases diferentes: gerenciamento de recursos, investimento, aposentadoria e proteção (seguro) e foi construída sobre o Singpass, a identidade digital nacional de Singapura. Foi desenvolvida por meio de colaboração pública e privada, incluindo a Associação de Bancos de Singapura (ABS).

### Escopo

- Banking 
- Investimentos 
- Seguros 

### Status da implantação

- 100% completa.

### Adesão e Awareness

- 150mil (4,1% da população bancarizada).
- Apenas 66% dos entrevistados sabia o que era o SGFindex e, desses, apenas 35% já deram consentimento para o compartilhamento de dados e apenas 12% usam os recursos oferecidos regularmente.

## India

### Início

- 2015

### Abordagem de implantação

- Guiada

### Infraestrutura

- O "India Stack" compreende três camadas de infraestrutura e definições fundamentais: Camada de Identificação, atualmente é o maior sistema biométrico do mundo, e que identificou a população, até então não registrada. Camada de pagamentos, que alavancou a bancarização da população, que passou de 35% em 2011 para 78% em 2021. Camada de Dados, tem como objetivo criar uma estrutura segura de compartilhamento de dados baseada em consentimento, para acelerar a inclusão financeira da população.

### Escopo

- Banking 
- Investimentos 
- Seguros 
- Previdência Privada 

### Status da implantação

- 100% completa.

### Adesão e Awareness

- 69mi (3,5% da população é bancarizada).
- 150 instituições ativas, 14 Agregadores, 428 Financial Information Users.

## Estados Unidos

### Início

- 2010

### Abordagem de implantação

- Mercado

### Infraestrutura

- O FDX é um consórcio com mais de 230 membros, entre instituições financeiras, fintechs e stakeholders da indústria e definiu padrões de Open Banking e Open Finance que hoje facilitam o acesso seguro e transparente a mais de 76 milhões de registros de consumidores.
- Em outubro de 2023, o CFPB publicou uma proposta de regulamentação para o uso de dados financeiros, prevista para setembro de 2024.

### Escopo

- Banking 
- Investimentos 
- Seguros 
- Crypto 
- Concessão de Crédito 
- Impostos 
- Tesouraria 
- Folha de Pagamentos 

### Status da implantação

- 100% completa.

### Adesão e Awareness

- A grande maioria dos bancos permite que seus clientes compartilhem dados, mas poucos usam essas informações.
- 76mi (23,7% da população é bancarizada).



## O Open Finance brasileiro<sup>6</sup>

Os números oficiais mostram um cenário de evolução, mas com velocidade menor do que a observada em 2023.

Mais de

**43,85**

milhões de consentimentos ativos

Mais de

**29,2**

milhões de clientes únicos, dos quais 2,24 milhões são clientes PJ

Um total de

**946**

instituições cadastradas no diretório central da Open Finance Brasil

Aumento de

**700**

milhões de R\$ em incremento de limite de crédito para clientes

Mais de

**1,4**

bilhões de chamadas de API por semana, com taxa média de sucesso acima de 90%

Economia de

**6,4**

milhões com pagamento de juros de cheque especial





## Estrutura democrática

Um dos pontos fortes do modelo brasileiro é sua estrutura democrática, que envolve a participação de diversos agentes do mercado. Este aspecto é fundamental para garantir

que diferentes perspectivas e interesses sejam considerados, promovendo um ambiente de cooperação e inovação.

## Combinação de padronização com regulação

O modelo brasileiro combina eficazmente padronização com regulação, criando um ambiente previsível e seguro para os participantes do mercado. A padronização facilita a interoperabilidade entre diferentes sistemas e instituições, enquanto a regulação assegura que todas

as operações sejam realizadas de acordo com normas rigorosas.

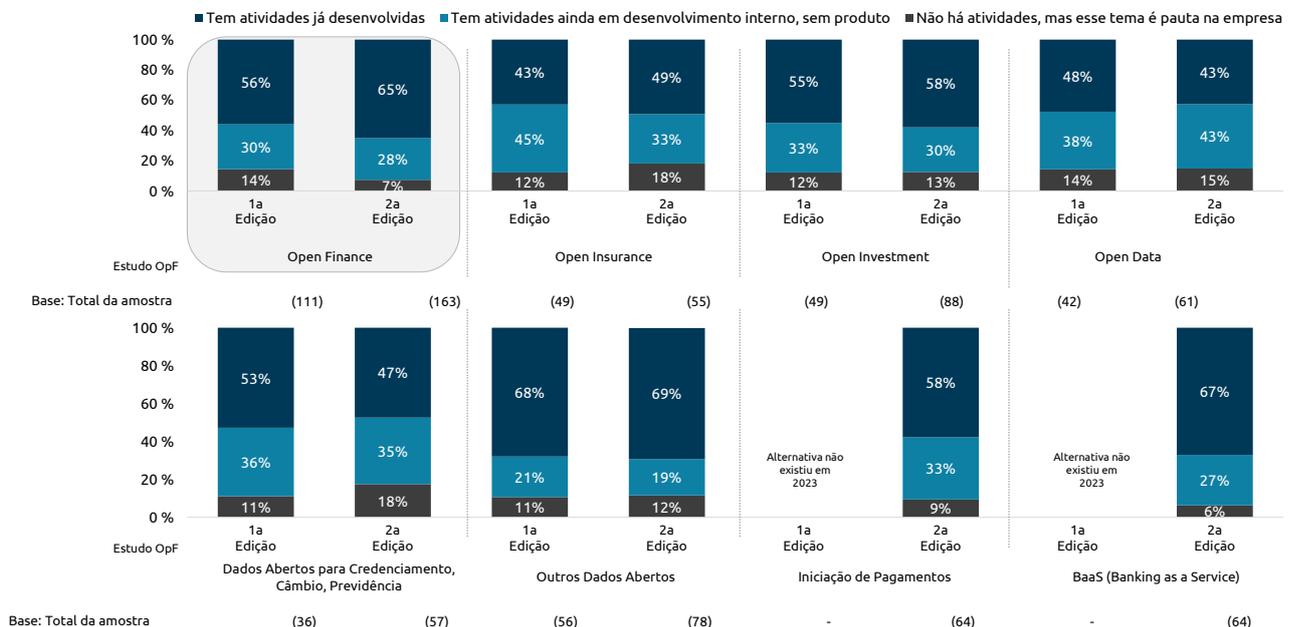
Estes fatores tornam o sistema um exemplo a ser seguido por outros países que buscam implementar regimes de Open Finance.

## Estágio dos temas open nas instituições

Aumento de 9 pontos percentuais nas atividades já desenvolvidas para Open Finance. Demais frentes mostram estabilidade. 'Outros Dados

Abertos' continua a ser o tema com maior proporção de atividades desenvolvidas.

Gráfico 01. Estágio em que a empresa se encontra em temas Open





## O Bacen e seu papel crucial no Open Finance

Nos últimos anos, o Banco Central do Brasil tem se destacado como um dos principais agentes de inovação no setor financeiro global. Com iniciativas pioneiras como o sistema de pagamentos instantâneos Pix e a implementação do Open Finance, a instituição não só modernizou a infraestrutura financeira do país, como também aumentou a inclusão financeira e a competitividade do mercado.

Em reconhecimento a esses esforços, o BC tem recebido iteradas vezes prêmios internacionais, incluindo, pela terceira vez consecutiva, o prêmio de “Banco Central do Ano”<sup>8</sup> pelo Central Banking Awards, destacando sua capacidade de liderar com inovação e eficiência, colocando-o como referência global em transformação digital no setor financeiro

O Bacen foi apontado como sendo o principal agente responsável por popularizar o Open Finance no país. Mais da metade das instituições pensam dessa forma.

Embora exista esse papel central na coordenação e supervisão do Open Finance, é importante destacar que diversos setores também estão assumindo a responsabilidade pelo avanço da iniciativa. Note no Gráfico 01 que os próprios setores se colocam como segundo responsável pelo sucesso do projeto.

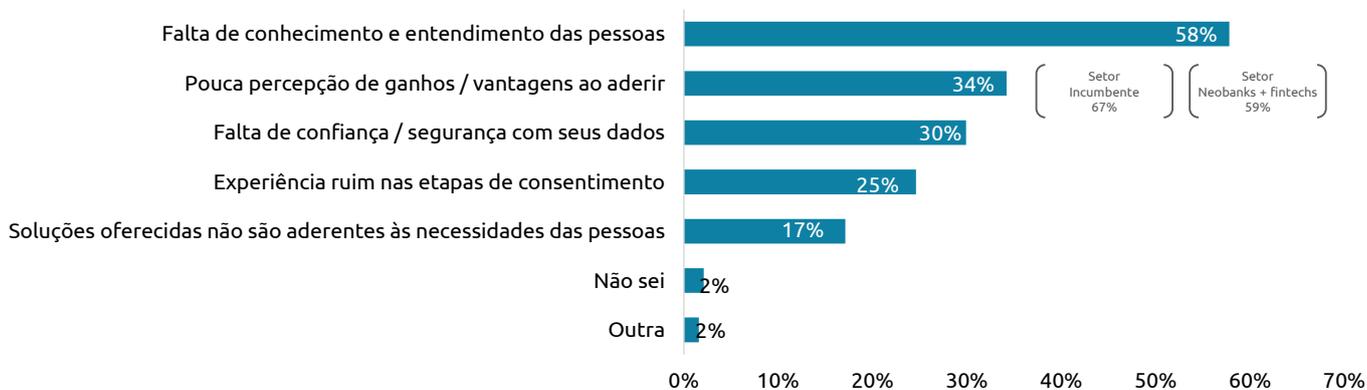
No Open Finance, o poder centralizado na União, que atua como mediador dos interesses, é outro diferencial do modelo brasileiro. Esta centralização facilita a coordenação e implementação de políticas eficazes, assegurando que os objetivos comuns sejam alcançados de maneira eficiente.

A atuação garante que o sistema seja operado com altos padrões de integridade e transparência, aumentando a confiança dos participantes no modelo.

## Motivos para adesão abaixo do esperado

A falta de conhecimento do consumidor é apontada como o maior motivo para baixa adesão, por 58% dos players do ecossistema entrevistados. Poucas percepções de ganho / vantagens são mais comuns entre os incumbentes e neobanks + fintechs.

Gráfico 02. Principais motivos para adesão ao Open Finance no Brasil ainda ser menor que o esperado



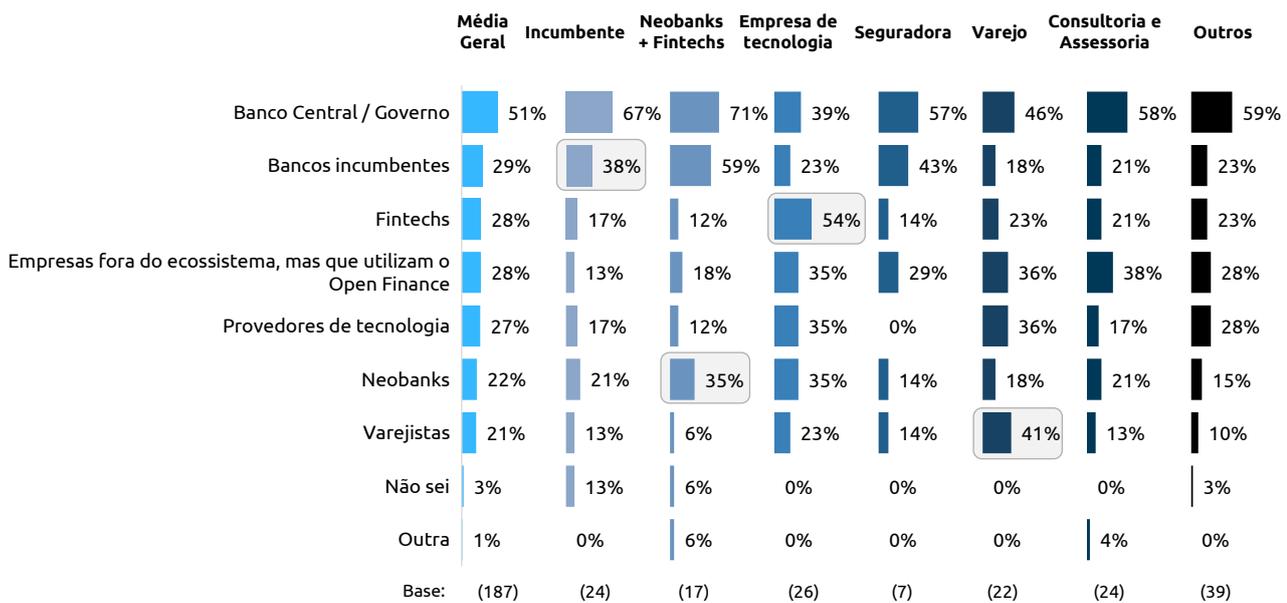
Base: (187)

22. [SE CONCORDO TOTALMENTE / PARCIALMENTE COM ADESÃO É BAIXA] Quais os principais motivos para a adesão ao Open Finance no Brasil ainda ser menor que o esperado? [RESPOSTA MÚLTIPLA] [PERGUNTA NOVA]



## Quem deve se empenhar para popularizar o Open Finance

Gráfico 03. Quais empresas deveriam se empenhar mais para popularizar o Open Finance no Brasil



23. [SE CONCORDO TOTALMENTE / PARCIALMENTE COM COM ADESAO É BAIXA] Quais empresas deveriam se empenhar mais na popularização do Open Finance no Brasil? [RESPOSTA MÚLTIPLA – MÁX. DE 3] [PERGUNTA NOVA]

Outros (Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores)

## Expectativas para o futuro do Bacen

A troca da presidência do BCB, prevista para o final do ano, é vista com cautela. Ela não deve reconfigurar o projeto, mas pode acarretar na diminuição do ritmo. No entanto, **a maioria não enxerga riscos para a continuidade do OpF:**

- O direcionamento já está dado, não depende dele
- A equipe do Bacen é vista como competente, o OpF não está pautado na figura do presidente
- É um projeto apolítico: agrada tanto a direita (maior competitividade), quanto a esquerda (maior acesso)



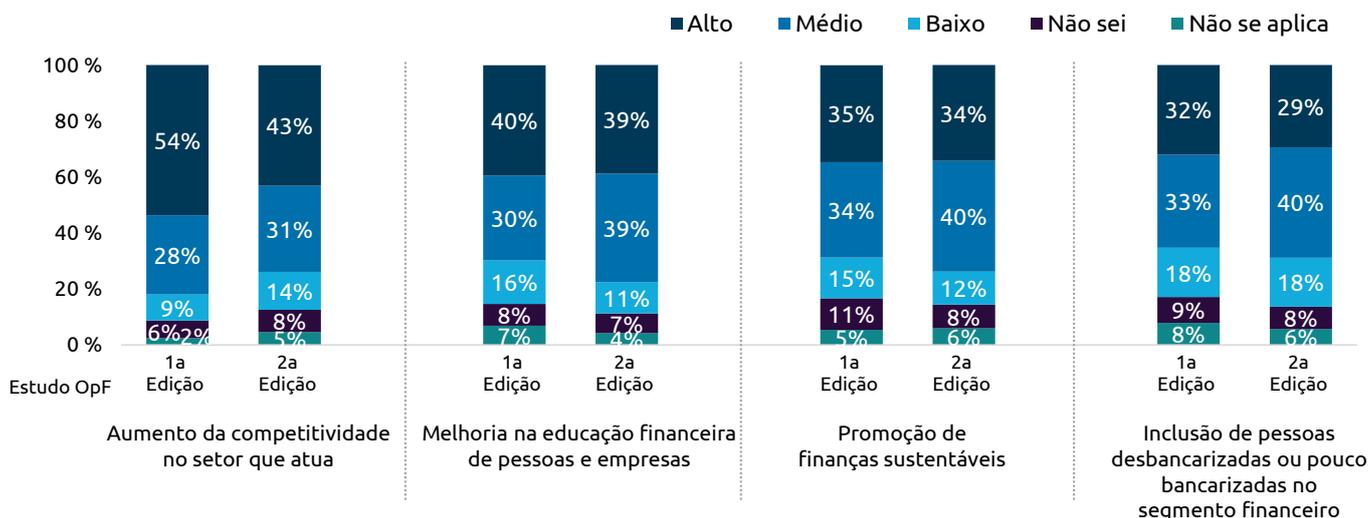
“O OpF é “caminho sem volta”, a não ser que haja uma pressão forte do mercado para dar um passo atrás, mas não acredito nisso. Os diversos players vão tirar proveito do OpF, no curto, médio e longo prazo. Traz mais benefícios para a população, promove inclusão.”

**Fábio Cossini**  
Business Development Manager - FSI Payments, AWS

## Impactos esperados quando todo potencial for atingido (metas BC#)

Poucas mudanças sobre a percepção de impactos na população quando todo potencial dos temas Open forem atingidos. O que notamos foi um certo desânimo, já que “médio impacto” cresceu em todos os temas avaliados.

Gráfico 04. Uma vez que todo o potencial do tema Open for atingido, qual será o impacto no(a)...



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

29. Uma vez que todo o potencial do \_\_\_\_\_ for atingido na sua empresa, qual será o IMPACTO em:  
[RESPOSTA ÚNICA]



“O primeiro Índice de Maturidade de Open Finance da Capgemini Brasil trouxe grande valor para os players do ecossistema no ano passado e, por isso, nossa participação na segunda edição da pesquisa reflete todo nosso compromisso e disposição para contribuir, de maneira efetiva, com o desenvolvimento deste novo modelo no país.”

**Murilo Costa**  
Channel Sales & Strategic Alliances Director, Informatica LATAM

## Segurança ainda em pauta, mas diferente

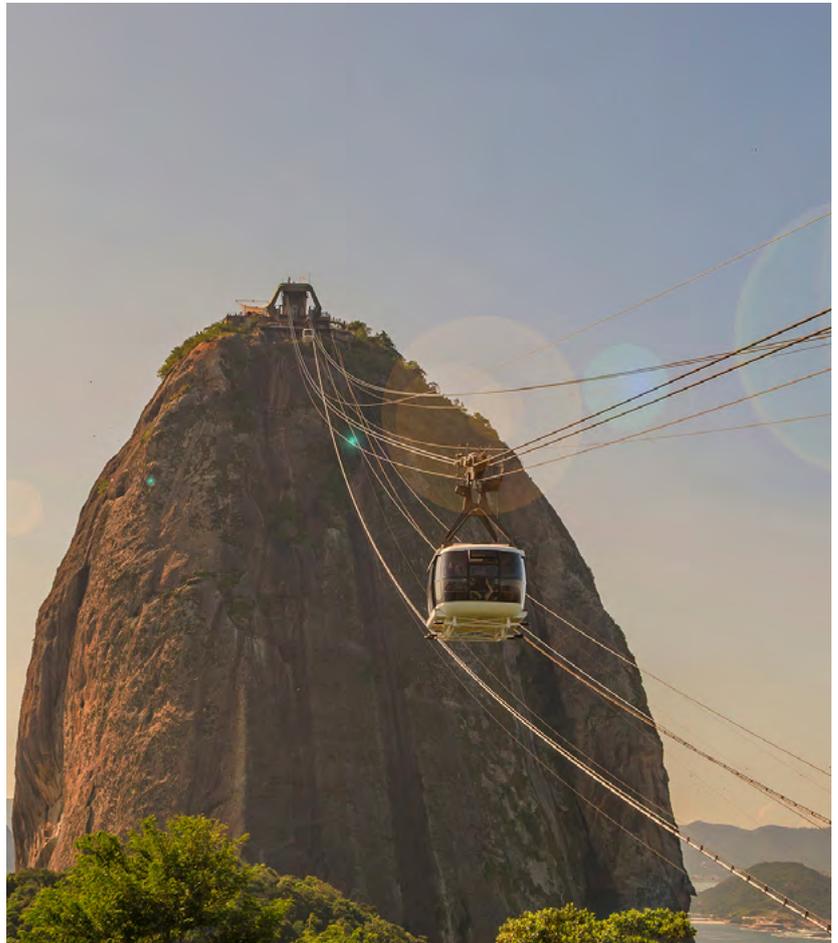
### Segurança Cibernética

A visão sobre a segurança no Open Finance é positiva, principalmente devido à estrutura robusta na qual o sistema foi fundamentado desde o início. Todos os protocolos de segurança, aliados a uma arquitetura bem projetada e as rigorosas regulamentações e fiscalizações impostas às instituições financeiras têm garantido os padrões de segurança. Este cenário é reforçado pela ausência de vazamentos de dados nos últimos três anos, evidenciando a eficácia das medidas de segurança implementadas.

### Segurança do Cliente e Uso dos Dados

Com relação à segurança comportamental, há alguma preocupação. Embora ainda não tenham sido observados comportamentos que possam indicar riscos significativos, é importante reconhecer que o aumento no número de consentimentos pode atrair maior interesse de fraudadores.

Portanto, a **comunicação sobre segurança deve focar em assegurar os consumidores sobre a proteção de seus dados**. Ao destacar os benefícios tangíveis do Open Finance, semelhante ao que foi feito com o Pix, é possível fomentar a adesão mesmo que o sistema não seja infalível. Garantir que os consumidores percebam valor no Open Finance é crucial, pois a percepção de segurança e os benefícios oferecidos podem incentivar a adoção, mesmo diante de potenciais riscos.



“Toda vez que me perguntam, é seguro? Eu falo: mais do que ontem, menos que amanhã.”

**Manuel Matos**  
Open Data Strategist, Câmara Brasileira de Economia Digital/  
FENACOR

## Segurança em dois vieses

A visão sobre a segurança no sistema difere da segurança comportamental



### Cibernética

estrutura em que o OpF está baseado

- Todo o investimento em segurança está refletindo na confiança dos players
- Visão muito positiva por parte da sua estrutura: bem feita desde o início, alavancou a segurança das instituições financeiras, regulada e fiscalizada.
- Não há informações de vazamentos, em três anos.



### Segurança do cliente

uso dos dados

- Ainda não é possível observar comportamentos que podem levar a riscos.
- Quanto maior o número de consentimentos, maior o interesse dos fraudadores.
- Percepção de que nesse processo de aproximação com consumidor final é importante falar sobre segurança com o viés de assegurar (ao invés de ensinar).

## Quebras e tratamento de erros

### Evolução da Tecnologia

A tecnologia relacionada ao Open Finance tem mostrado um progresso significativo, especialmente no que diz respeito às interfaces de programação de aplicações (APIs), principalmente no que tange ao “core” das informações trocadas, como dados cadastrais e transacionais.

### Processos em desenvolvimento

Contudo, o tratamento de problemas e erros de comunicação entre os sistemas, por exemplo, é realizado de forma manual, o que pode resultar em atrasos e ineficiências. Além disso, não há uma escala de gravidade bem definida para os problemas encontrados, o que dificulta a priorização e

resolução eficaz dos mesmos. Para melhorar essa situação, é necessário investir mais em monitoramento contínuo, realizar pré-testes rigorosos e desenvolver ambientes testáveis que possam simular cenários reais antes da implementação.

Os participantes mais antigos do ecossistema são apontados como mais maduros no tratamento de falhas, pois tendem a ter processos mais maduros e eficientes em comparação aos novos entrantes. Além disso, a falta de bons fornecedores de tecnologia tem sido identificada como o “calcanhar de Aquiles” do Open Finance. Essa escassez de fornecedores qualificados limita a capacidade das instituições de inovar e adaptar-se rapidamente às exigências do mercado.



“Em uma jornada mobile, onde o cliente precisa ser redirecionado do app da instituição receptora para o app da instituição transmissora, se ele não possuir os dois apps instalados no celular, ele terá uma jornada frustrada sem que haja um problema de API em qualquer das instituições envolvidas”

**Carolina Sansão**  
Diretora de Inovação; Febraban

## A agenda regulatória nunca vai acabar!

As atividades regulatórias são notoriamente demandantes, exigindo um alto nível de dedicação e recursos por parte das equipes internas. A conformidade com regulamentações complexas e em constante mudança requer um conhecimento especializado e desenvolvimento contínuo, o que pode sobrecarregar

os recursos internos e desviar a atenção de outras áreas estratégicas do negócio.

A crescente complexidade e a exigência de conformidade nas atividades regulatórias têm levado muitas organizações a considerar a terceirização dessas funções.



“É algo contínuo e diário. Os novos entrantes enfrentam dificuldade de se adequar e quem já está precisa se manter adequado, pois é constante a entrada de novas funcionalidades.”

**Marcelo Martins**  
Diretor ABFintechs e CEO Iniciador





**Na corrida,  
as distâncias  
se ampliam**

## Um abismo começa a se desenhar

Como esperado, a maturidade das empresas envolvidas no Ecosistema de Open Finance brasileiro aumentou. Isso se dá por um fator primordial: finalmente **as empresas envolvidas no ecossistema do Open Finance apontaram que estão em fase de rentabilização das soluções**. Cresceu a quantidade de empresas com soluções Open Finance já desenvolvidas (de 56% para 65% em 2024) e em fase de rentabilização (de 27% para 32%).

Isso eleva o índice de maturidade (quando comparado com 2023), além de notarmos que há mais investimento, mais comunicação e mais presença de metas nas empresas.

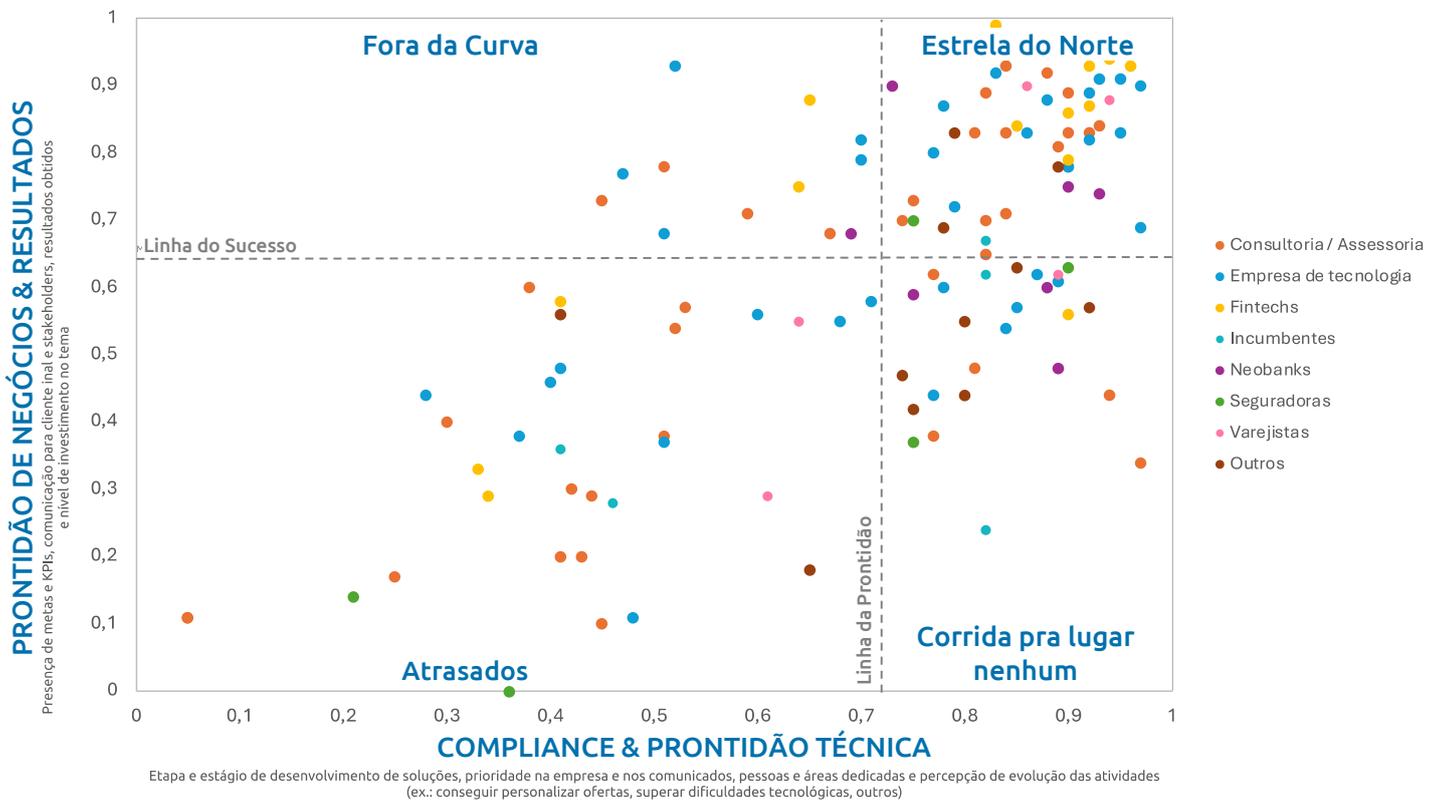
Talvez, por conta do direcionamento de rentabilizar soluções, vemos as empresas mais preocupadas com desconhecimento (36%) e pouca percepção de vantagens (34%). Bacen é visto como o principal agente para popularizar o OpF.

Avaliamos o desempenho das instituições participantes do Ecosistema nas dimensões **compliance &**

**prontidão técnica e resultados de negócios** oriundos dos diferentes setores envolvidos no Open Finance. A análise é baseada em 286 respostas de empresas de consultoria/assessoria, empresas de tecnologia, fintechs, incumbentes, neobanks, seguradoras, varejistas e outros.

A maturidade distanciou os players do ecossistema. Note-se que ela não está circunscrita a um setor específico, independente da carga regulatória que esse player possa ter. Como já havíamos apontado no relatório passado, a abordagem Open X, sistêmica e com foco na experiência e escala a partir da criação de parcerias acaba influenciando o quanto esses players estão extraindo valor do Ecosistema.

Gráfico 05. Jornada de negócios open



Base Total PJ (286 respostas, incluindo outros\*)

\* Outros = educação, cooperativa de crédito, hospital, empresas públicas

## Análise das quadrantes

### As Estrela do Norte

As empresas situadas nesse quadrante são as mais bem-sucedidas, combinando **alta prontidão técnica a excelentes resultados de negócios**. Elas são o benchmark a ser seguido, para o Ecossistema, mostrando que uma sólida base técnica aliada a uma boa execução de negócios leva ao sucesso, no contexto Open Finance.

Recomendação: manter e fortalecer as capacidades técnicas e de execução, além de explorar novas oportunidades de inovação para continuar liderando o mercado.

### Fora da Curva

As empresas neste quadrante apresentam **resultados de negócios acima da média, apesar de terem uma prontidão técnica relativamente baixa**. Isso pode indicar que essas empresas têm estratégias de negócio eficazes e uma forte capacidade de execução, independentemente das limitações técnicas.

Recomendação: essas empresas devem focar em melhorar sua prontidão técnica para potencializar ainda mais seus resultados de negócios.

## Corrida pra Lugar Nenhum

Para as empresas situadas nesse quadrante, a alta prontidão técnica não está se traduzindo em resultados de negócios. Isso pode indicar falhas na estratégia de implementação ou na necessidade de adaptação das soluções técnicas às necessidades do mercado.

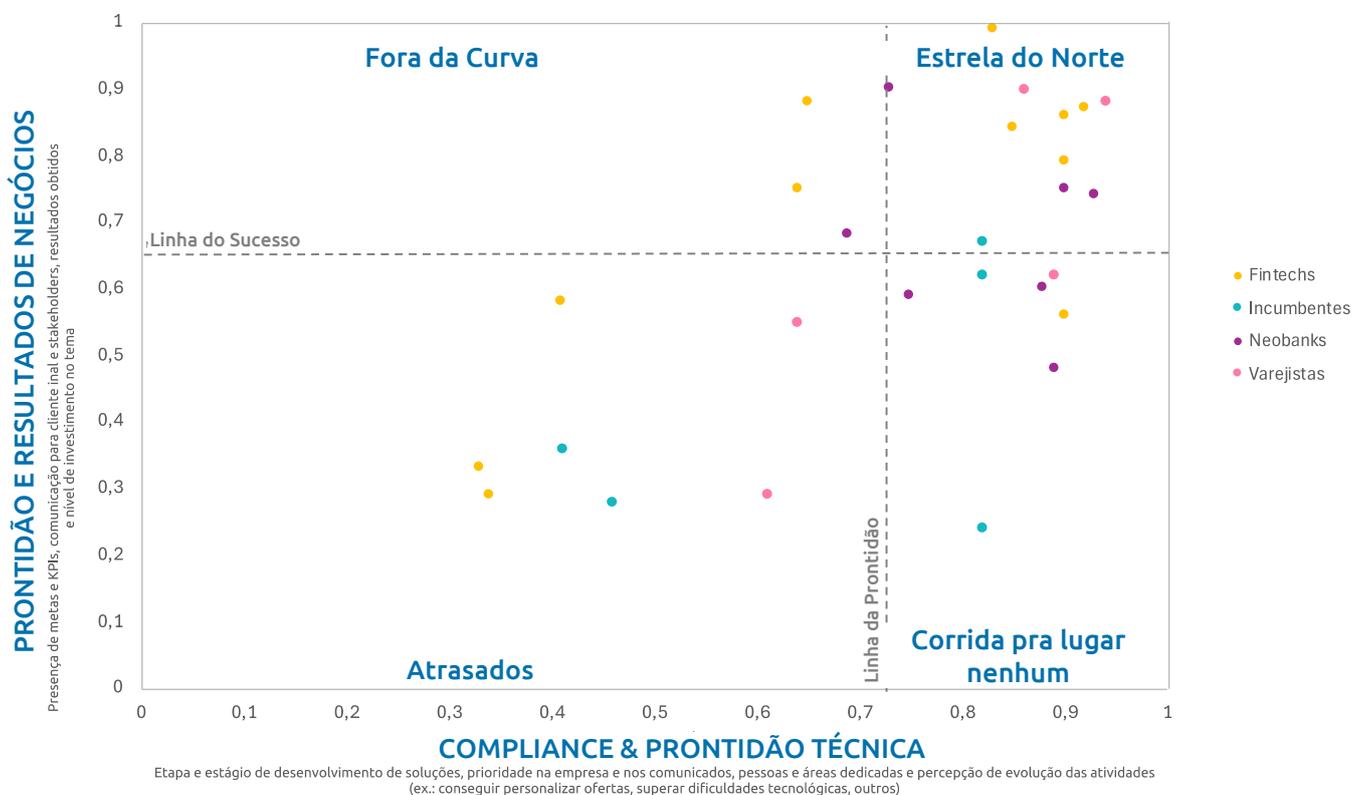
Recomendação: revisar estratégias de mercado e alinhar melhor as capacidades técnicas com as demandas dos clientes para converter prontidão técnica em resultados concretos.

## Atrasados

Empresas neste quadrante têm baixa prontidão técnica e resultados de negócios insatisfatórios. Isso sugere que estão atrasadas, tanto na adoção de tecnologias quanto na geração de negócios no Open Finance.

Recomendação: é necessário um investimento significativo em tecnologia e treinamento, bem como a revisão de estratégias de negócios para melhorar tanto a prontidão quanto os resultados.

## Gráfico 06. Jornada de negócios Open | Destaque para regulados



Base Total PJ (96 respostas, segmentos principais\*)

\* Principais = Fintechs, Incumbentes, Neobanks e Varejistas

## Índice de maturidade players Open Finance | GERAL

O índice de 2024 foi evoluído, conforme prometemos na primeira edição, acompanhando a maturidade do Ecossistema. Esse ano, incluímos Gestão de Performance, Nível de Investimentos e etapa de

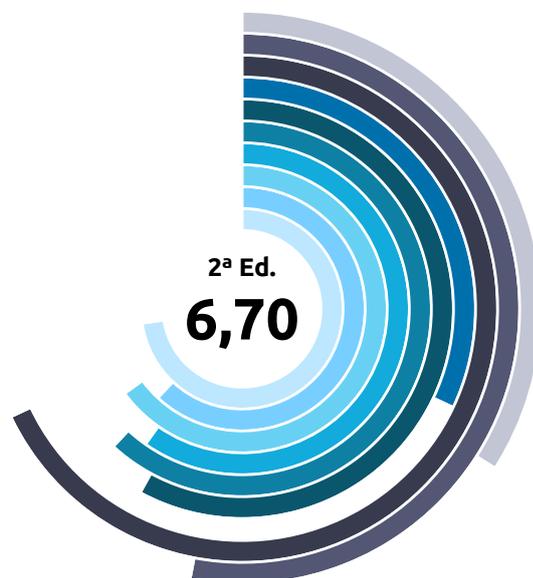
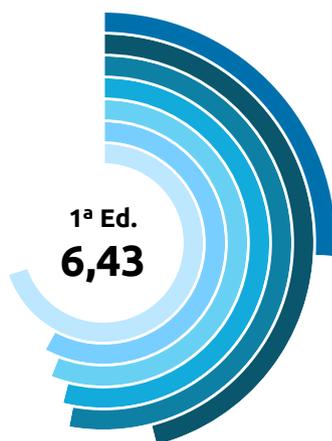
entrega de soluções. Mesmo se tivéssemos mantido a medida anterior, a evolução seria bem tímida, de apenas 10%, sobre o resultado do ano anterior.

Índice de Maturidade da 1ª Edição do estudo Open Finance considerando os 07 atributos e pesos definidos pelo Comitê em 2023.

Índice de Maturidade da 2ª Edição do estudo Open Finance considerando 10 atributos e pesos definidos pelo Comitê em 2024.

	1ª Ed.	2ª Ed.
Área ou pessoas dedicadas	70%	73%
Resultados obtidos	58%	62%
Estágio das atividades	56%	65%
Prioridade na empresa	54%	60%
Metas de desempenho	53%	62%
Comunicação para clientes e stakeholders	46%	58%
Etapas de desenvolvimento	26%	32%
Visão de evolução no tema	*	68%
Investimentos no tema	*	53%
Possui e acompanha KPIs em diferentes áreas	*	34%

\* Atributos inseridos na pesquisa de 2024



Se mantivéssemos os mesmos 07 atributos e pesos de 2023, o índice em 2024 seria de **6,95**

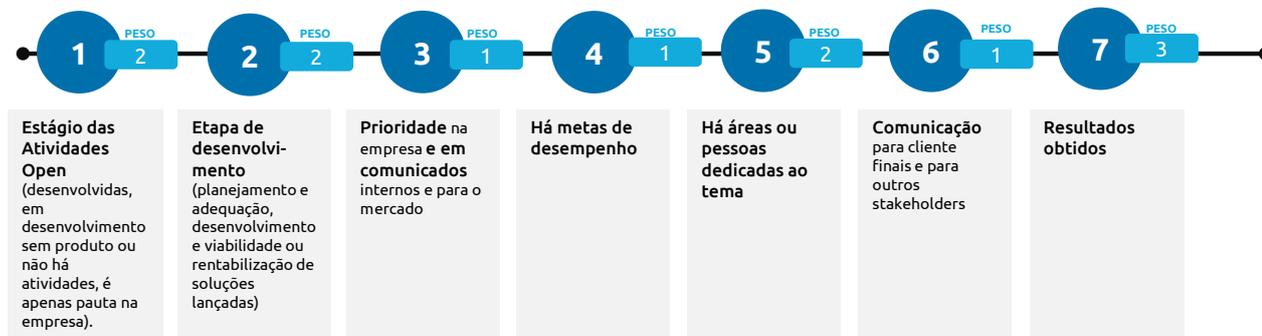
dado um leve aumento na rentabilização das soluções, na prioridade na empresa e nos comunicados, na presença de metas e na comunicação para clientes finais e stakeholders.

### Principais motivos para o aumento do Índice 2024:

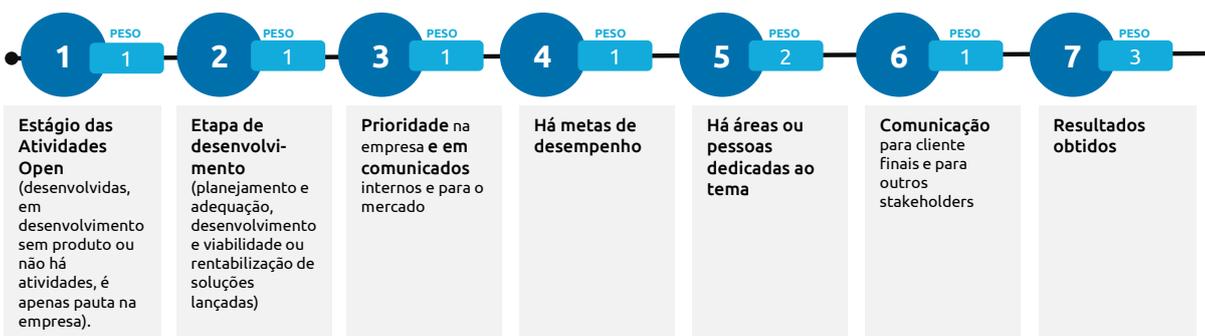
- Leve aumento na rentabilização das soluções, prioridades, metas e comunicação
- Maioria que está investindo em OpF mais do que em 2023
- Evolução no Open Finance com índices de concordância altos em diversos quesitos (personalização de ofertas, evolução do times e maior cumprimento de prazos)
- A presença de KPIs em diversas áreas ainda é baixa e refletiu negativamente no índice.

## Construção do índice de maturidade 2ª edição

### Perguntas utilizadas para compor o índice de 2023 (205 entrevistas)



### Perguntas utilizadas para compor o índice de 2024 (286 entrevistas)



Idem 2023



“Ficamos felizes por participar de mais uma edição da pesquisa sobre maturidade de Open Finance no país junto com a Capgemini Brasil porque estamos seguros de que esse material contém as melhores e mais atualizadas informações sobre Open Finance que visam acelerar o desenvolvimento do ecossistema. A AWS continua a atuar e acompanhar de perto a jornada de desenvolvimento de Open Finance, já que esse ecossistema reforça o relevante papel da nuvem para a arquitetura e ganho de agilidade nos novos modelos de negócios que estão surgindo.”

**Fabio Cossini**  
Business Development Manager – FSI Payments, AWS Brasil

## Índice de maturidade players Open Finance | POR SETOR

Os perfis mais maduros no contexto do Open Finance em 2024 são aqueles que combinam envolvimento direto e especializado com o tema, capacidade de inovação e adaptação rápida, e robustez financeira para sustentar investimentos significativos. Empresas que operam nessas condições estão bem posicionadas para liderar a transformação digital no setor financeiro, aproveitando ao máximo as oportunidades apresentadas pelo Open Finance.

### Neobanks, Fintechs e Empresas de Tecnologia

Esses grupos estão na vanguarda da transformação digital no Open Finance. Estimamos que, tanto seu **perfil mais jovem** (ausência de legado) e com **foco em tecnologia** desse players, bem como a **participação opcional no Open Finance**, permitindo um movimento no momento mais conveniente para a companhia, tenham influenciado o desempenho.

### Cooperativas de Crédito (embutidas no grupo outros)

Cooperativas de crédito estão olhando para o Open Finance como uma oportunidade de atrair seus associados, em busca da principalidade, melhorar seus serviços e ampliar a inclusão financeira de seus membros. Essas instituições, que já possuem uma forte conexão com as comunidades locais, estão usando os dados compartilhados para oferecer **produtos financeiros mais personalizados e competitivos e melhorar a experiência de seus associados**. A transparência e a confiança, características intrínsecas das cooperativas de crédito, são

reforçadas pelo Open Finance, permitindo-lhes atrair e reter membros com mais eficácia. A **implementação de soluções tecnológicas avançadas ajudará** as cooperativas a competir com bancos tradicionais e fintechs, promovendo uma maior democratização dos serviços financeiros.

### Incumbentes

Os bancos tradicionais também apresentam um perfil de maturidade significativa no Open Finance. Tendo sido os primeiros entrantes do Ecossistema, por força regulatória, tiveram mais tempo para entender a melhor abordagem de operação. Embora enfrentem **desafios relacionados a sistemas legados**, essas organizações **possuem recursos financeiros substanciais** e experiência de mercado que lhes permitem investir em tecnologia de ponta e na transformação digital. A capacidade de integrar novas tecnologias com sistemas existentes, aliada à confiança consolidada de seus clientes, coloca os incumbentes em uma posição forte para capitalizar as oportunidades do Open Finance.

### Varejistas

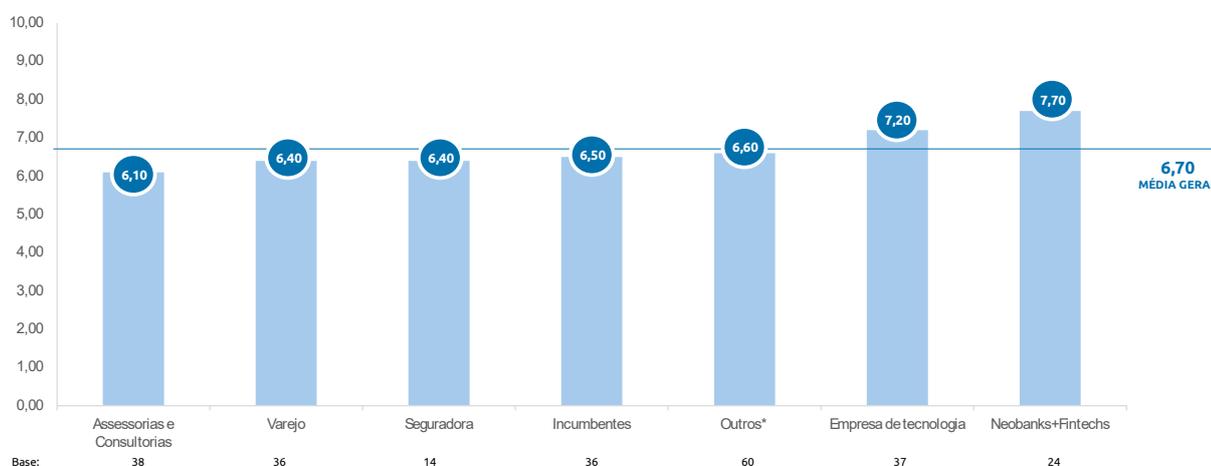
No setor de varejo, as empresas que adotaram o Open Finance demonstram uma maturidade crescente ao integrar soluções financeiras a ofertas de produtos e serviços. Elas aplicam os dados para prover personalização e melhorar a experiência do cliente, além de oferecer soluções de pagamento e crédito mais eficientes. Não **estando obrigadas pelos reguladores à reciprocidade de ceder dados de consumo**, essas empresas se beneficiam ao alavancar dados financeiros para oferecer um valor adicional aos clientes.

## Seguradoras e Open Insurance

Seguradoras são os caçulas do Ecossistema. Ainda estão iniciando a interoperabilidade, quando

estiverem conectadas ao Open Finance, poderão acessar informações que lhes permitirão uma avaliação de risco mais precisa e o desenvolvimento de produtos personalizados.

## Gráfico 07. Índice de maturidade empresas do ecossistema Open - 2ª edição do estudo



(\*) Outros: Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores

## O Índice de Maturidade | Players Open Finance

### A evolução do Índice

O índice de maturidade do Open Finance foi desenvolvido com base em uma série de perguntas que avaliam diferentes aspectos da prontidão e desempenho das empresas. Para o índice de 2023, com 205 entrevistas, foram considerados sete critérios principais, cada um com um peso específico: estágio das atividades Open, etapa de desenvolvimento, prioridade na empresa e em comunicados, metas de desempenho, áreas ou pessoas dedicadas ao tema, comunicação com stakeholders e resultados obtidos.

Na 2ª edição do índice, medida em 2024 e com base em 286 entrevistas, a metodologia foi expandida para incluir dez critérios. Além dos critérios anteriores, foram adicionados

a evolução do Open Finance, investimento no Open Finance e o acompanhamento de KPIs específicos. Cada critério foi ponderado de acordo com sua importância relativa, permitindo uma avaliação mais abrangente e detalhada. Essa abordagem permite identificar áreas de força e oportunidades de melhoria, oferecendo uma visão completa da maturidade das empresas na adoção e implementação de soluções Open Finance.

### Resultados da 2ª Edição (2024)

Na segunda edição do estudo, realizada em 2024, o índice de maturidade aumentou para 6,70, considerando agora dez atributos. O aumento no índice pode ser atribuído a uma **leve melhora na rentabilização**

das soluções, maior prioridade nas empresas e melhoria na comunicação interna e externa.

Além disso, houve uma evolução significativa no Open Finance, com altos índices de concordância em diversos quesitos como personalização de ofertas, evolução dos times e maior cumprimento de prazos. Apesar dessas melhorias, a presença de KPIs ainda é baixa em diversas áreas, o que impactou negativamente o índice final. Se os mesmos sete atributos de 2023 fossem considerados,

o índice para 2024 teria sido de 6,95, refletindo um progresso consistente.

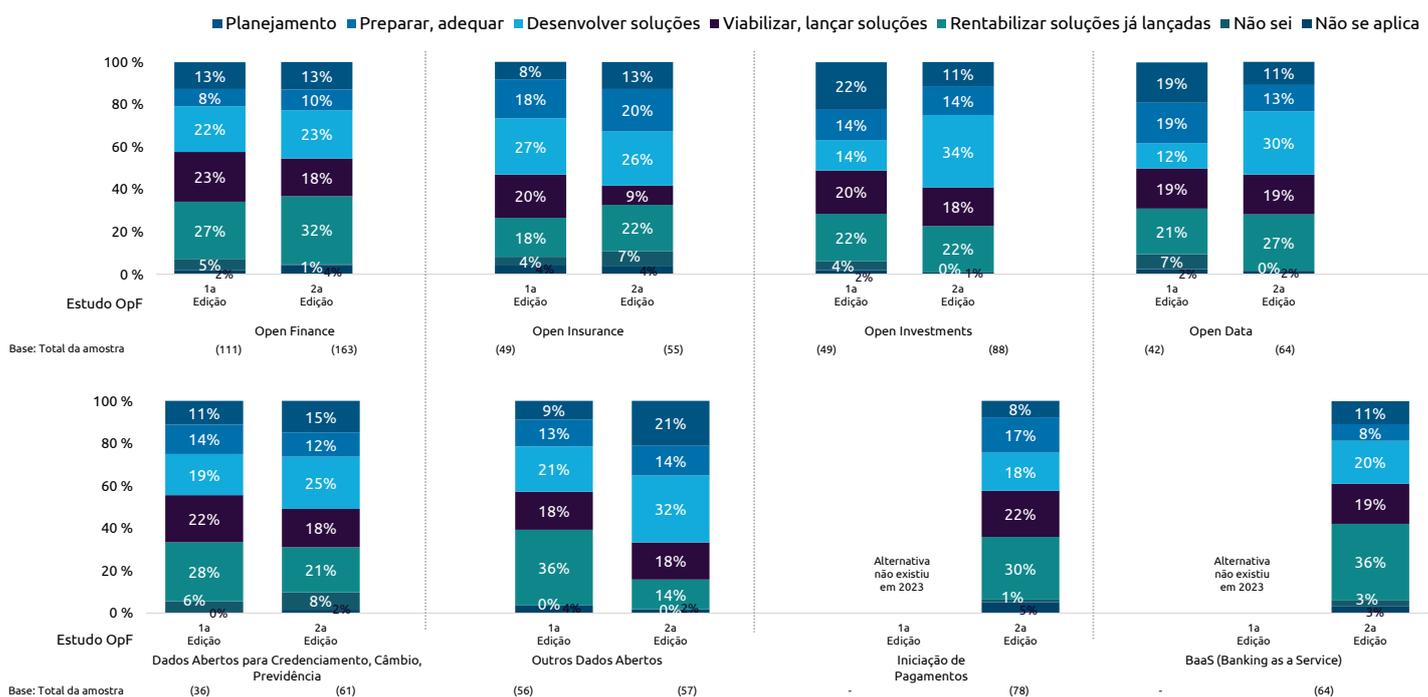
Os resultados indicam um avanço contínuo na maturidade do Open Finance entre 2023 e 2024, com melhorias na rentabilização, prioridades e comunicação, embora ainda existam desafios a serem superados, especialmente na implementação e monitoramento de KPIs. Esses avanços demonstram o compromisso das empresas em aprimorar suas capacidades e adaptar-se às exigências do Open Finance, consolidando uma base mais robusta para o futuro.

## Etapa de desenvolvimento em que os temas Open se encontram

É possível notar um aumento de atividades sendo rentabilizadas em Open Finance e Open Data (onde também vemos aumento

no desenvolvimento de soluções). “Outros Dados Abertos” mostra um crescimento acentuado em desenvolvimento de soluções.

Gráfico 08. Etapa de desenvolvimento em que a empresa está nos temas Open



9. Atualmente, em qual ETAPA entende que a sua empresa está quando falamos de \_\_\_\_: [RESPOSTA ÚNICA]

## Estratégia em constante evolução

Esperávamos encontrar as empresas em momento de revisão estratégica, após três anos de operação. No entanto, nos deparamos com uma estratégia em constante movimento, para a maioria deles, sempre com foco no entendimento cliente e tradução para aplicação prática e serviços contextualizados na vida dos consumidores. Percebemos uma jornada dividida em três momentos distintos, refletindo o amadurecimento do ecossistema de Open Finance:

### 1. Compreensão Inicial e Exposição Regulamentar

No primeiro momento, o foco das empresas estava na compreensão do conceito e dos processos relacionados ao Open Finance, impulsionados por uma intensa exposição ao regulatório.

As questões mais relevantes eram: **Como fazer?** Definição de estratégias e abordagem para a implementação. **Com qual velocidade?** Determinação do ritmo de adoção e integração das novas práticas. **É factível?** Avaliação da viabilidade técnica e operacional do projeto. **Quanto vai custar?** Análise dos custos envolvidos na implementação. **Como montar os times?** Estruturação das equipes necessárias para suportar a transição.

### 2. Estabilidade e Maturidade

Em seguida, vemos uma fase de estabilidade e maturidade do ecossistema de Open Finance. A maioria das empresas encontra-se atualmente nesta etapa, caracterizada por: **Conhecimento sobre como lidar com o regulatório** Maior familiaridade e conformidade com as exigências regulatórias. **Estabilidade nos times envolvidos.** Equipes mais coesas e experientes, capazes de gerenciar as operações de Open Finance de maneira eficaz. **Cadência de cumprir prazos e entregar as fases:** Melhor gestão de projetos e capacidade de cumprir prazos estabelecidos.

### 3. Aceleração e Participação da Frente de Negócios

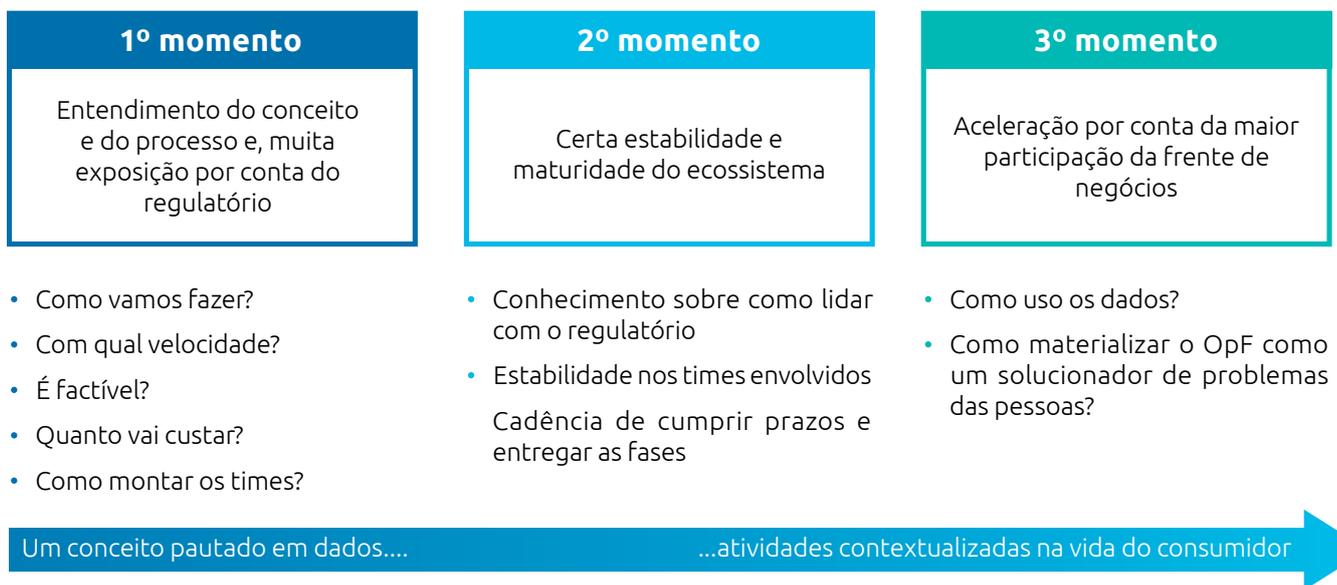
O terceiro momento, que algumas empresas começam a atingir, é marcado pela aceleração, devido à maior participação da frente de negócios. Questões críticas nessa fase incluem: **Como usar os dados?** Maximização do uso dos dados obtidos através do Open Finance para criar valor. **Como materializar o OpF como um solucionador de problemas das pessoas?** Transformação do Open Finance numa ferramenta que resolva problemas reais dos consumidores, promovendo sua aceitação e adoção.



## A estratégia das empresas envolvidas mudou nesses três anos de existência do Open Finance?

A estratégia passa de um conceito pautado em dados para uma visão de atividades contextualizadas na vida dos consumidores.

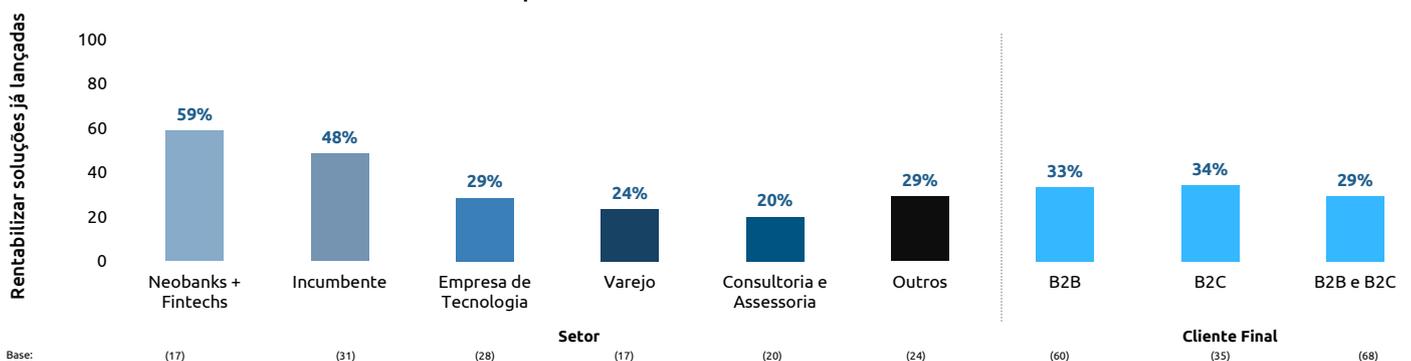
📍 Maioria está aqui



## Setores já rentabilizando o Open Finance

Independentemente do tipo de cliente final, Neobanks e Fintechs são as que mais estão rentabilizando soluções de Open Finance.

### Gráfico 09. Quem está rentabilizando no Open Finance



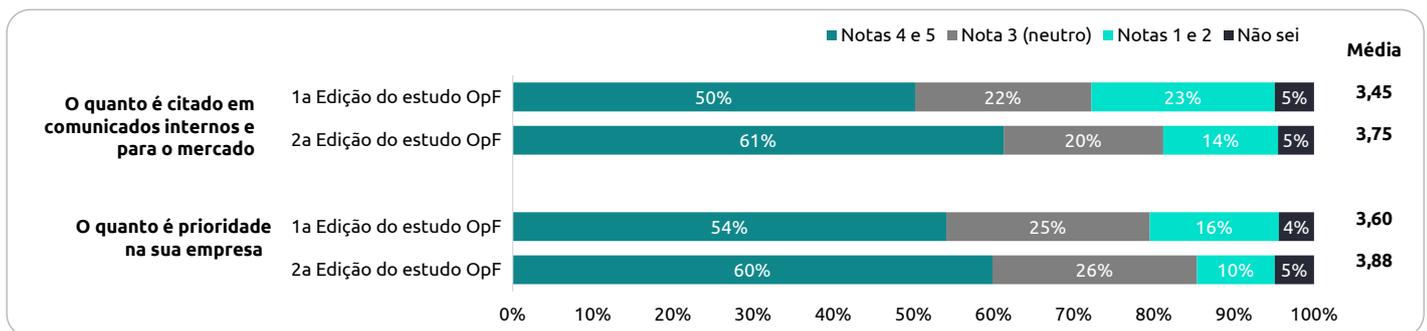
9. Atualmente, em qual ETAPA entende que a sua empresa está quando falamos de OPEN FINANCE. [RESPOSTA ÚNICA]  
Outros (Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores)

## Comunicação é fundamental

Em 2024, observamos um aumento significativo na prioridade dada aos temas Open, dentro das empresas. O número de comunicados internos e para o mercado mencionando esses temas aumentou 11 pontos percentuais, passando de 50% para 61%. Além disso, a prioridade do tema dentro da empresa subiu 6 pontos percentuais,

de 54% para 60%. Essa comunicação será essencial, tanto internamente, gerando conexão com as diferentes áreas de negócio que serão responsáveis pela criação de cases, como para garantir a percepção de valor, por parte do cliente.

Gráfico 10. De 1 a 5, qual a prioridade e quantidade de citações em comunicados internos e para o mercado?



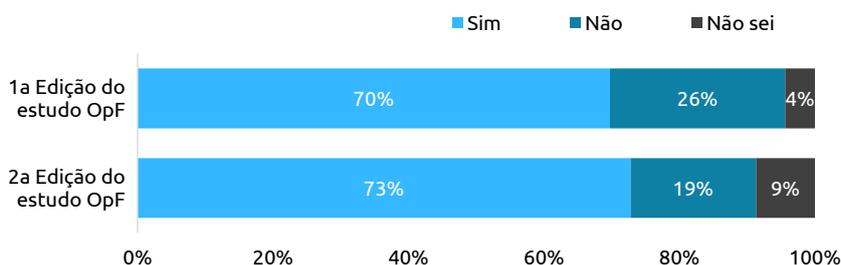
Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)  
10. Em uma escala de 1 a 5, em que 1 é nada e 5 é muito: [RESPOSTA ÚNICA]

## Áreas ou pessoas dedicadas a temas Open

Houve um ligeiro aumento no número de empresas que possuem áreas específicas ou pessoas dedicadas aos temas Open. Esse percentual subiu de

70% para 73% em 2024, indicando uma maior institucionalização e foco nessas áreas.

Gráfico 11. Há uma área específica ou pessoas dedicadas a iniciativas Open?



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)  
12. Há uma área específica ou pessoas dedicadas a \_\_\_\_\_ na sua empresa? [RESPOSTA ÚNICA]

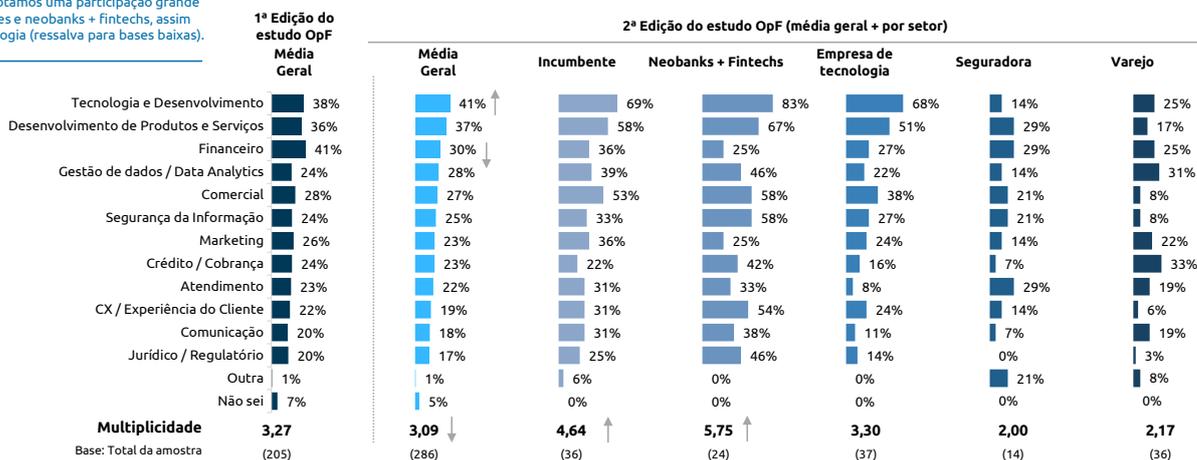
### Áreas em que existem frentes Open

Ao analisar as médias gerais das edições de 2023 e 2024, notamos um leve aumento no envolvimento das áreas de tecnologia e desenvolvimento, enquanto a participação da área financeira diminuiu.

Apesar de uma queda no índice de multiplicidade de frentes envolvidas, de 3,27 em 2023 para 3,09 em 2024, a participação continua significativa entre incumbentes, neobanks, fintechs e empresas de tecnologia, apesar das bases menores, atingindo 5,75 nos Neobanks.

Gráfico 12. Áreas em que já existem frentes ou projetos Open

Analisando os índices de multiplicidade de 2023 (3,27 frentes envolvidas) com 2024 (3,09), notamos uma queda. Mas, ao compararmos os setores, notamos uma participação grande de áreas entre incumbentes e neobanks + fintechs, assim como as empresas de tecnologia (ressalva para bases baixas).



14. Em quais áreas já existem frentes ou projetos de \_\_\_\_\_ na sua empresa? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

### Comunicação para o cliente final e outros stakeholders

A comunicação de temas Open para o cliente final e outros stakeholders também apresentou um aumento expressivo. Vimos um crescimento de 12 pontos percentuais na comunicação com o cliente final, passando

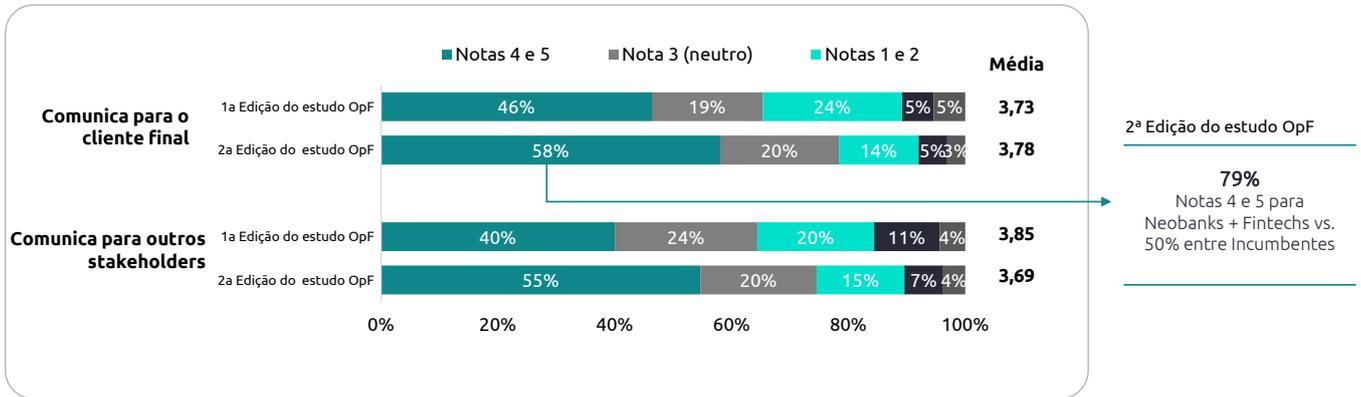
de 46% para 58%, e um aumento de 15 pontos percentuais para outros stakeholders, de 40% para 55%. Esse movimento está alinhado com a crescente rentabilização das soluções Open.

### Novamente, destaque para Neobanks e Fintechs

A comunicação e tema central, sendo apontada por 79% dos Neobanks e Fintechs como altamente importantes, contra 50% dos incumbentes. Isso reflete uma

percepção mais positiva sobre a atuação e eficácia dessas novas instituições no contexto dos temas Open.

## Gráfico 13. De 1 a 5, o quanto temas Open são comunicados?



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

13. Em uma escala de 1 a 5, em que 1 é nada e 5 é muito, você diria que a sua empresa: [RESPOSTA ÚNICA]

## Resultados começam a chegar

### Como estão os resultados do Open Finance?

A maioria das empresas relata que os resultados obtidos até agora estão alinhados ao esperado, apontando uma boa compreensão e planejamento com relação às capacidades e limitações do Open Finance.

Algumas destacam que os resultados do Open Finance superaram as expectativas. Essas empresas geralmente são aquelas que conseguiram integrar de maneira eficaz as novas tecnologias e práticas de Open Finance em suas operações, inovando em suas ofertas de produtos e serviços. Elas têm se beneficiado de uma maior personalização de serviços, melhor gestão de risco e aumento da satisfação do cliente.

Neobanks + fintechs mostram maior concordância sobre mudanças na estratégia, conseguem personalizar acima da média e têm melhor desempenho em formar equipes. Visão de adesão abaixo do esperado é comum a todos os setores.

Por outro lado, incumbentes são os que mais concordam que os

resultados estão abaixo do esperado e sentem dificuldade para personalizar ofertas. Diversos fatores podem contribuir para essa situação:

**Desafios Técnicos:** A integração de novas tecnologias e sistemas de Open Finance pode ser complexa e demorada. Problemas técnicos e falhas na interoperabilidade entre sistemas legados e novos podem atrasar os benefícios esperados.

**Falta de Capacitação:** A ausência de treinamento adequado e a falta de profissionais qualificados para gerenciar e operar as novas soluções de Open Finance podem limitar o sucesso dessas iniciativas.

**Expectativas Irrealistas:** Algumas empresas podem ter tido expectativas excessivamente altas em relação ao impacto imediato do Open Finance.

**Resistência à Mudança:** A resistência interna à mudança é outro fator que pode impedir que as empresas alcancem os resultados desejados. A adoção de novas práticas e tecnologias pode enfrentar oposição de funcionários e gestores acostumados com os métodos tradicionais.



## Como estão os resultados com essas soluções de Open Finance?

Na linha d'água

Alguns um pouco acima

Alguns um pouco abaixo



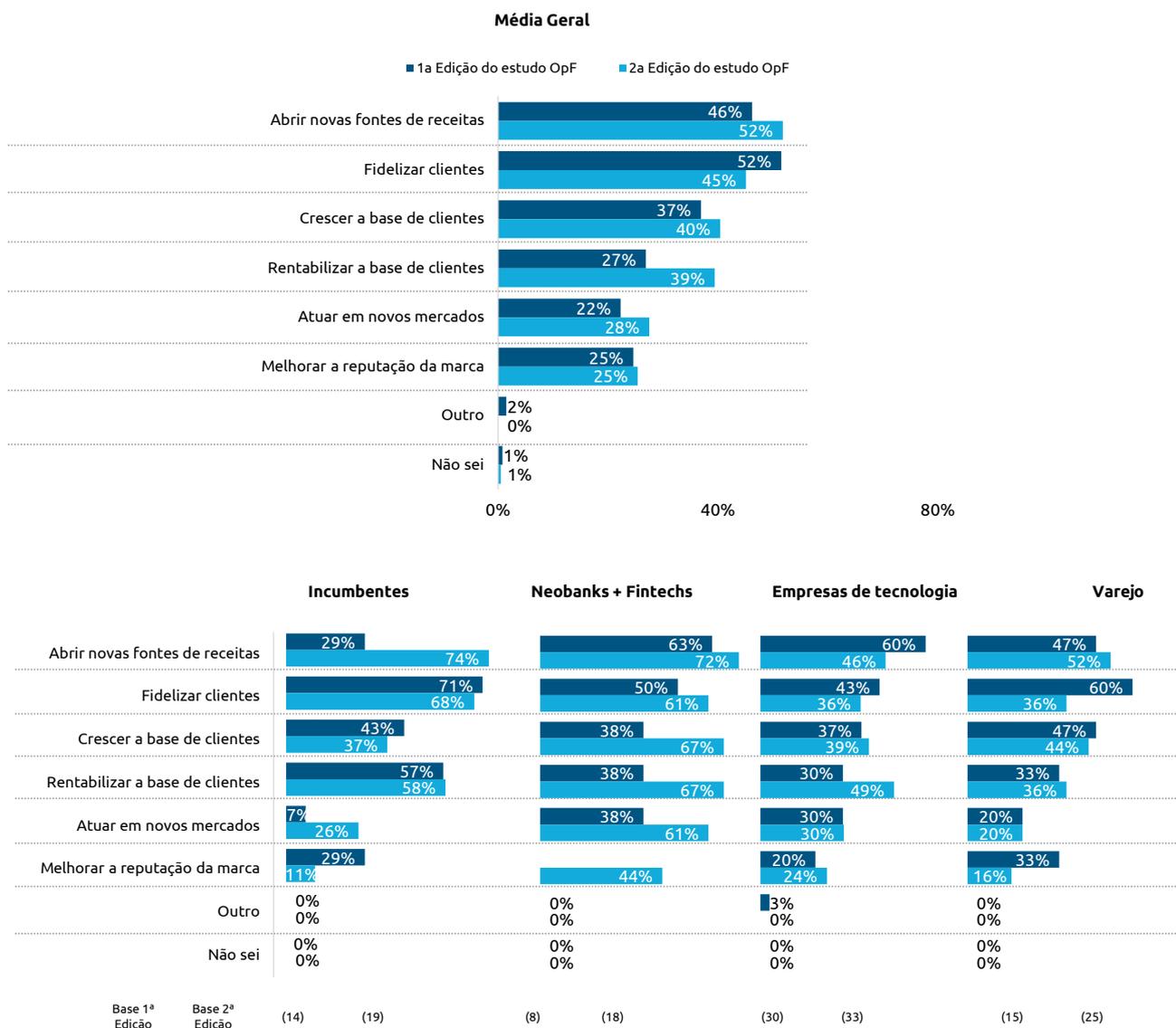
“O Open Finance é uma maratona, onde é possível ver um grande pelotão concentrado no meio, com alguns players se destacando à frente e outros ficando para trás - mas ainda nada definitivo. Seja por capacidade tecnológica ou domínio no uso de dados, algumas empresas já estão conseguindo criar momentos ‘uau’ para seus clientes de forma consistente. Soluções verdadeiramente focadas no benefício do cliente, sem necessariamente buscar ganhos financeiros de curto prazo, não são tão comuns e podem indicar quais players estão se preparando para a maratona e quais ainda a encaram como uma prova de curta distância.”

**Gabriel Pereira**  
Fundador, Let's Open

Destaca-se o crescimento de **novas fontes de receita**, com um aumento de 9 pontos percentuais na concordância em 2024, passando de 46% para 52%, em consonância com a maior rentabilização das soluções. Resultados obtidos por setor. As empresas de tecnologia lideram

as médias de concordância sobre os resultados obtidos em 2024, seguidas por neobanks + fintechs. Os incumbentes, no entanto, permanecem abaixo da média geral, refletindo um certo pessimismo quanto aos resultados alcançados.

## Gráfico 14. [Para os que concordaram que o tema Open está ajudando a atingir os objetivos] quais são os objetivos?



Base: 1ª edição (130) | 2ª Edição (193)

17. [SE CONCORDO PARCIALMENTE OU TOTALMENTE EM ATINGIR OS OBJETIVOS DA EMPRESA] Você concordou que o(a) \_\_\_\_\_ está ajudando a sua empresa a atingir seus objetivos. Quais são eles? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

## Como as frentes estão ajudando a atingir os objetivos

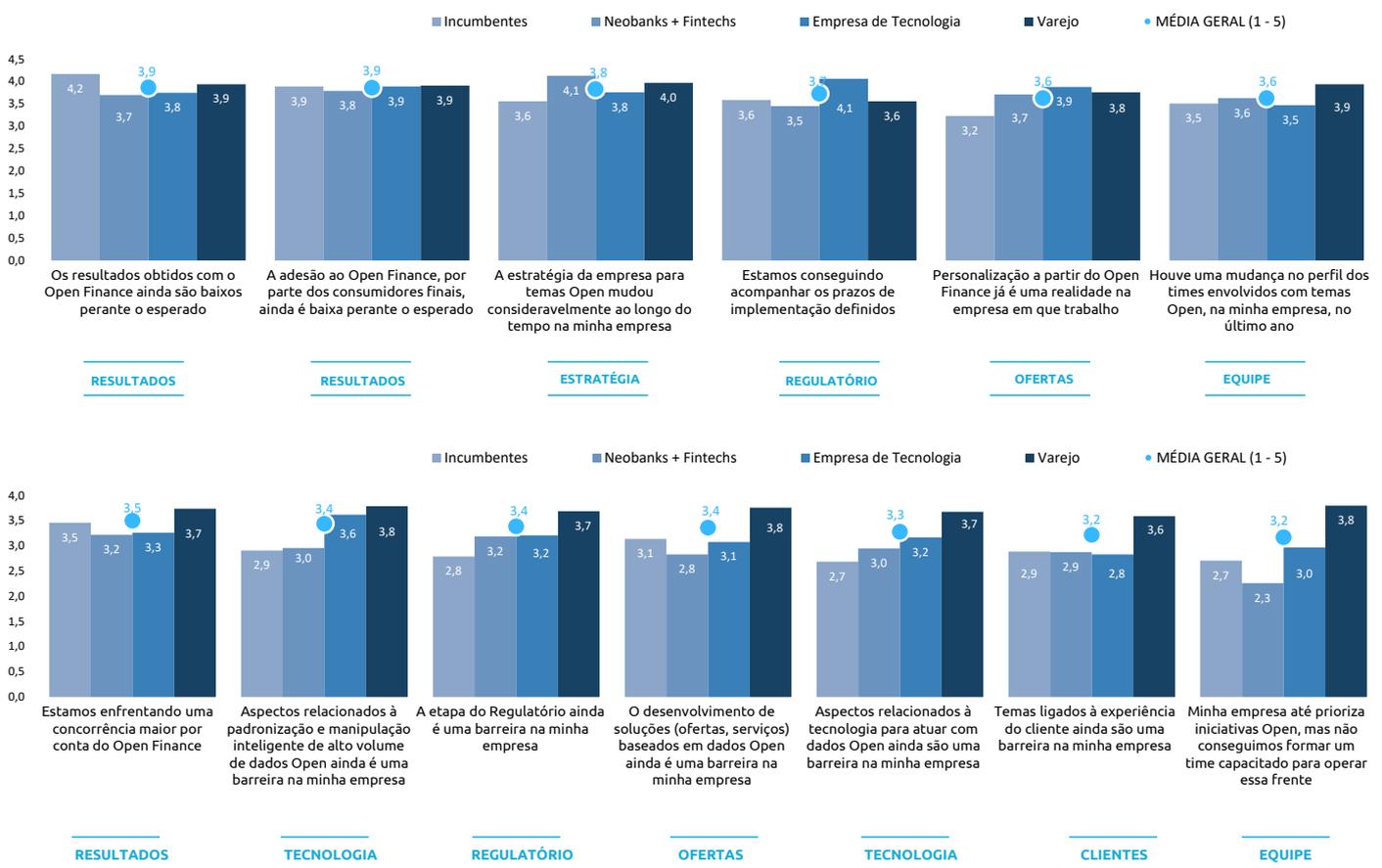
Entre os que concordaram que os temas Open ajudaram a atingir os objetivos da empresa, observa-se um crescimento significativo nas **novas fontes de receita e na rentabilização**

**da base**. Especialmente entre neobanks + fintechs, os temas Open estão contribuindo para alcançar praticamente todos os objetivos listados. Já entre os **incumbentes**, a principal

contribuição observada é a fidelização de clientes. Essas metas de desempenho emergem como pontos críticos de monitoramento e análise, refletindo a importância crescente

dos temas Open nas estratégias empresariais e seu impacto positivo nos resultados financeiros e operacionais.

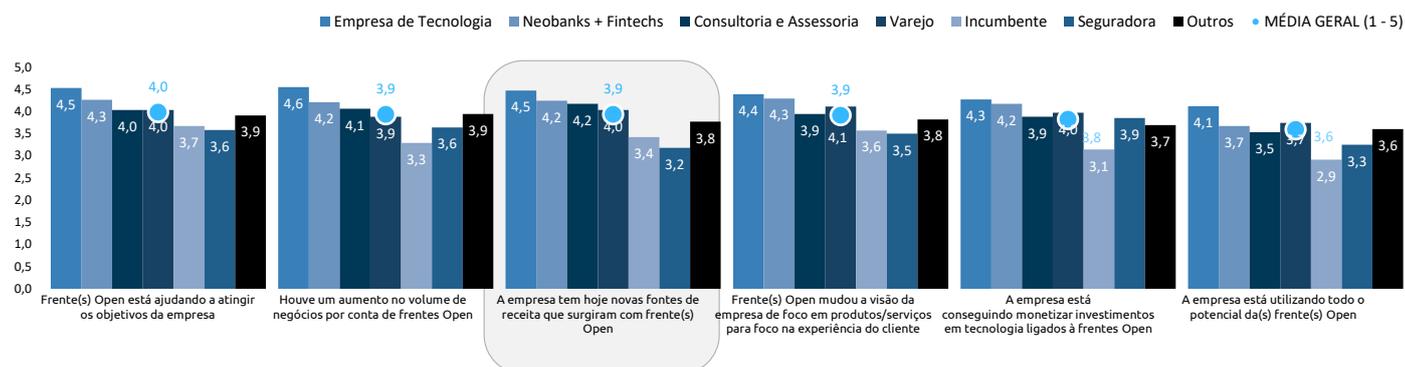
## Gráfico 15. Concordância sobre evolução de temas Open na instituição (médias 2ª edição do estudo OpF por setor)



Base: Empresa de tecnologia (37) / Neobanks + fintechs (24\*) / Varejo (36) / Incumbente (36) / Média Geral (286)

18. O quanto você concorda ou discorda sobre as frases abaixo pensando em [TRAZER OU CONCATENAR ALTERNATIVAS P.1]: [RESPOSTA ÚNICA POR LINHA] [PERGUNTA NOVA] Outros (Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores)

## Gráfico 16. Resultados obtidos (médias 2ª edição do estudo OpF por setor)



Base: Empresa de tecnologia (37) / Neobanks + fintechs (24\*) / Consultoria e assessoria (38) / Varejo (36) / Incumbente (36) / Seguradora (14\*) / Outros (60) / Média Geral (286)

15. O quanto você concorda com as frases abaixo? [RESPOSTA ÚNICA]

Outros (Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores)

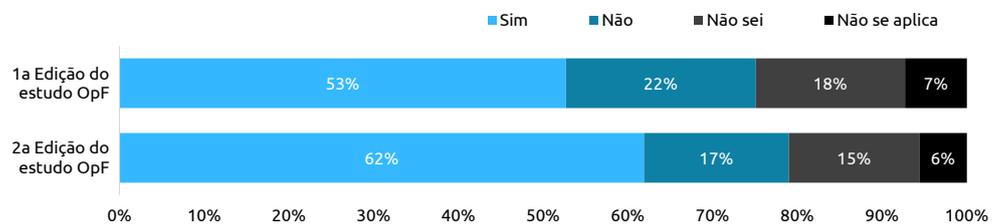


Quando questionadas sobre os KPIs, observa-se que esse ainda não é um assunto estabelecido nas empresas do Ecosistema do Open Finance. Começam a surgir algumas metas, principalmente de impactos no cliente, como **CX, Custo de Aquisição**, entre outros, poucos afirmaram acompanhá-las e sem informar muitos detalhes de sua performance, evolução ou outro aspecto. Estima-se que, por não ser um produto ou serviço, **o desafio de rastreabilidade e impacto indireto** sejam os principais motivos para essa ausência.

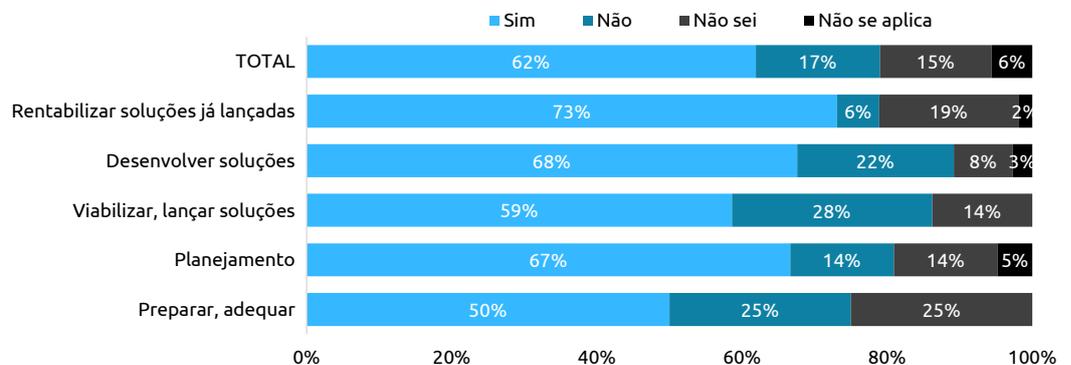
Possivelmente, por conta da maior rentabilização das ações, notamos que a existência de metas para

temas Open também aumentou (9 pontos percentuais) em relação ao ano passado. Isso se torna mais evidente entre as instituições que têm soluções desenvolvidas ou em fase de rentabilização, em que o percentual de existência de metas sobe para 68% e 73%, respectivamente. Incumbentes e neobanks + fintechs monitoram principalmente os indicadores relacionados à Operação. As empresas de tecnologia e os varejistas concentram-se na experiência do usuário (EX). Consultorias e assessorias, por sua vez, acompanham tanto a EX quanto os indicadores financeiros.

## Gráfico 17a. Há metas de desempenho para temas Open?



## Gráfico 17b. Metas de desempenho x Etapa de Desenvolvimento para Open Finance



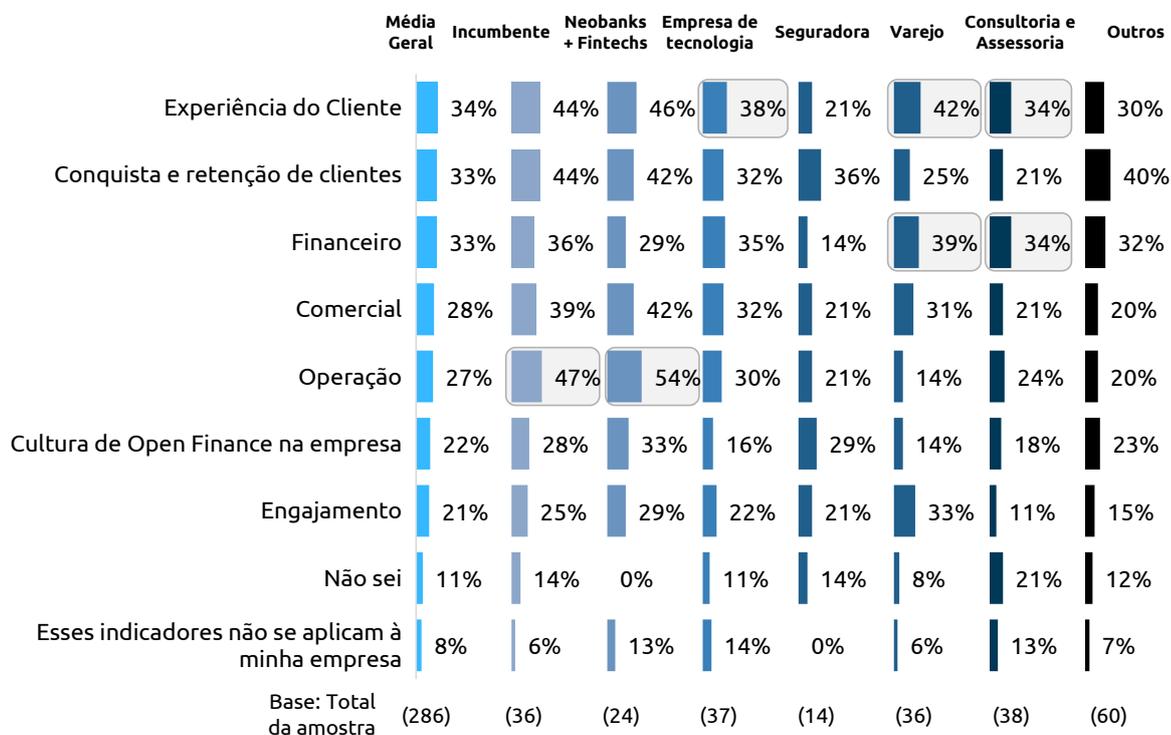
Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

11. Há metas de desempenho na sua empresa voltadas para os impactos do(a) \_\_\_\_\_?  
[RESPOSTA ÚNICA]

## Indicadores de Open Finance que acompanha

Indicadores relacionados à Operação são os mais acompanhados por incumbentes e neobanks + fintechs. Empresas de tecnologia estão atentas à EX, assim como os varejistas. Consultorias e Assessorias monitoram as duas frentes: EX e financeiro.

Gráfico 18. Indicadores de Open Finance que a empresa possui e acompanha



26. Sobre possíveis indicadores de Open Finance, quais a sua empresa possui e acompanha?  
 [RESPOSTA MÚLTIPLA] [PERGUNTA NOVA]  
 Outros (Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores)



“A evolução do Open Finance no Brasil está intrinsecamente ligada ao progresso das soluções tecnológicas que viabilizam novos modelos de negócios. Nesse contexto, a PEGA alinha-se perfeitamente ao mercado, oferecendo um portfólio de soluções GenAI que capacitam as instituições financeiras na automação de decisões e na gestão inteligente da jornada dos clientes. Nossa parceria na segunda edição da pesquisa sobre Índice de Maturidade do Ecossistema no Brasil, realizada em conjunto com a Capgemini, reflete essa sinergia.”

**Marcos Trazzini**  
 Manager os Solutions Consulting LATAM, PEGA

# Cases | Lista Brasileira





A Capgemini, em parceria com a [Somos OX](#), apresenta a lista de cases brasileiros de Open Finance, que não era atualizada desde 2022. Este esforço colaborativo visa mapear e destacar os avanços e inovações no Ecossistema brasileiro, refletindo as melhores práticas e resultados obtidos por diversas instituições.

Essa parceria reforça o compromisso de ambas as organizações em fomentar o desenvolvimento do Open Finance, oferecendo uma plataforma onde os avanços tecnológicos e as melhores práticas podem ser compartilhados e reconhecidos.

### Importância do Repositório

O repositório é essencial para promover a transparência e o compartilhamento de conhecimentos no setor de Open Finance no Brasil. Ele serve como uma fonte valiosa de inspiração e referência para outras empresas que desejam adotar práticas semelhantes e inovar em suas operações financeiras.

Além da publicação anual, ele também ficará disponível online, para acesso e atualização ao longo do ano.<sup>9</sup>

# Radar Open Finance

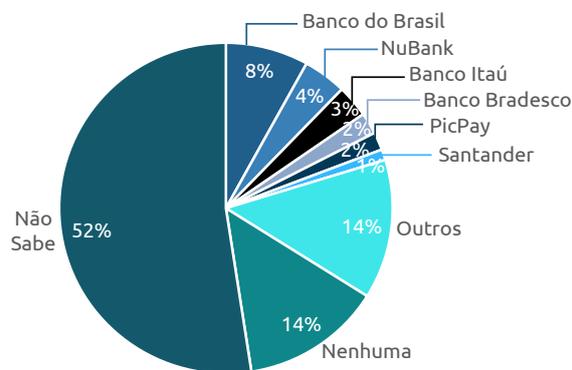




## Melhores cases de Open Finance no Brasil

Bancos e PicPay tiveram a maior concentração de votos. Vale notar que “nenhuma empresa” e “não sabe” somam 189 das respostas.

Gráfico 19. Empresa que tem ou teve o melhor caso de Open Finance no Brasil (quantidade de citações)



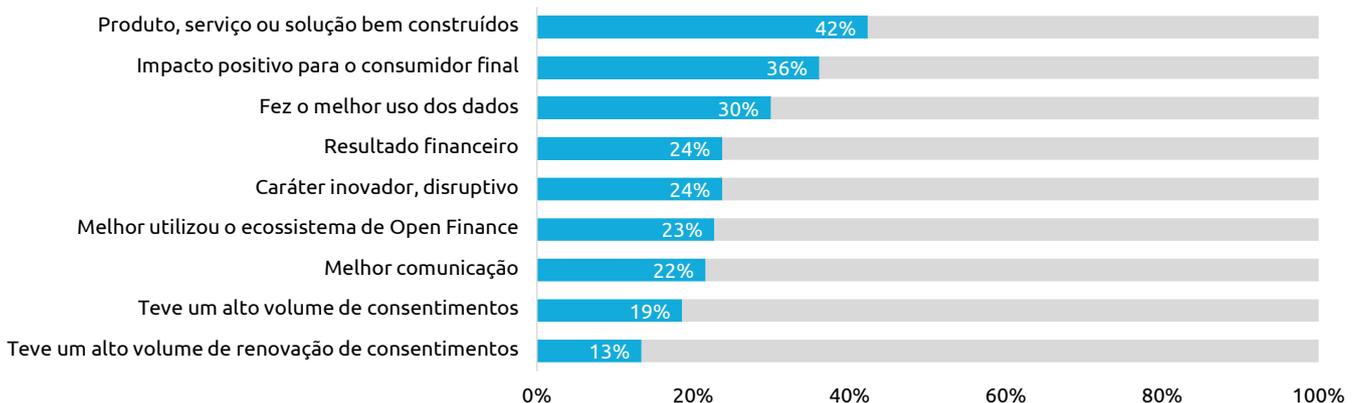
Base: Total da amostra (286)

36. Na sua opinião, qual empresa tem ou teve o melhor caso de Open Finance no Brasil? [RESPOSTA ABERTA COM LIMITE DE CARACTERES] [PERGUNTA NOVA]

## Motivos para ter o melhor caso

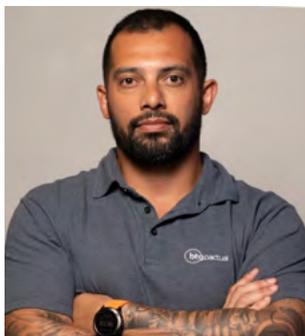
Motivos estão mais relacionados aos impactos no consumidor (solução bem construída ou impacto positivo) do que o impacto na disseminação do Open Finance.

Gráfico 20. Motivos para essa empresa ter o melhor caso de Open Finance no Brasil



Base: (97)

37. Por que essa empresa tem ou teve o melhor caso de Open Finance no Brasil? [RESPOSTA MÚLTIPLA] [PERGUNTA NOVA]



“Acredito no crescimento orgânico do Open Finance. Começou sendo muito conservador em termos de oferta de casos de uso, mas sempre se buscou estar no topo da tecnologia, da qualidade dos serviços, na construção do melhor ecossistema possível.”

**Diego Borsato**  
Executive Director Information Technology BTG Pactual

## Inteligência de Dados, matéria prima essencial para a criação de cases

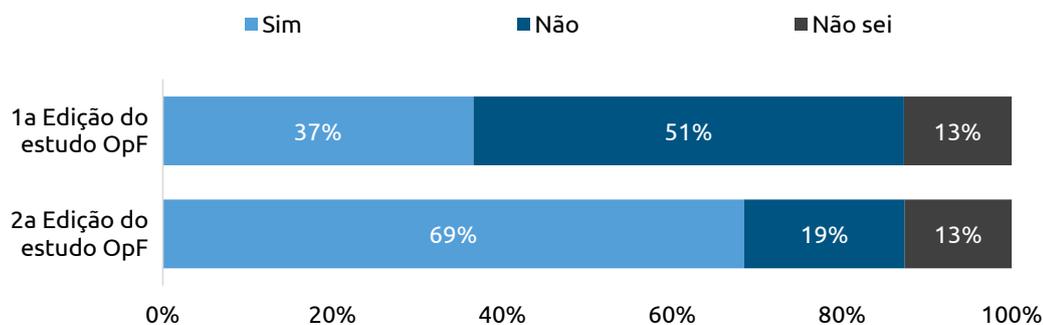
A inteligência de dados é disciplina fundamental para a criação de cases inovadores e eficazes. O uso estratégico de dados Open permitirá, cada vez mais, às empresas não apenas melhorar a gestão de clientes e lançar ofertas inovadoras, mas também obter insights valiosos que orientam decisões estratégicas e impulsionam o crescimento. Com o contínuo investimento em temas Open e a adesão crescente aos recursos do Open Finance, as empresas estão bem posicionadas para enfrentar os desafios futuros e

aproveitar as oportunidades emergentes no mercado financeiro.

### Uso de Dados Open para Gestão de Clientes

Observamos um aumento significativo no uso de dados Open para gestão de clientes, passando de 37% em 2023 para 69% em 2024. Esse crescimento evidencia a crescente confiança das empresas na utilização dos dados disponíveis para aprimorar a experiência do cliente e otimizar suas operações.

## Gráfico 21. Empresa usa dados disponibilizados por frentes Open para gestão de clientes?



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

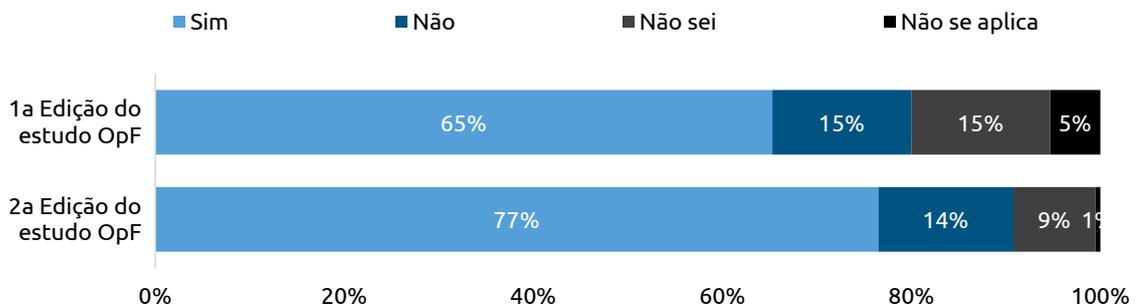
19. A sua empresa usa dados disponibilizados por \_\_\_\_\_ para a gestão de clientes (ações de prospecção, fidelização, venda de produtos e serviços, outros)? [RESPOSTA ÚNICA]

## Lançamento de Ofertas

Nos últimos 12 meses, 77% das empresas lançaram ofertas de produtos e serviços baseadas em Open Finance, representando um aumento de 12 pontos percentuais em 2024. Além disso, 42% das

empresas pretendem lançar novas soluções ainda em 2024, enquanto 22% têm planos para 2025. Os números demonstram o compromisso com a inovação contínua e a adaptação às demandas do mercado.

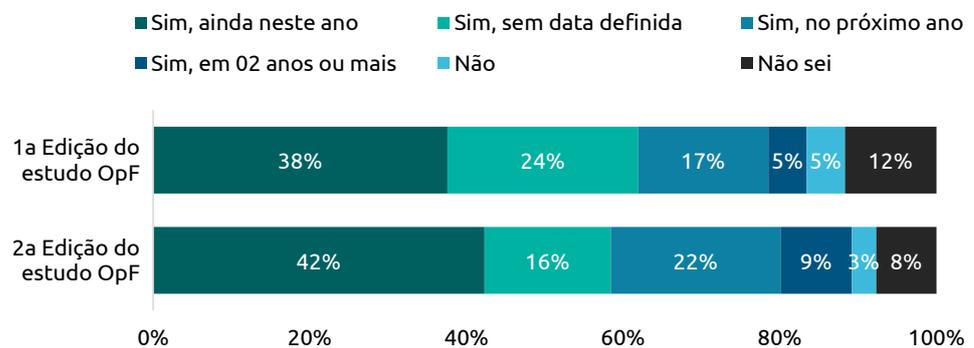
Gráfico 22. Empresa lançou ofertas, produtos ou serviços baseados nos dados Open nos últimos 12 meses?



Base: 1ª edição (75) | 2ª Edição (196)

20. A sua empresa lançou ofertas, produtos ou serviços baseados (total ou em parte) nos dados disponibilizados pelo(a) \_\_\_\_\_ nos últimos 12 meses?

Gráfico 23. Empresa planeja lançar soluções, ofertas ou serviços ligados a frentes Open?



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

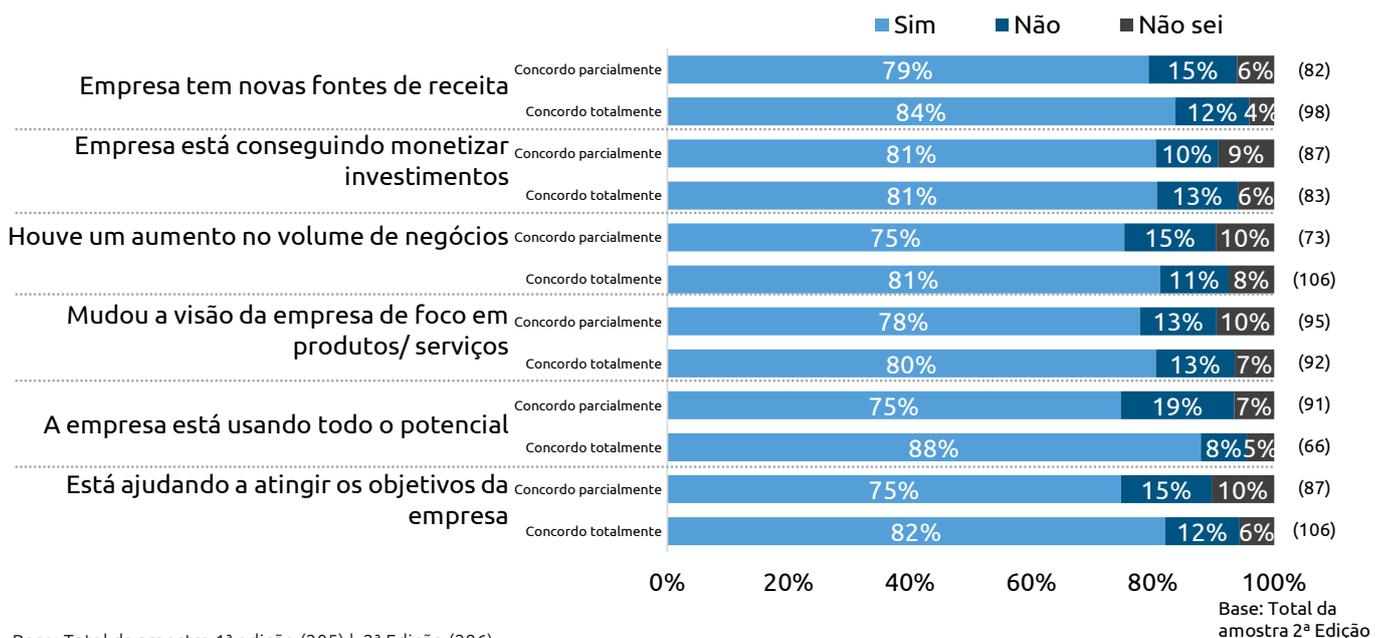
21. A sua empresa planeja lançar soluções, ofertas ou serviços ligados ao(a) \_\_\_\_\_? [RESPOSTA ÚNICA] [PERGUNTA NOVA]

## Relação entre Uso de Dados Open e Resultados Obtidos

Notamos um aumento expressivo no uso de dados Open para gestão de clientes (de 37% em 2023 para 69% em 2024). Ao cruzarmos com os resultados obtidos, notamos que, entre os que concordam totalmente ou parcialmente com a melhora nos

resultados, a maioria já utiliza dados Open, demonstrando uma clara correlação entre o uso de dados de Open Finance e a melhoria nos resultados empresariais.

Gráfico 24. Empresa usa dados disponibilizados por frentes Open para gestão de clientes x concordância sobre aumento nos resultados obtidos com temas Open



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

19. A sua empresa usa dados disponibilizados por \_\_\_\_\_ para a gestão de clientes (ações de prospecção, fidelização, venda de produtos e serviços, outros)? [RESPOSTA ÚNICA]



“A geração de cases é muito mais cultural das empresas que de falta de oportunidades, de fato. Quando você pega um time estatístico, que faz há 20 anos a mesma coisa (e bem) e diz: “agora, não é mais estatística, quero que você olhe para um cliente específico!” Aí, dá um BUG”

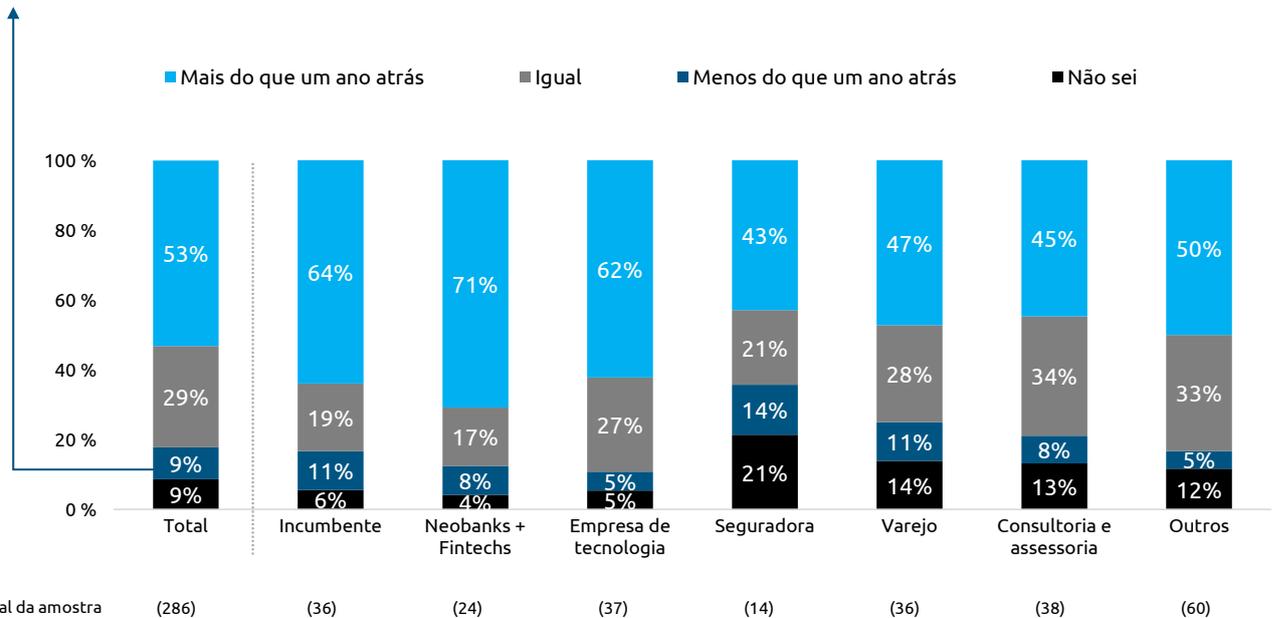
**Marcio Alexandre Rodrigues**  
Superintendente de Arquitetura e Governança de TI, Sicoob

## Investimento em temas open

Maioria (53%) afirma que está investindo mais em temas Open do que ano passado, com destaque para neobank + fintechs, incumbentes e empresas de tecnologia.

### Gráfico 25. Diria que a sua empresa está investindo em temas Open

Entre os 26 respondentes que estão investindo menos em temas Open do que no ano passado, 42% afirmam que outras frentes ganharam prioridade na empresa, 23% dizem que essa frente se tornou muito complexa e 19% que ficou muito cara.



24. Você diria que a sua empresa está investindo em temas Open: [RESPOSTA ÚNICA]

25. Por que sua empresa investe menos em temas Open atualmente? [RESPOSTA MÚLTIPLA]  
[PERGUNTAS NOVAS]

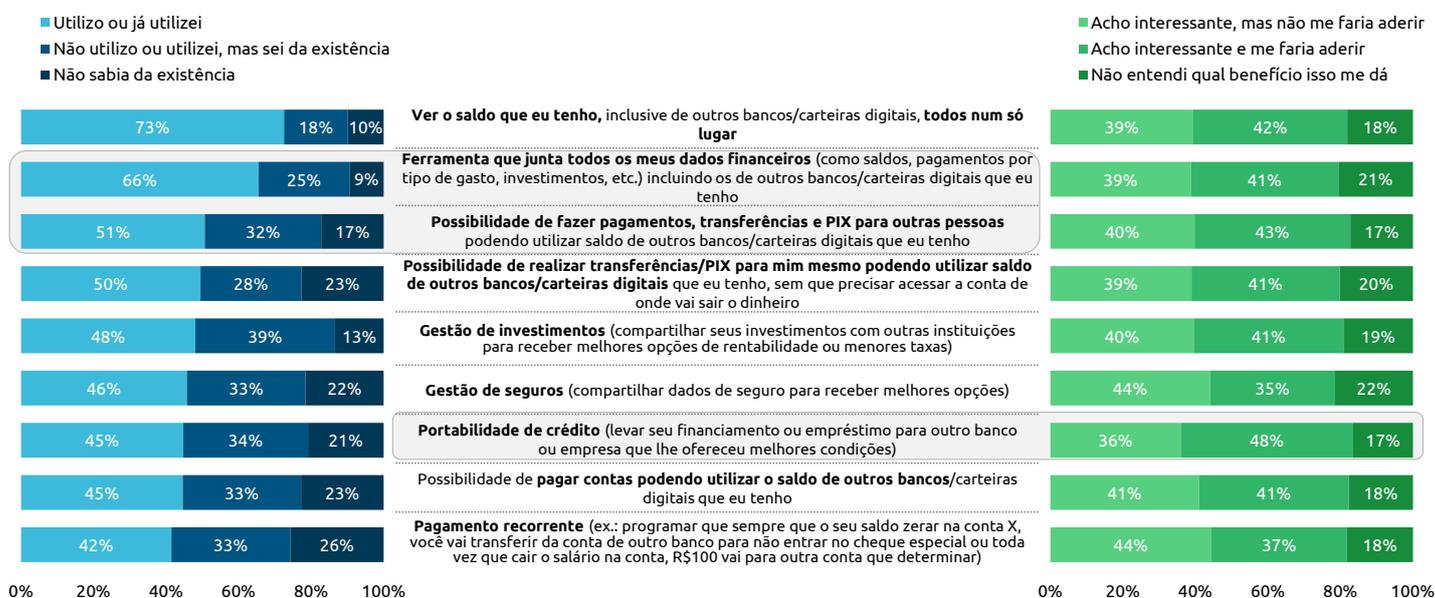
Outros (Administradora de cc + Associação / Federação + Educação + nenhuma das anteriores)



## Utilização de recursos do Open Finance e quais fariam as pessoas aderirem

O desconhecimento de recursos do Open Finance não supera 26% entre os que aderiram. Destaque para o uso voltado à concentração de saldos e dados financeiros. Mas, não é isso que os faria aderir: portabilidade de crédito seria um incentivo à adesão para 48% das pessoas que ainda não aderiram.

### Gráfico 26. Dos recursos que Open Finance oferece...



Base: (280)

17. Dos possíveis recursos que o Open Finance oferece, responda: [RESPOSTA ÚNICA POR LINHA]

18. Dos possíveis recursos que o Open Finance oferece, responda: [RESPOSTA ÚNICA POR LINHA]



“Entendo que não existirá um caso de uso matador, que todos os clientes vão amar. Um conjunto de casos é o que deixará o Open Finance robusto, Open Finance é sobre personalização, ter um portfólio extenso é a chave para o sucesso.”

**Luciana Kairalla**  
Head Open Finance Nubank



## Cases Open Finance

### Cases: A roda que gira o Open Finance.

Está evidente para os participantes do ecossistema que não faz sentido ensinar ao consumidor o que é Open Finance; é preciso mostrar. Enfrentamos um desafio proposto pelo mercado: mapear o número real e os tipos de cases que o Brasil está criando.

A OX vem impulsionando o ecossistema desde 2019. Inicialmente focada na geração de conteúdo sobre Open Finance, tornou-se uma referência importante para várias iniciativas dentro do OpenX. Ainda em 2022, lançou a Premiação Open Summit Awards para reconhecer e incentivar os envolvidos na construção do Open Finance. A premiação

celebra sucessos e estabelece um padrão de excelência que inspira outros a inovarem.

Em parceria com a OX, realizamos a coleta de novos cases entre maio e junho de 2024, o que revelou um número, mesmo que não reflita a totalidade do mercado, animador e uma impressionante variedade de cases em produção.

Esse levantamento fornece um panorama valioso sobre o estágio atual do Open Finance no Brasil, destacando tendências e áreas de oportunidade.

## Ingredientes para um case de Sucesso:

Os critérios para avaliação dos cases incluem tanto critérios objetivos quanto subjetivos. À medida que o ecossistema e os próprios cases ganham maturidade, os níveis de exigência serão elevados ano a ano. A evolução contínua dos critérios reflete o crescimento e a sofisticação do ecossistema de Open Finance.

### Critérios Objetivos:

#### 1 - Lançamento no Ano Corrente

O case deve ser novo e não pode ser representado de um ano para o outro. O objetivo é valorizar a criação de novos produtos e serviços, incentivando a inovação contínua e a adaptação às mudanças rápidas do mercado. Este critério garante que a premiação destaque sempre as soluções mais recentes e relevantes.

#### 2 - Em Produção

Não adianta ser apenas uma ideia ou estar restrito aos colaboradores da empresa. Um case só será avaliado pela banca de especialistas do mercado se estiver realmente em operação. Este critério assegura que as soluções premiadas são aquelas que já demonstraram viabilidade e impacto no mundo real.

### Critérios Avaliados pela Banca de Especialistas:

#### Nível de Impacto (1 a 5)

Avalia o potencial ou impacto efetivo do case em fazer a diferença no dia a dia dos consumidores, na operação da empresa ou nos resultados financeiros da instituição. Um alto nível de impacto indica que a solução tem a capacidade de transformar práticas existentes e

trazer benefícios significativos para todos os envolvidos.

#### Inovação / Criatividade (1 a 5)

Avalia se o case é realmente inovador ou se é uma cópia de alguma solução já existente no mercado. Verifica se entrega uma nova experiência, utiliza dados de maneira criativa ou gera novas fontes de receita. A originalidade e a capacidade de resolver problemas de maneiras novas e eficazes são fatores críticos para a pontuação neste critério.

#### Nível de Dificuldade (1 a 5)

Avalia os desafios para colocar o case em operação, sejam técnicos, de negócios ou de escala. A complexidade desses desafios é um fator decisivo para a avaliação do case pelos especialistas. Soluções que superaram barreiras significativas são reconhecidas por seu valor inovador e pela perseverança necessária para implementá-las.

## Casos de Produtos e Serviços para o Consumidor Final



Iniciador

### Categoria: Caso de Uso em Pagamentos

O Iniciador conquistou este prêmio com o case “Inicie uma Doação” - O primeiro fluxo de iniciação de pagamento voltado para doações a instituições sociais, tornando mais simples e rápida uma transação de pagamento via Pix, eliminando o famoso ‘copia e cola’ e melhorando a experiência de pagamento do usuário.



Banco do Brasil

### Categoria: Caso de Uso para Pessoa Física

O Banco do Brasil leva esta categoria com o case “Minhas Finanças no WhatsApp”, uma solução prática de gestão financeira para os clientes do BB. Os clientes podem consultar gastos categorizados, visualizar seu planejamento financeiro e ver suas movimentações financeiras, não apenas as do Banco do Brasil, mas também de outras instituições financeiras.



Sicredi,  
Visa, Celero

### Categoria: Caso de Uso para Pessoa Física

O case “Organizador PJ”, desenvolvido pela Visa, Sicredi e Celero, é focado na gestão de fluxo de caixa com inteligência artificial. Esta solução, além de conciliar e classificar transações de múltiplas contas correntes de associados Sicredi PJ, facilita as operações financeiras das empresas, integrando-se ao Open Finance.



## Novos Cases Mapeados

A portabilidade de crédito PF com uso de dados do Open Finance, pelo App BB, permite ao cliente, que compartilha seus dados e possui empréstimos em outras instituições, simular e contratar a portabilidade sem necessidade de preencher todas as informações do contrato, melhorando sua experiência e satisfação com a jornada.

O sistema realiza de forma on-line a consulta das informações necessárias para a inclusão do pedido de portabilidade, como saldo devedor, prazo remanescente e número de contrato, otimizando o processo, garantindo comodidade e gerando excelente experiência aos clientes, pois permite realizar a jornada completa via App BB.

**Lançamento:** 2023

### Em Produção

**Nível de Impacto** - Facilita a vida dos clientes, reduzindo a burocracia e melhorando a experiência do usuário.

**Inovação / Criatividade** - Utiliza dados de Open Finance para automatizar e simplificar um processo tradicionalmente complexo.

**Nível de Dificuldade** - A implementação envolve integração de dados e sistemas, mas utiliza tecnologia amplamente disponível.



**Banco do Brasil**

Um percentual de propostas não é efetivado em função do cliente não conseguir arcar com a entrada, mas, com o uso dos dados de Open Finance, a empresa tem a capacidade de revisar suas taxas de risco, reduzindo o valor requerido para entrada de financiamento, para clientes com histórico de bom pagador em outras instituições financeiras.

**Lançamento:** 2024

### Em Produção

**Nível de Impacto** - Ajuda clientes a obterem financiamento mais facilmente, potencialmente aumentando a base de clientes do banco.

**Inovação / Criatividade** - Usa dados externos para ajustar ofertas de crédito, uma abordagem inovadora no mercado de financiamento.

**Nível de Dificuldade** - Envolve análise de dados e ajuste de políticas de risco, mas dentro da capacidade técnica existente.



**Banco BV**

O Agregador de Investimentos é uma funcionalidade nas plataformas do BTG, para gerenciamento de investimentos de outras instituições, consolidando através do Open Finance todo o capital investido pelo cliente. Nesse projeto, o banco oferece a seu cliente a opção de escolher com quais instituições deseja consolidar seu capital investido. Após a autorização para compartilhamento de dados, apresentamos o valor total dos investimentos, discriminando o patrimônio por instituição e detalhando os ativos.



**BTG Pactual**

**Lançamento:** 2024

**Em Produção**

**Nível de Impacto** - Proporciona uma visão consolidada dos investimentos, facilitando o gerenciamento de portfólios para os clientes.

**Inovação / Criatividade** - Solução consolida dados de investimentos de múltiplas instituições de forma integrada e amigável.

**Nível de Dificuldade** - Alta complexidade na integração de dados de diferentes fontes e na garantia de segurança e precisão das informações.

**Case: Módulo Tesouraria**

O Santander através da sua parceria com a SAP, desenvolveu um módulo integrado ao ERP do cliente, que permite a gestão consolidada de caixa consolidada. Através do arranjo do Open Finance e com foco na centralidade do cliente entendendo as suas necessidades, permite a visualização, controle e gestão de saldo de múltiplas contas, CNPJs e bancos dentro da sua própria jornada, gerando eficiência operacional e maior segurança.



**Santander**

**Lançamento:** fev/2024

**Em Produção**

**Nível de Impacto** - O produto tem impacto direto nos times de tesouraria das empresas, facilitando a complexa gestão do fluxo de caixa e gerando ganhos operacionais e produtividade.

**Inovação / Criatividade** - Os dados do Open Finance são subsídio para automatizar e simplificar um processo tradicionalmente complexo.

**Nível de Dificuldade** - A implementação não requer desenvolvimento tecnológico por parte das empresas, apenas o consentimento no Open Finance e configurações de segurança e alçadas nos sistemas do Santander e do ERP (SAP).

## Casos de Soluções Técnicas para o Ecossistema

### Desenvolvedor independente – Ranieri Mazili

O o2b2-auth-server é um servidor de autorização que segue as especificações do perfil de segurança do Open Finance Brasil. Este componente é um dos mais complexos de ser implementado para novos participantes do ecossistema e a disponibilização de um produto *open source* pode impulsionar a participação de mais instituições.

**Lançamento:** 2024

#### Em Produção

**Nível de Impacto** - Facilita a entrada de instituições no ecossistema de Open Finance, aumentando a competição e a inovação.

**Inovação / Criatividade** - Proporciona uma solução *open source* para um componente do Open Finance, promovendo a colaboração e a acessibilidade.

**Nível de Dificuldade** - Alta complexidade técnica na implementação das especificações de segurança e na integração com outros sistemas.

### Akropoli

Produto se baseia tanto nos dados cadastrais como nos dados transacionais do cliente. A abordagem utilizada foi a de que o cliente tende a fazer suas transações de compra próximo ao seu endereço de residência. A partir disso, a empresa desenvolveu um escore baseado na localização das transações de compras, fornecendo a probabilidade de um endereço capturado via Open Finance ser o mais atualizado daquele cliente. A informação pode ajudar as instituições financeiras a atualizar o cadastro de seus clientes, um processo geralmente caro e ineficiente. O produto foi desenvolvido com o Sicredi, no Next da Fenasbac, utiliza IA avançada e foi aferido demonstrando excelentes resultados.

**Lançamento:** 2024

#### Em Produção

**Nível de Impacto** - Reduz custos e aumenta a precisão na atualização de cadastros, melhorando a eficiência operacional das instituições financeiras.

**Inovação / Criatividade** - Utiliza IA para transformar dados de transações em informações valiosas para atualização de cadastros, uma abordagem altamente inovadora.

**Nível de Dificuldade** - Envolve processamento avançado de dados e desenvolvimento de algoritmos de IA, além de integração com sistemas de cadastro.



Akropoli

# Cases e Solução Técnicas

## Tipos de Case



### Crédito

Aumento de Crédito, redução de taxas	7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Uso de Dados para Análise de Risco	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Análise de Renda e despesas	4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maximização da renda	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empréstimos ao consumidor	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento de fatura		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento de ativos	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financiamento alternativo para PME	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empréstimo com cheque especial automático	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Análise de capacidade financeira	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crédito acessível		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Portabilidade de Crédito		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

### CRM

NBA / NBO	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-----------	---	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

### CX

Onboarding de Clientes	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jornadas Contextualizadas	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
IoT		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uso de Dados para Hiperpersonalização de Experiência	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uso de Dados para Atendimento		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Eficiência

Uso de Dados para Cobrança	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Uso de Dados para Backoffice	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Serviços de assistência jurídica e apoio social		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Inteligência de Negócios

Uso de Dados para criação de novos produtos	3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Uso de Dados para Monitorar Concorrência	3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Uso de Dados para Refinamento de Precificação	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

### Investimentos Wealth Management

Serviços de Consultores financeiros independentes (IFA)	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Robôs Consultores		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultoria fiscal		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Referências para aconselhamento financeiro		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raspa conta	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Micro poupança	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investimentos / poupança não consultivo	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Portabilidade de Investimentos	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Pagamentos

Pagamentos as a service	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagamentos no e-commerce e reembolsos	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagamentos P2P	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagamentos Internacionais	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recargas de cartão	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Solicitação de pagamento	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pagamentos de contas	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### PFM/BFM

PFM / BFM	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão de fluxo de caixa	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aviso de debito	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão de recompensas e fidelidade	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestão de assinaturas		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comparação de produtos financeiros	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comparação de contas e troca de serviços	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comparação de outros produtos	1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Segurança

Validação de Identidade	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deteção de fraude		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Total	4	1	21	5	1	11	24	18	5	2	2
-------	---	---	----	---	---	----	----	----	---	---	---

# Cases Pessoa Física & Jurídica

## Tipos de Case



### Crédito

- Aumento de Crédito, redução de taxas
- Uso de Dados para Análise de Risco
- Análise de Renda e despesas
- Maximização da renda
- Empréstimos ao consumidor
- Financiamento de fatura
- Empréstimo com cheque especial automático
- Análise de capacidade financeira
- Crédito acessível
- Portabilidade de Crédito
- Financiamento de ativos
- Financiamento alternativo para PME

6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### CRM

NBA/NBO

2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

### CX

- Onboarding de Clientes
- Jornadas Contextualizadas
- IoT
- Uso de Dados para Hiperpersonalização de Experiência
- Uso de Dados para Atendimento

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Eficiência

- Uso de Dados para Cobrança
- Uso de Dados para Backoffice
- Serviços de assistência jurídica e apoio social

2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Inteligência de Negócios

- Uso de Dados para criação de novos produtos
- Uso de Dados para Monitorar Concorrência
- Uso de Dados para Refinamento de Precificação

2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Investimentos Wealth Management

- Serviços de Consultores financeiros independentes (IFA)
- Robôs Consultores
- Consultoria fiscal
- Referências para aconselhamento financeiro
- Raspa conta
- Micro poupança
- Investimentos / poupança não consultivo
- Portabilidade de Investimentos

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Pagamentos

- Pagamentos as a service
- Pagamentos no e-commerce e reembolsos
- Pagamentos P2P
- Pagamentos Internacionais
- Recargas de cartão
- Solicitação de pagamento
- Pagamentos de contas
- Iniciação de Pagamentos PME

6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### PFM/BFM

- PFM / BFM
- Gestão de fluxo de caixa
- Aviso de debito
- Gestão de recompensas e fidelidade
- Gestão de assinaturas
- Comparação de produtos financeiros
- Comparação de contas e troca de serviços
- Comparação de outros produtos

4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Segurança

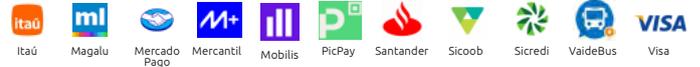
- Validação de Identidade
- Detecção de fraude

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						

Total	1	1	7	10	18	1	3	2	8	4	1
-------	---	---	---	----	----	---	---	---	---	---	---

# Cases Pessoa Física & Jurídica

## Tipos de Case



### Crédito

- Aumento de Crédito, redução de taxas
- Uso de Dados para Análise de Risco
- Análise de Renda e despesas
- Maximização da renda
- Empréstimos ao consumidor
- Financiamento de fatura
- Empréstimo com cheque especial automático
- Análise de capacidade financeira
- Crédito acessível
- Portabilidade de Crédito
- Financiamento de ativos
- Financiamento alternativo para PME

5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### CRM

NBA/NBO

3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
---	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

### CX

- Onboarding de Clientes
- Jornadas Contextualizadas
- IoT
- Uso de Dados para Hiperpersonalização de Experiência
- Uso de Dados para Atendimento

4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Eficiência

- Uso de Dados para Cobrança
- Uso de Dados para Backoffice
- Serviços de assistência jurídica e apoio social

1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

### Inteligência de Negócios

- Uso de Dados para criação de novos produtos
- Uso de Dados para Monitorar Concorrência
- Uso de Dados para Refinamento de Precificação
- Serviços de Consultores financeiros independentes (IFA)
- Robôs Consultores
- Consultoria fiscal
- Referências para aconselhamento financeiro
- Raspa conta
- Micro poupança
- Investimentos / poupança não consultivo
- Portabilidade de Investimentos

3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Investimentos Wealth Management

- Pagamentos as a service
- Pagamentos no e-commerce e reembolsos
- Pagamentos P2P
- Pagamentos Internacionais
- Recargas de cartão
- Solicitação de pagamento
- Pagamentos de contas
- Iniciação de Pagamentos PME

7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Pagamentos

### PFM/BFM

- PFM/BFM
- Gestão de fluxo de caixa
- Aviso de debito
- Gestão de recompensas e fidelidade
- Gestão de assinaturas
- Comparação de produtos financeiros
- Comparação de contas e troca de serviços
- Comparação de outros produtos

6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Segurança

- Validação de Identidade
- Deteção de fraude

1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

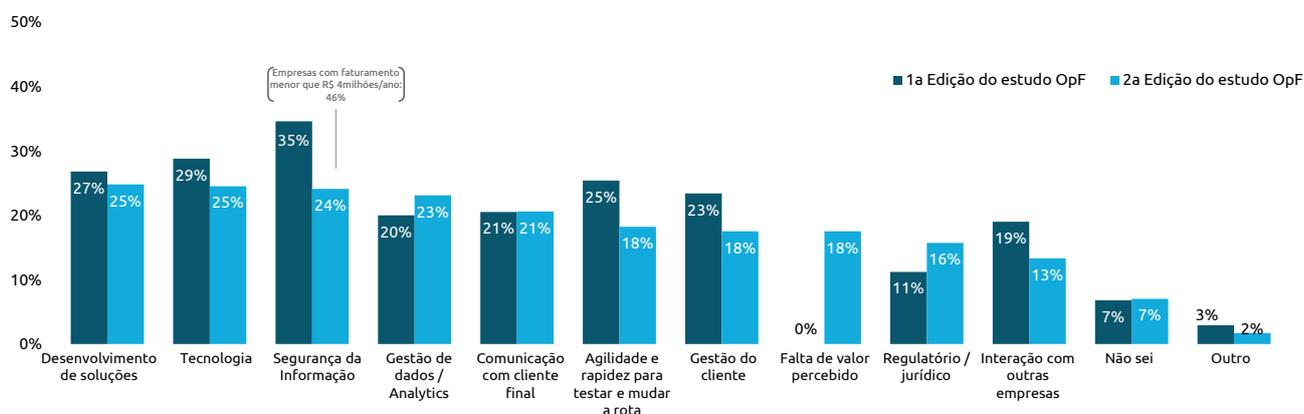
Total	13	2	5	1	1	16	21	1	12	13	1
-------	----	---	---	---	---	----	----	---	----	----	---

## Desafios internos

Na 1ª edição estava claro que a segurança da informação era um grande desafio interno. Em 2024, vemos uma distribuição mais equalitária entre desenvolvimento de

soluções, tecnologia, segurança da informação e gestão dos dados apontando coerência com a rentabilização de soluções.

### Gráfico 27. Quais são os maiores desafios internos que frentes Open terão que vencer para atingir o potencial máximo na sua empresa



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

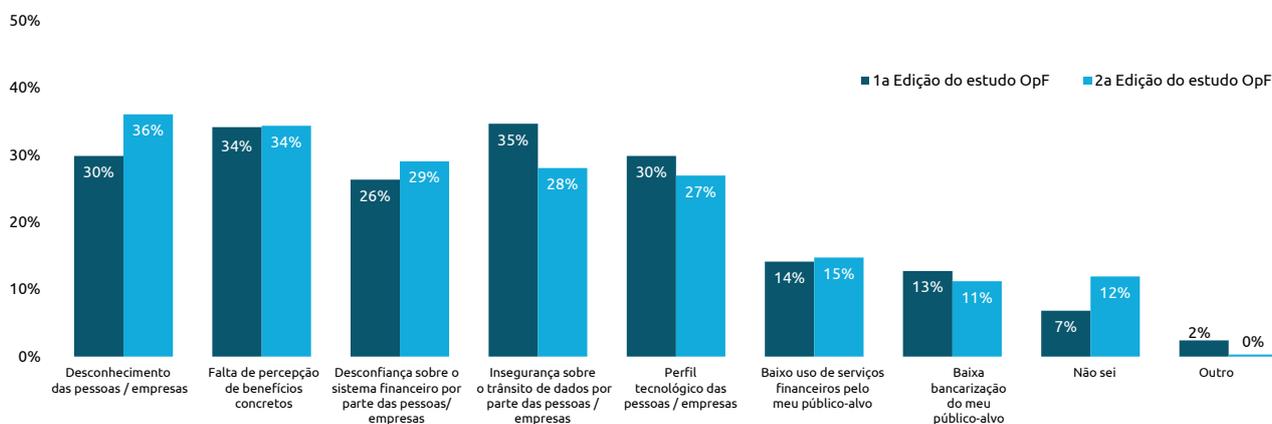
27. Na sua opinião, quais são os maiores desafios INTERNOS que o(a) \_\_\_\_\_ terá que vencer para atingir o potencial máximo na sua empresa? [RESPOSTA MÚLTIPLA – MÁX. DE 3 ALTERNATIVAS]

## Desafios externos

Em linha com a percepção sobre os motivos para baixa adesão, notamos que a insegurança com os dados (35% e principal desafio externo em 2023), deu lugar para

o desconhecimento das pessoas / empresas (36% em 2024). Falta de percepção de benefícios concretos manteve-se estável nas duas edições (34%).

### Gráfico 28. Quais são os maiores desafios externos que as frentes Open terão que vencer para atingir o potencial máximo na sua empresa



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

28. Na sua opinião, quais são os maiores desafios EXTERNOS que o(a) \_\_\_\_\_ terá que vencer para atingir o potencial máximo na sua empresa? [RESPOSTA MÚLTIPLA – MÁX. DE 3 ALTERNATIVAS]

# Futuros Possíveis



Para além da maturidade e liderança brasileiras, na arena Open Everything, fica a curiosidade... O que o futuro nos reserva? Quais serão os próximos passos rumo ao Cliente 100% no centro?

Pensando nisso, separamos uma seção exclusiva para discutir como o Open Finance evolui para [ou se conecta] o Open Data, BaaS e Embeded Finance.

### BaaS é um caminho para potencializar o open finance

71% concordam que soluções BaaS adotadas por empresas fora do sistema financeiro serão um dos principais caminhos para aumentar a adesão ao Open Finance.

Empresas de financiamento / empréstimo e varejistas serão os maiores usuários de soluções Open via BaaS.

### Principal benefício de open data será a inovação

Inovação / novas soluções é a maior oportunidade percebida tanto para consumidores finais, como para empresas, seguido por uma maior precisão / personalização dos dados.

## Open Data é a evolução do Open Finance?

Embora o Open Data represente um grande potencial para inovação e melhoria dos serviços, a sua implementação enfrenta desafios significativos. A **padronização de dados, segurança, capacidade de processamento e a conscientização do público** são áreas que precisam ser desenvolvidas. A evolução do Open Finance para o Open Data é uma visão futura que, apesar de distante, oferece um horizonte promissor para a transformação digital dos serviços financeiros e de outros setores.

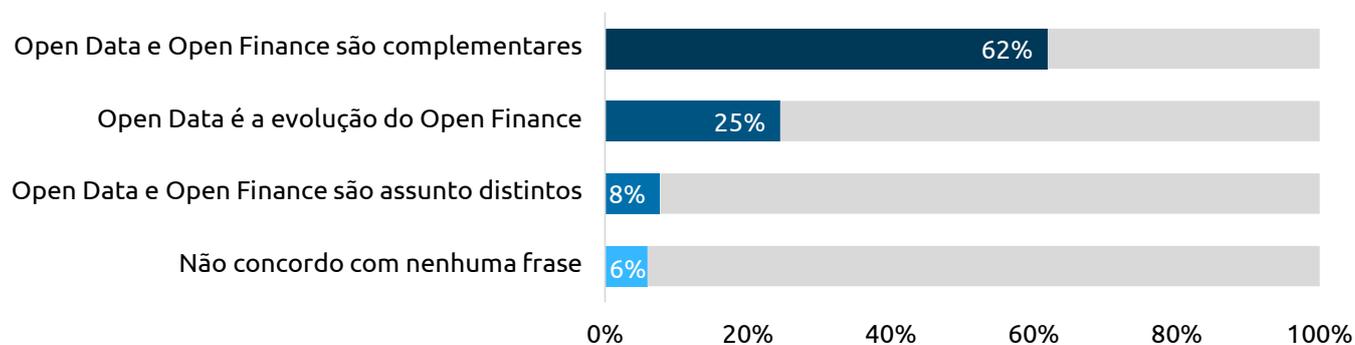
Entre nossos entrevistados, **62% dos profissionais acreditam que Open Data e Open Finance são complementares**, enquanto **25% veem o Open Data como a evolução natural do Open Finance**. Isso sugere que

o Open Data pode alcançar áreas onde o Open Finance ainda não chegou, mas também traz consigo uma série de desafios significativos.

### Principais Benefícios

Para 1/3 dos entrevistados, a **principal benefício percebido do Open Data é a inovação**. Tanto consumidores finais quanto empresas veem a criação de novas soluções e a personalização mais precisa dos dados como grandes oportunidades. Esta capacidade de gerar novas ideias e serviços pode transformar diversos setores, proporcionando melhorias significativas na forma como dados são utilizados e aplicados.

## Gráfico 29. Relação entre Open Finance e Open Data



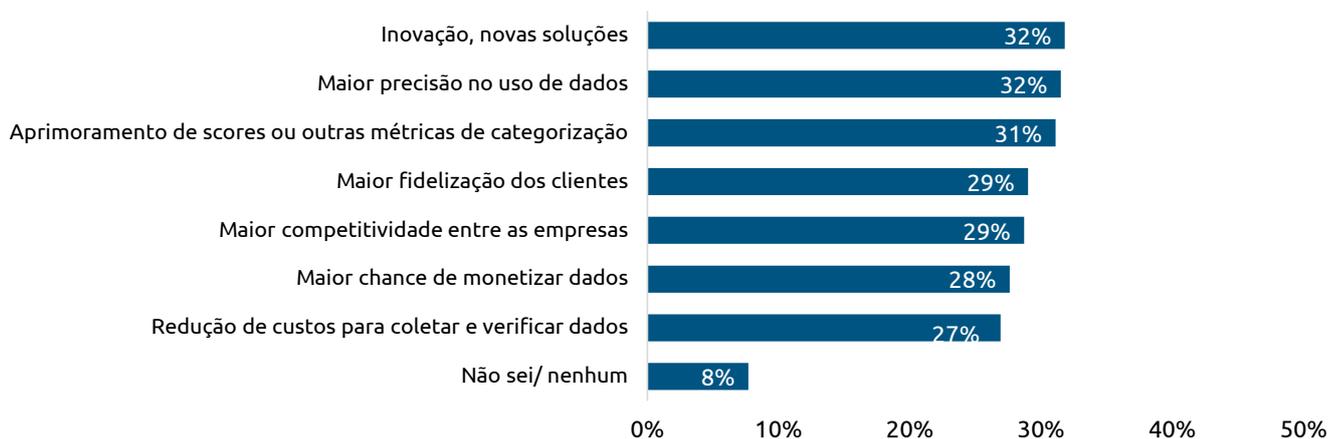
Base: Total da amostra (286)

35. Com qual das frases abaixo você mais concorda?  
[RESPOSTA ÚNICA] [PERGUNTA NOVA]

## Gráfico 30. Principais oportunidades que Open Data traz para os Consumidores Finais



## Gráfico 31. Principais oportunidades que Open Data traz para as Empresas



Base: Total da amostra (286)

33. Agora falando sobre OPEN DATA, quais são as principais oportunidades que ele traz PARA OS CONSUMIDORES FINAIS? [RESPOSTA MÚLTIPLA – MÁX. DE 3]

34. Agora falando sobre OPEN DATA, quais são as principais oportunidades que ele traz PARA AS EMPRESAS? [RESPOSTA MÚLTIPLA – MÁX. DE 3] [PERGUNTAS NOVAS]

## Desafios para a Evolução Open Data



- 1º Padronização e regulação (“imagine padronizar os dados de Prefeituras”)
- 2º Segurança das informações com players regulados por diferentes setores
- 3º Capacidade de digerir e usar os dados
- 4º Aculturação quanto aos benefícios de compartilhar dados pela população

### Desafios

#### 1. Padronização e Regulação

Padronizar dados provenientes de diferentes fontes, como prefeituras, representa um desafio significativo. A criação de padrões uniformes é crucial para garantir a interoperabilidade e a qualidade dos dados.

#### 2. Segurança das Informações

Garantir a segurança dos dados, especialmente quando eles são regulados por diferentes setores,

é uma preocupação primordial. Manter a proteção adequada dos dados é essencial para manter a confiança dos usuários.

#### 3. Capacidade de Digerir e Usar os Dados

A capacidade de processar grandes volumes de dados e transformá-los em insights acionáveis é um desafio. Ferramentas avançadas e habilidades especializadas são necessárias para maximizar o valor dos dados.

#### 4. Acultramento da População

Educar a população sobre os benefícios de compartilhar dados é fundamental para a adoção do Open Data. O cliente precisa entender como seus dados podem ser usados de forma segura e benéfica.

Se o Banking-as-a-Service (BaaS) ainda parece distante, o Open Data está ainda mais. Muitos profissionais acreditam que a implementação completa do Open Data é um cenário de longo prazo. Exemplos como a portabilidade de dados médicos ou de operadoras de celular ilustram a complexidade e a beleza dessa visão, mas também indicam que há muito a ser feito antes que se torne uma realidade prática.

A troca de dados em setores regulados, como saúde, ainda enfrenta



Vai ser bom, tem benefícios, mas estamos muito longe disso acontecer, mais de 5 anos. Se ainda não conseguimos integrar OPIN, que tem as mesmas empresas vendedoras de serviços, imagina outros segmentos.”

#### Incumbente

muitos desafios relacionados à segurança e à gestão de dados sensíveis.

#### Ceticismo sobre o Prazo

Alguns profissionais expressam ceticismo sobre a implementação do Open Data nos próximos três anos. Embora reconheçam o potencial, eles destacam que ainda há muitas etapas a serem superadas no roadmap atual do Open Finance.



## BaaS e Open Finance: como interagem?

Dentro da disciplina de Finanças Embutidas, Banking as a Service (BaaS) e Open Finance (OpF) estão conectados. Quando perguntamos ao mercado, identifica-se que o BaaS apresenta vantagens significativas

tanto para os consumidores finais quanto para as instituições financeiras. Essas tecnologias, quando integradas, podem potencializar a criação de novos serviços e melhorar a experiência do cliente.

### Para o Consumidor Final

O Open Finance potencializa o BaaS, ao oferecer uma experiência mais integrada e personalizada. Por exemplo:

- **BaaS:** Permite que um varejista ofereça um cartão de crédito.

- **Open Finance:** Adiciona a capacidade de personalizar a oferta, como sugerir o melhor parcelamento de compras com base no perfil financeiro do cliente.

### Para as Instituições Financeiras

A interação entre BaaS e Open Finance pode gerar novos modelos de negócios e oportunidades para serviços tradicionais:

- **Modelos de Negócio Inovadores:** O Open Finance permite que instituições financeiras criem novos produtos e serviços baseados na análise de dados financeiros abertos. Por exemplo, oferecer opções de crédito personalizadas.

- **Integração de Serviços:** BaaS pode servir como a “cola” que une diferentes serviços e mercados, facilitando a criação de ecossistemas financeiros completos onde várias ofertas podem ser combinadas de maneira integrada.



“Um grande impulsionador de novos negócios, soluções para popularizar e incluir. Os microempreendedores no Brasil não têm acesso a muitas soluções e os serviços bancários ainda tem um custo muito elevado para eles. Com o BaaS você consegue entregar soluções customizadas, que atendem melhor; o mesmo para populações não incluídas, de fato, no ecossistema, mesmo que tenham uma conta obrigatória para recebimento de salário ou benefício.”

**Andressa Tavares**  
Especialista de Produtos - Open Finance, Banco Safra

## BaaS e Open Finance: como interagem?

Na teoria, BaaS e OpF juntos apresentam vantagens para as duas frentes: consumidores e instituições financeiras.

### Consumidor final

OpF potencializa o BaaS: BaaS é um varejista oferecer cartão de crédito e o OpF é dizer em quantas vezes aquela pessoa pode parcelar a compra.

### Instituições Financeiras

OpF pode gerar novos modelos de negócio para um serviço “antigo”, como por exemplo, oferecer o OpF embutido no BaaS. E, por sua vez, o BaaS pode ser a “cola” entre diferentes mercados.

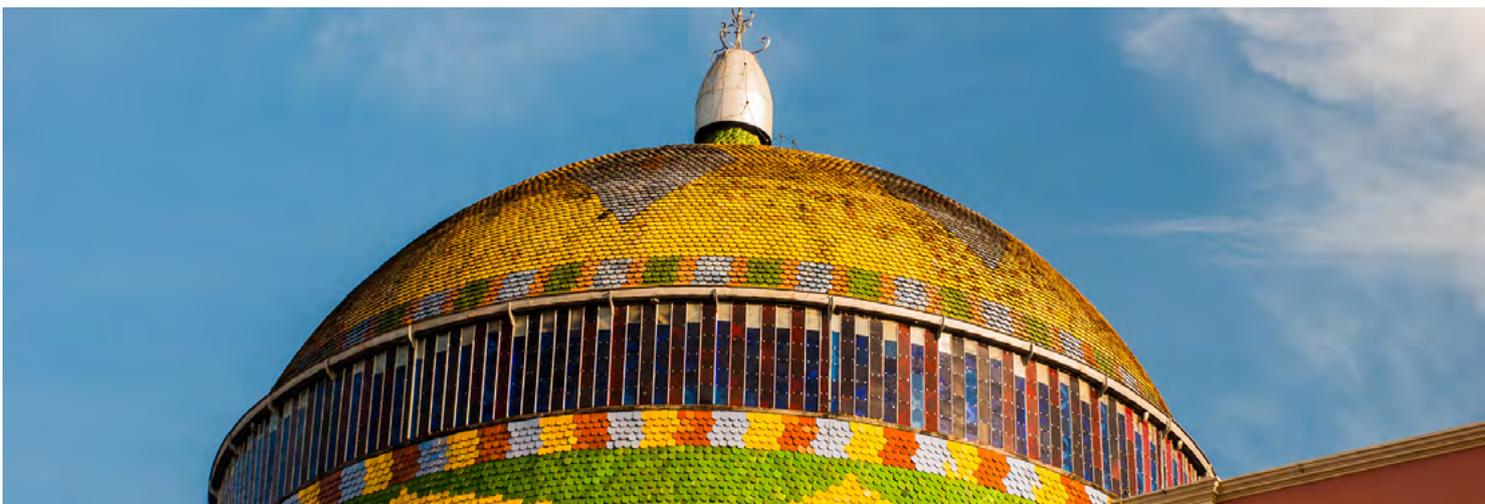


“O BaaS é um intermediador da alavancagem do OpF no mercado, ele vai permitir a ligação entre os diferentes mercados, oferecendo novas soluções e serviços disruptivos. O BaaS vai permitir essa interligação.”

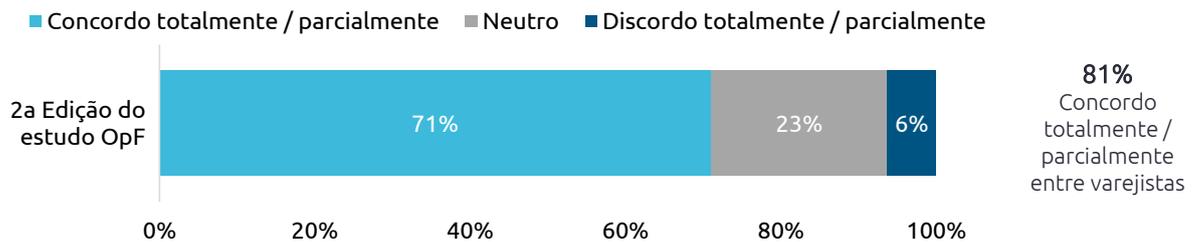
**Carlos Zambroni**  
IT Director, BTG Pactual

## Soluções BaaS como potencializadoras do Open Finance

7 em cada 10 empresas envolvidas com temas Open concordam que soluções BaaS adotadas por empresas fora do sistema financeiro serão um dos principais caminhos para aumentar a adesão ao Open Finance.



## Gráfico 32. Soluções BaaS adotadas por empresas fora do sistema financeiro serão um dos principais caminhos para aumentar a adesão ao Open Finance no Brasil



Base: Total da amostra (286)

30. O quanto você concorda com a frase: "Soluções BaaS (Banking as a Service), adotadas por empresas fora do sistema financeiro, serão um dos principais caminhos para aumentar a adesão ao Open Finance no Brasil." [RESPOSTA ÚNICA] [PERGUNTA NOVA]



"Faz sentido embarcar o BaaS em gateways de pagamento, sem tirar as responsabilidades do transmissor e do receptor. No atendimento da PJ isso faz bastante sentido, porque as empresas usam ERPs, softwares de gestão, isso já é uma realidade há bastante tempo. As questões que envolvem consentimento de dados são mais complicadas (por conta da LGPD), mas casos mais práticos, pagamentos e evoluções que venham daí, talvez com o Opin ou no câmbio, a conexão com o BaaS fica mais fácil."

**Filipe Prêve**  
Superintendente Open Finance, BB



"Num futuro mais distante: terá um app voltado para motorista de Uber, que reúna várias funcionalidades: controle das finanças, permissão para aceitar corridas, contratar seguro, pagar boletos, acessar oficinas mecânicas.(...). Vários aplicativos voltados para necessidades específicas, com múltiplas funcionalidades. Ou, ainda, uma empresa usar o ERP para transações bancárias, sem necessidade de acessar os apps dos bancos."

**Rogério Melfi**  
Especialista Open Finance

## Quais serviços BaaS devem ter a maior procura

Os top 5 serviços BaaS mais procurados devem ser os de gestão financeira, crédito (especialmente entre Neobanks + fintechs), contas digitais, meios de pagamento e investimentos.

Gráfico 33. Quais serviços BaaS devem ter maior procura entre as empresas que atuam ou querem atuar com temas Open



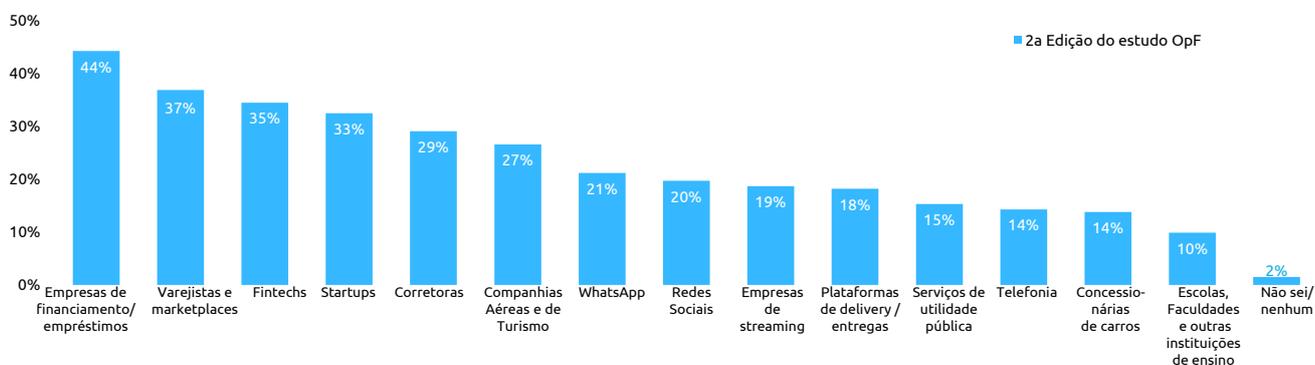
Base: (286)

32. Quais serviços BaaS (Banking as a Service) devem ter maior procura entre as empresas que atuam ou querem atuar com temas Open?  
[RESPOSTA MÚLTIPLA] [PERGUNTA NOVA]

## Maiores usuários de soluções open, via BaaS

Empresas de crédito serão as maiores usuárias de dados Open via BaaS segundo os entrevistados (44%). Seguidos por varejistas (37%), fintechs (35%) e startups (33%).

### Gráfico 34. Segmentos que serão os maiores usuários de soluções Open via BaaS



Base: (203)

31. Na sua opinião, quais segmentos serão os maiores usuários de soluções Open via BaaS (Banking as a Service)?  
[RESPOSTA MÚLTIPLA] [PERGUNTA NOVA]

### Questão norteadora:

Qual o caminho a ser trilhado pelo Open Finance no Brasil até 2030 para consolidar-se como um ecossistema de inovação, promover a universalização dos serviços financeiros, garantir a segurança e privacidade dos dados dos usuários, promover a inclusão financeira da população, sustentado pela oferta de novos produtos e soluções pelos bancos, fintechs e outros entes envolvidos?

## Futuros possíveis: o Open Finance em 2030

Você já imaginou as possibilidades que o Open Finance pode trazer? Tem curiosidade de saber como será o ano de 2030? O Wancley Girardi, Mestre em Governança, Tecnologia e Inovação pela Universidade Católica de Brasília (UCB), juntamente com a professora Elaine Marcial, uma das maiores especialistas na Metodologia Foresight do país, compartilham essa curiosidade. Eles lideraram um estudo inovador para mapear os cenários futuros e as perspectivas do mercado para 2030, focando no ecossistema do Open Finance no Brasil.

### Objetivo do Estudo

O estudo visa identificar e analisar as sementes do futuro — tendências, incertezas e possíveis rupturas — que poderão impactar o Open Finance no Brasil. Esta pesquisa é essencial para entender como o mercado financeiro pode evoluir e quais forças motrizes serão cruciais para essa transformação.



**Wancley Girardi**  
Especialista Responsável

# Os Cenários

## 01 Open Finance regulatório

Após os primeiros anos da implementação do Open Finance no Brasil, com expectativa de ser um dos mais inovadores do mundo, mesmo marcado por um conjunto robusto de especificações regulatórias, observa-se que faltou interesse do mercado, colaboração entre os bancos e fintechs e, conseqüentemente, novas ofertas de crédito e soluções personalizadas aos usuários. Isso reforçou a condição de concentração das operações e dificultou a entrada de novos operadores no Sistema financeiro Nacional (SFN).

### REVISTA TECNOLOGIA FINANCEIRA

#### O que faltou para o Open Finance decolar no Brasil?

*O Open Finance, que era aposta para uma maior gama de serviços e maior democratização financeira parece ter desacelerado nos últimos anos.*

## 02 Sucesso do Open Finance

O Open Finance se consolidou como um ecossistema aberto de inovação no Brasil, caracterizando-se pela concorrência entre seus integrantes, grande volume de novas jornadas, produtos e serviços customizados ao contexto de cada cliente.

### REVISTA TECNOLOGIA FINANCEIRA

#### Poder nas Mãos do Usuário: O Triunfo do Open Finance no Cenário Financeiro Nacional

*Após doze anos, o Open Finance se consolida como um ecossistema de inovação no setor financeiro e abre as portas para outros universos do compartilhamento de dados.*

## 03 Protagonismo dos grandes bancos

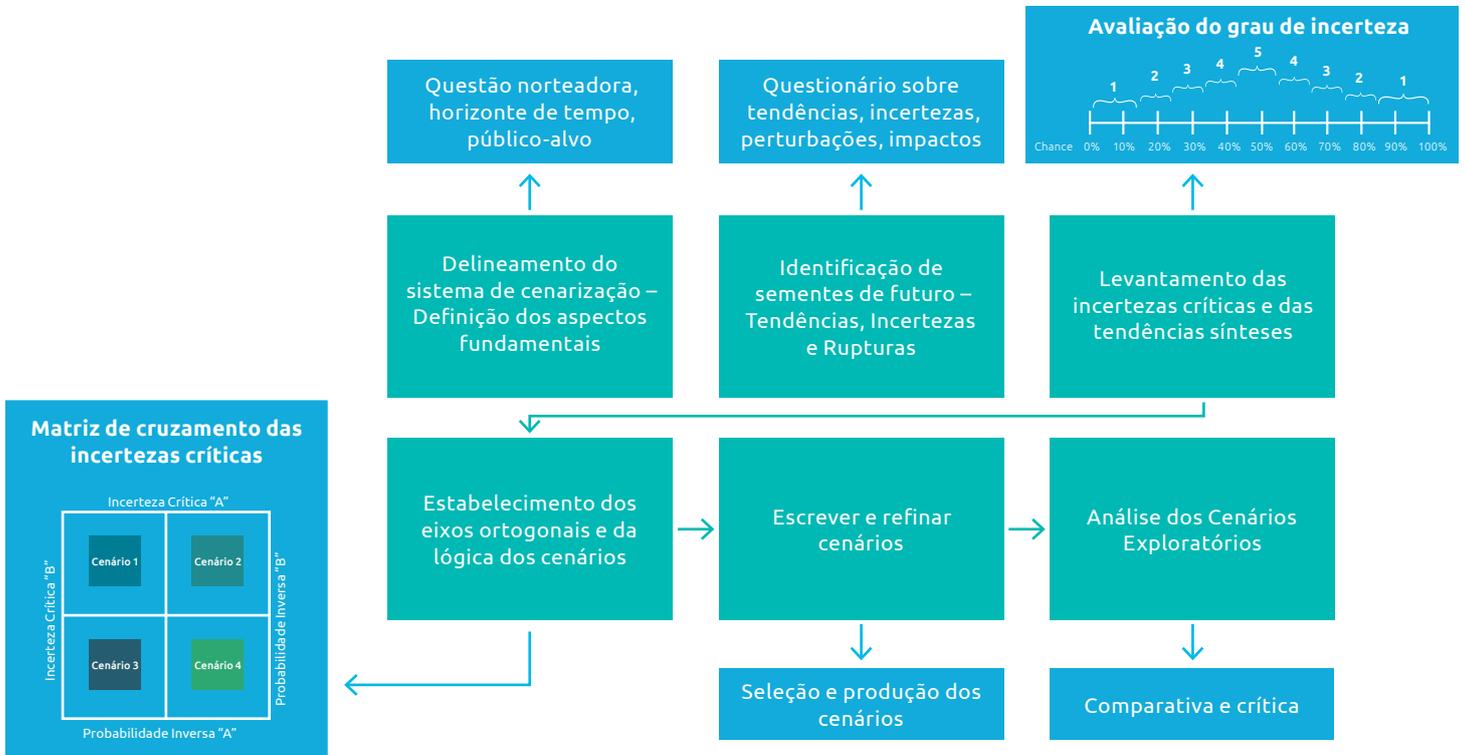
O Open Finance evoluiu sem oferecer grandes possibilidades de entrada e crescimento de novos players no setor financeiro brasileiro. Embora fintechs e empresas de tecnologia tenham investido em soluções para o ecossistema, os grandes bancos mantiveram o protagonismo baseado em sustentação de sua base de clientes e sendo os principais provedores de inovação para o setor.

### REVISTA TECNOLOGIA FINANCEIRA

#### Open Finance: Nada de novo no front.

*Embora seja evidente a evolução e alguns benefícios para o usuário, o Open Finance continua sendo protagonizado pelos grandes bancos que continuam detendo a concentração das operações financeiras do país.*

## Método aplicado para construção de cenários



### Identificação de sementes de futuro – tendências, incertezas e rupturas

Esta etapa foi iniciada com a preparação do questionário para levantamento de tendências, incertezas críticas e rupturas. Através desse questionário enviado aos especialistas, pretendeu-se identificar as sementes de futuro para construção dos cenários associados ao ecossistema Open Finance. Com a aplicação do questionário, chegou

ao total de 122 insights, distribuídos entre tendências, incertezas e rupturas.

A análise dos dados levantados na primeira etapa resultou em sete grandes tendências síntese, que são detalhadas a seguir.

**Aumento da competição**

**Demanda por melhor experiência**

**Inovação tecnológica**

**Regulação do ecossistema**

**Busca por equilíbrio econômico-financeiro**

**Busca por mais segurança**

**Busca por expansão do ecossistema**

## Identificação de sementes de futuro – tendências, incertezas e rupturas

### Aumento da Competição

A competição entre players de diversas indústrias se intensificará e o foco será melhoria das experiências do cliente. Empresas investirão em estratégias de engajamento e parcerias, para se destacar. A necessidade de diferenciação impulsionará a hiperpersonalização dos serviços.

### Demanda por Melhor Experiência

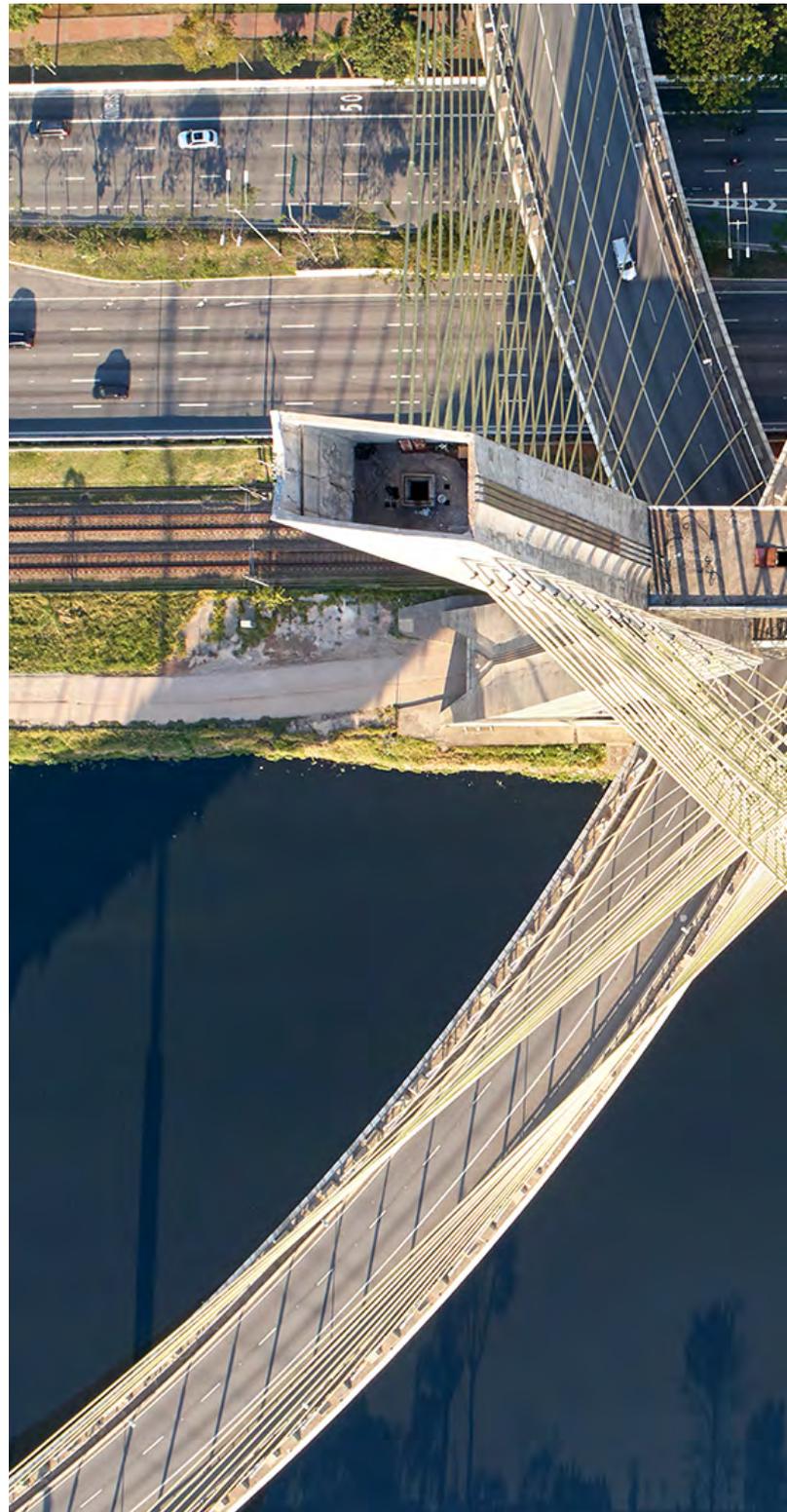
Redes sociais liderarão a Interface com o Cliente. Clientes exigirão experiências únicas, alinhadas aos seus valores e pontos de vista culturais, demandando soluções de engajamento altamente customizadas. A busca por interfaces, produtos e serviços completamente contextualizados e processos intuitivos se intensificará. Haverá a exigência por acesso integral e em tempo real aos dados financeiros. Design centrado no usuário e experiência digital são críticas.

### Inovação Tecnológica

IA generativa fará a interface e comandará todas as interações homem-máquina. O avanço contínuo da tecnologia, como IA e análise de dados, permitirá análises precisas dos dados, oferecendo personalizações acuradas. Processamento em Quantum trará uma velocidade e acuracidade nunca antes vistas, permitindo modelos de negócios inovadores.

### Regulação do Ecossistema

Ampliação das regulamentações que promovem a interoperabilidade e abertura de APIs aumentará a concorrência, proporcionando melhores serviços aos clientes. Cada vez mais, a redução das barreiras para novas empresas permitirá o desenvolvimento serviços inovadores sem infraestrutura bancária completa. Regulamentações favoráveis impulsionam a expansão do ecossistema, estabelecendo regras claras.





## Busca por Equilíbrio Econômico-Financeiro

A diversificação das fontes de receita melhorará a rentabilidade, explorando oportunidades além dos serviços tradicionais. O Open Finance oferecerá oportunidades para segmentos negligenciados, como microempreendedores e pessoas de baixa renda. Garantir resiliência e continuidade dos negócios será essencial para manter a confiança dos clientes. A demanda por serviços financeiros inclusivos impulsionará a expansão do ecossistema, especialmente em mercados emergentes.

## Busca por Mais Segurança

À medida que os clientes se sentem mais confortáveis com transações financeiras online, se engajarão ainda mais com serviços digitais. As ameaças cibernéticas em evolução tornarão a segurança uma prioridade crítica, exigindo adaptações contínuas na infraestrutura. A necessidade de proteger os direitos dos consumidores impulsionará a evolução das normas regulatórias.

## Busca por Expansão do Ecossistema

A interoperabilidade permitirá a integração de serviços financeiros com outros setores, criando oportunidades adicionais de inovação. A diversificação das fontes de receita melhorará a rentabilidade, explorando serviços beyond banking. A competição intensa entre instituições financeiras, fintechs e startups estimulará novos modelos de negócios, com players de outras indústrias.

## Matriz importância e probabilidade

O gráfico mostra uma análise cruzada de resultados, combinando as variáveis de importância e probabilidade. Foram priorizados para alocação de recursos e na implementação de estratégias para Alta Importância / Alta Probabilidade

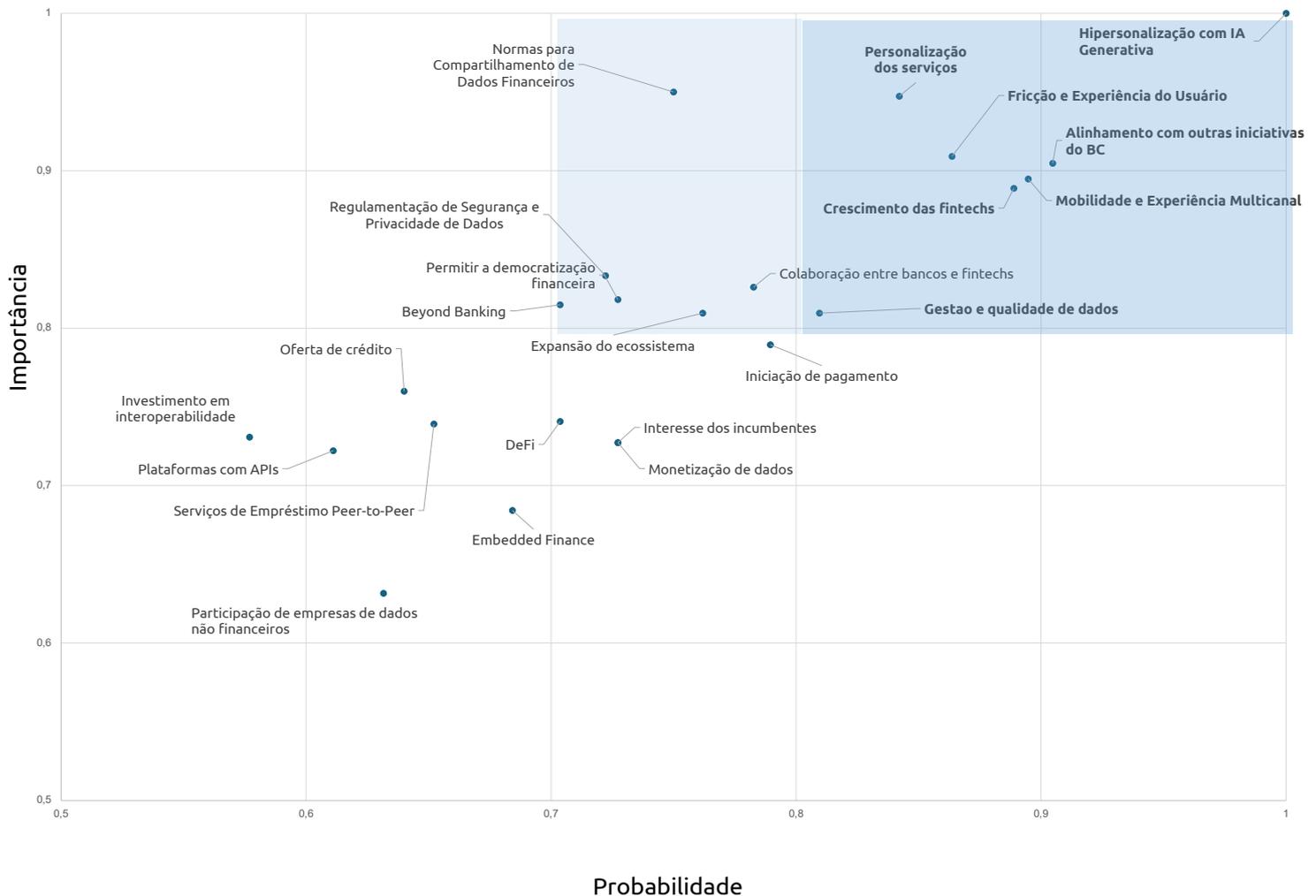
### Importância

A variável “Importância” representa o impacto que determinado fator ou evento pode ter na organização ou no projeto. Itens considerados de alta importância são aqueles

que, se ocorrerem, terão um efeito significativo no sucesso ou na falha das iniciativas.

### Probabilidade

A variável “Probabilidade” indica a chance de que um determinado fator ou evento ocorra. Isso pode ser baseado em dados históricos, tendências atuais, ou avaliações de especialistas.



## Principais cenários previstos

Análise morfológica de incertezas críticas sobre os cenários selecionados

Incertezas críticas	Ideias forças de Cenários possíveis		
	Open Finance Regulatório	Protagonismo dos grandes bancos	Sucesso do Open Finance
Hiperpersonalização com IA Generativa	Baixo investimento pois depende de uma estratégia de dados robusta	Estratégia de defesa dos grandes bancos em relação ao crescimento de soluções de terceiros	Fator de sucesso para os grandes bancos de varejo e oportunidade para Fintechs que ofereçam agregadores de contas e superapps
Alinhamento com outras iniciativas do BC	Alta aderência ao cenário, impulsionada pelos regulados no SFN		
Fricção e experiência do usuário / Mobilidade e experiência multicanal	Investimento moderado pelos grandes players do ecossistema, com moderada oportunidade para novos entrantes	Redução moderada devido ao baixo quantitativos de soluções, fintechs e startups dedicadas a jornada do cliente	Grande redução da fricção devido ao alto investimento em soluções e novas jornadas do cliente
Personalização dos serviços	Ocorre com o mínimo de iniciativas	Personalização Parcial, limitada ao ambiente de cada banco	Alta ocorrência, com grande volume de novas jornadas, produtos e serviços customizados ao contexto de cada cluster de clientes
Colaboração entre bancos e fintechs / Crescimento das fintechs	Ausência de colaboração (visão de concorrentes apenas)		Ocorre colaboração entre bancos e Fintechs (ecossistema de inovação)
Gestão e qualidade de dados	Baixo nível de ocorrência pela falta de justificativa (ROI) para investimento em uma estratégia de dados nas organizações	Grande esforço dos grandes bancos em definir e manter uma estratégia de qualidade de dados, uma vez que não existe uma iniciativa generalizada em todo o ecossistema	Grande aderência em função do retorno positivo no investimento em uma estratégia de dados nos grandes bancos e demais players, passando pela monetização de dados
Expansão do ecossistema	Não ocorre	Limitado apenas em serviços que envolvem jornadas de pagamento ou seguros	Open Finance em franca expansão, porém ainda com desafios regulatórios em outras áreas além do SFN
Normas para compartilhamento de dados financeiros	Grande probabilidade de evolução das diretrizes regulatórias, em especial pela importância da transparência e segurança		
Regulação de segurança e privacidade de dados	Grande evolução na regulação visando segurança e privacidade de dados, sustentada pelo investimento dos envolvidos		
Permitir a democratização financeira	Concentração do mercado	Não Ocorre	Democratização financeira ocorre através de novas ofertas mais acessíveis ao público geral
Beyond Banking	Dificuldade na implementação de estratégia devido ao interesse concentrado em apenas atender questões regulatórias.	Poucas iniciativas com parceiros dos bancos, demonstrando ser uma estratégia de nicho	Consolidação de estratégias como DeFi para além do ecossistema tradicional de banking

Legenda: Tipo de impacto no futuro do Open Finance

Ruim
Neutro
Positivo

## Tecnologias relevantes

	Open Finance Regulatório	Protagonismo dos grande bancos	Sucesso do Open Finance
Blockchain	Baixo	Alto	Alto
AI/GenAI	Baixo	Médio	Alto
Big Data / Data Analytics	Médio	Alto	Alto
Cloud Computing	Alto	Alto	Alto
IoT	Baixo	Baixo	Médio

# O cliente Open Finance





## Foco e Informações sobre o Consumidor Final

Este ano, nosso desafio foi aprofundar o foco e fornecer mais informações sobre o consumidor final. Em nosso mapeamento, buscamos entender: quem usou, por que usou, o que gostou, o que não gostou e que valor ele percebeu. Além disso, buscamos mapear comportamentos de principalidade e abertura para operar com outros mercados (Open Data).

Observamos que o conhecimento do termo “Open Finance” praticamente não se alterou, de 2023 para 2024, permanecendo estável em 64%, com pouca disseminação entre as pessoas. As ações promovidas por bancos e carteiras digitais, de que são clientes, correspondem a 78% desse conhecimento. O Open Finance ainda não “caiu no boca a boca”, já que a **comunicação entre pessoas conhecidas não supera 10%**.

## Crédito como Principal Motivador

O crédito continua sendo o maior motivador para a adesão ao Open Finance, com 49% da amostra afirmando que deu consentimento para compartilhar seus dados na expectativa de obter melhores serviços de crédito (cartões, financiamentos e empréstimos).

Entre os que não aderiram, a **portabilidade de crédito** é o recurso do Open Finance que mais os faria aderir, representando 48%.

## Satisfação com o Processo de Adesão

O processo de adesão ao compartilhamento de dados obteve uma média de satisfação de 7,80, enquanto a jornada de iniciação de pagamentos recebeu uma média de 8,30 (em uma escala de 0 a 10). Entre os que aprovam os processos, os principais motivos são a facilidade e agilidade. Por outro lado, entre os que deram notas abaixo de 5, a **falta de entendimento no processo e no objetivo de aderir foram os motivos mais comuns**.

## Queda nos Benefícios Percebidos

Apesar do conhecimento sobre o Open Finance permanecer alto, assim como a satisfação com o processo, notamos uma queda nos benefícios percebidos entre os que aderiram. “Tenho mais controle e segurança dos meus dados” foi o único benefício que obteve mais de 50% de concordância entre os que aderiram ao Open Finance.

## O Índice de Maturidade | Consumidor PF

O Índice de Maturidade PF avalia o **grau de adoção e confiança dos consumidores em relação ao Open Finance**.

### Relembrando a 1ª. Edição

Na primeira edição, realizada em 2023, o **Índice de Maturidade do Consumidor PF** foi de 5,34 em uma escala de 0 a 10. Esta avaliação considerou quatro atributos e pesos definidos pelo Comitê Executivo, à época: conhecimento e entendimento sobre Open Finance/Banking, confiança de que as instituições financeiras mantêm dados seguros, confiança em compartilhar dados apenas com empresas autorizadas, e confiança em comprar serviços financeiros de diferentes instituições. Esses atributos refletiam principalmente a percepção sobre o Open Finance, pois informações de uso ainda eram difíceis de mapear, devido à adesão ainda era baixa, naquele momento.

### Abordagem na 2ª Edição

Para a segunda edição, fizemos três alterações cruciais, que mostrariam com mais acuracidade o nível de maturidade: **removemos o Conceito “Open Banking” do mapeamento de Awareness**, uma vez que o termo já deixou de ser usado há aproximadamente 3 anos, pelo mercado.

Além disso, **incluímos variáveis de Uso** (cessão do consentimento, tanto para dados como para pagamentos), essenciais para demonstrar o consumo de produtos e serviços, bem como **incluímos questões de maturidade digital**, que demonstram o quanto o cliente tem capacidade



de se proteger e extrair valor de ambientes digitais.

Então, em 2024, o **Índice de Maturidade** foi de 4,70 em uma escala de 0 a 10, indicando uma retração em relação ao ano anterior. Surpreendentemente, um dos principais motivos para a retração do índice em 2024, foi a **queda na confiança nas instituições financeiras**.

Se mantivéssemos os mesmos quatro atributos e pesos de 2023, o índice em 2024 seria de 5,08, ou seja, ainda seria inferior ao ano anterior.

Veremos ao longo das próximas páginas que, apesar da queda no índice geral de maturidade, de 2023 para 2024, a inclusão de novos atributos oferece uma visão mais completa dos fatores que influenciam a adoção e confiança dos consumidores. Essa maturidade aponta claramente que é **essencial focar em estratégias que aumentem o conhecimento, confiança e uso dos serviços Open Finance, reforçando a segurança e o valor percebido pelos consumidores**.

## Evolução do índice de maturidade PF

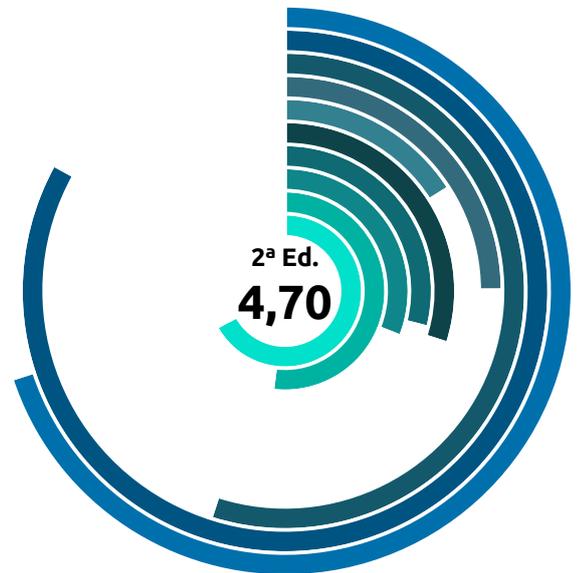
Índice de Maturidade da **1ª Edição do estudo Open Finance** considerando os 04 atributos e pesos definidos pelo Comitê em 2023.

Índice de Maturidade da **2ª Edição do estudo Open Finance** considerando 10 atributos e pesos definidos pelo Comitê em 2024.

	1ª Ed.	2ª Ed.
Conhecimento e entendimento sobre Open Banking ** / Open Finance	80%	67%
Confiança - dados em segurança	58%	52%
Confiança - compartilhamento com autorização	30%	31%
Confiança - adquirir serviços financeiros	28%	29%
Deu consentimento de dados cadastrais e transacionais	*	30%
Deu consentimento para iniciação de pagamentos	*	16%
Já usou / conhece, mas não usou serviços Open Finance	*	25%
Familiaridade com atividades digitais	*	55%
Ações para manter dados em segurança	*	83%
Entendimento do valor dos seus dados	*	70%

\* Atributos inseridos na pesquisa de 2024

\*\* Termo "Open Banking" retirado do questionário de 2024



Se mantivéssemos os mesmos 04 atributos e pesos de 2023, o índice em 2024 seria de **5,08**

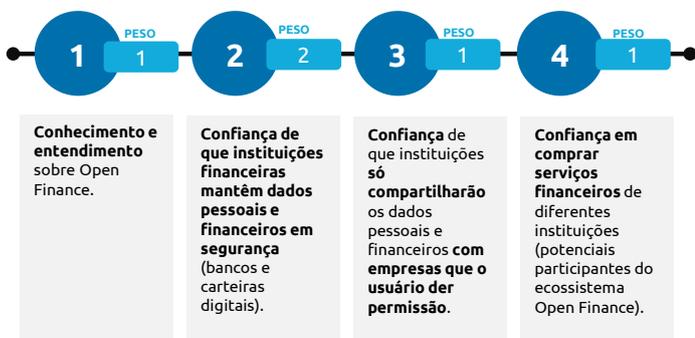
Sendo as duas principais causas a retirada da opção "Open Banking" da pergunta de conhecimento e a queda na confiança nas instituições financeiras em manter os dados seguros.

### Principais motivos para o aumento do Índice 2024:

- Entrada do consentimento, que representa menos de 30% da amostra
- Além da queda no conhecimento com a retirada do Open Banking das alternativas
- Baixo uso de serviços Open Finance entre os que aderiram
- Queda na confiança nas instituições financeiras em manter seus dados seguros

## Construção do índice de maturidade PF 2ª edição

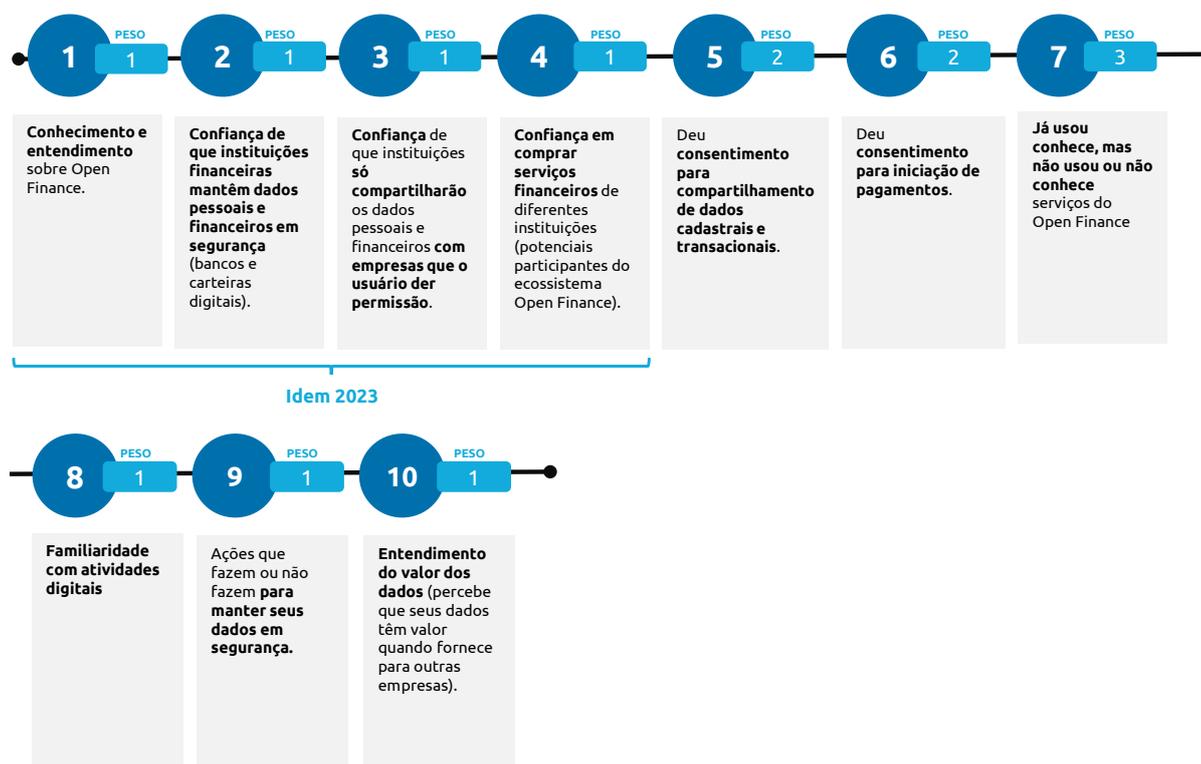
### Perguntas utilizadas para compor o índice de 2023 (882 entrevistas)



Como o entendimento sobre a adesão ao Open Finance ainda era muito baixo em 2023, optamos por construir um índice que **media o grau de conhecimento sobre o tema e a confiança que as pessoas tinham com as instituições financeiras.**

Em 2024, aprimoramos o índice incluindo atributos de consentimento, uso e conhecimento de serviços Open Finance, familiaridade digital, capacidade de manter seus dados em segurança e entendimento do valor dos dados.

### Perguntas utilizadas para compor o índice de 2024 (918 entrevistas)

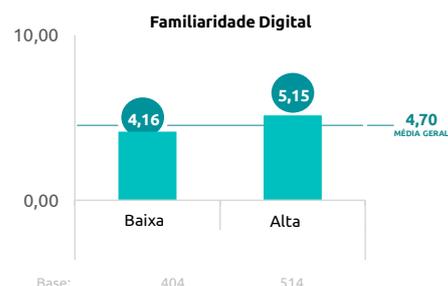
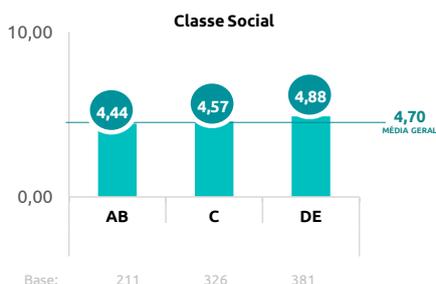
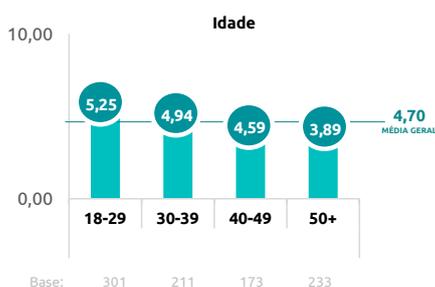


## Índice de Maturidade do Open Finance PF – 2ª Edição (visão por perfis)

Os perfis que se mostram mais maduros, considerando os 10 atributos e pesos são:

- **Mais jovens** (confiam mais e são mais digitalizados)
- **Classe DE** (maior volume de consentimentos)
- Os que têm um consumo e familiaridade digital mais altos

## Gráfico 35. Índice de maturidade consumidores 2ª edição do estudo



## A confiança e conhecimento caíram!

Em torno de 60% das pessoas têm duas ou mais contas bancárias, sejam elas tradicionais ou digitais. No entanto, a maioria (56%) ainda não centraliza seu uso em um único provedor, indicando que ainda existem oportunidades para a principalidade bancária.

Além disso, 40% dos consumidores já controlam suas finanças via aplicativos de bancos ou outros apps, apontando para um crescente uso de ferramentas de gerenciamento financeiro pessoal (PFMs). Entre os interesses identificados, 67% das pessoas pretendem buscar crédito nos próximos 12 meses, mas apenas 19% consideram contratar um empréstimo ou financiamento de forma online. Isso revela uma barreira significativa para a digitalização completa dos serviços financeiros.

A confiança nas instituições financeiras tradicionais, embora ainda alta, está em declínio. O Índice Nacional de Confiança (INC) atingiu 99 pontos em março de 2024, registrando uma queda de 2,9% em comparação com o mês anterior e de 3,9% em relação ao mesmo período de 2023.<sup>10</sup> Essa

desconfiança refletiu diretamente na pesquisa desse ano. O percentual de consumidores que **confiam muito que os bancos tradicionais manterão seus dados seguros** caiu de 74% em 2023 para 63% em 2024.

Além disso, **apenas 48% estão dispostos a compartilhar dados com empresas**, uma queda em relação aos 57% de 2023. Esse declínio na confiança é preocupante, pois pode dificultar a adoção de novos serviços financeiros digitais. Em termos de familiaridade e compreensão sobre o uso e proteção de dados, 49% dos consumidores afirmam entender como seus dados serão usados e como devem protegê-los. Contudo, este foi o segundo índice mais baixo entre a familiaridade com atividades digitais.

A **segurança de dados continua sendo uma grande preocupação, com 83% das pessoas** concordando que não realizam atividades passíveis de fraude ou realizam apenas quando necessário, indicando um alto nível de preocupação com a segurança de dados. Além disso, **70% dos consumidores têm consciência**

sobre o valor dos seus dados, sendo que 52% sabem que as empresas ganham dinheiro ao ter acesso a eles. Esta percepção sobre o valor dos dados pessoais pode influenciar a disposição dos consumidores em compartilhar informações com terceiros.

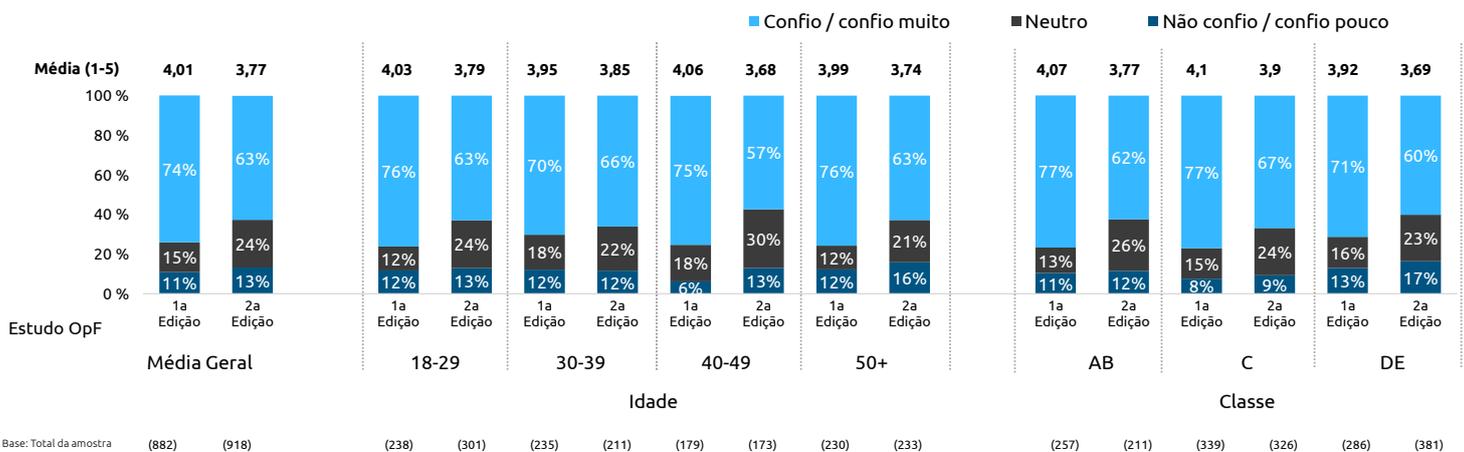
Por fim, poucas mudanças foram observadas na confiança em comprar serviços financeiros de empresas fora do setor tradicional. Setores como companhia aérea, varejo e educação continuam com

destaque, enquanto empresas de streaming e redes sociais apresentam um crescimento na confiança como provedoras de serviços financeiros. Esses achados demonstram a necessidade de reforçar a segurança e transparência no manejo dos dados dos consumidores e de aumentar os esforços para educar e informar os consumidores sobre os benefícios e proteções associadas ao Open Finance. A construção de uma base sólida de confiança é essencial para o futuro sucesso da digitalização financeira.

## Confiança em bancos tradicionais x perfil

A queda mais acentuada na confiança dos consumidores ocorreu com os bancos tradicionais. Ao darmos um zoom nos perfis, vemos que esta redução é comum a todos os perfis, indicando um sentimento da população e não uma ocorrência em um ou outro segmento.

### Gráfico 36. Confiança que os bancos tradicionais manterão seus dados em segurança (por perfil sociodemográfico)

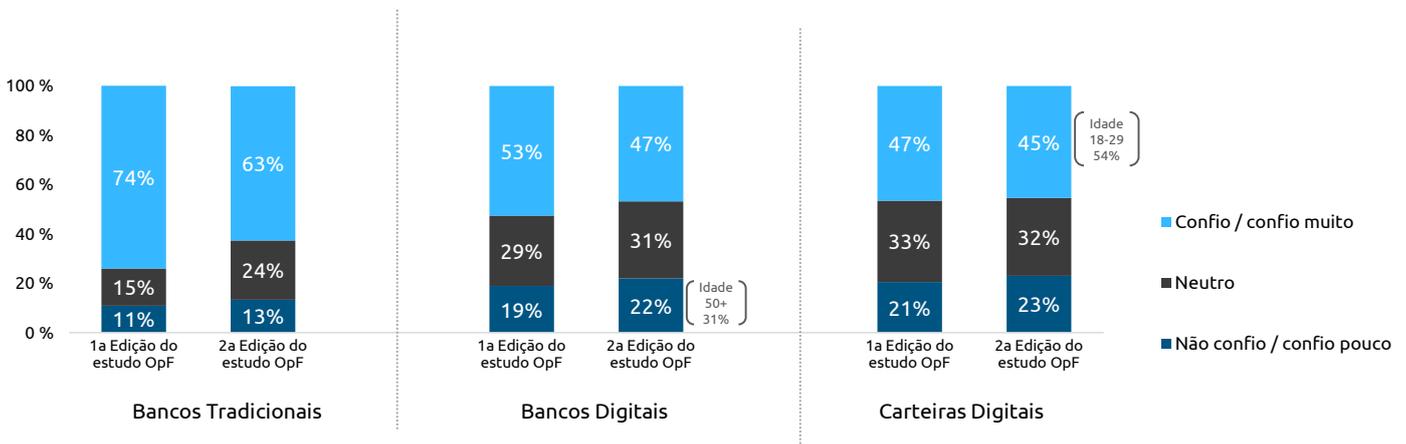


27. Pensando nas instituições abaixo, o quanto você confia que elas mantêm seus dados pessoais e financeiros em segurança? Pense em uma escala de 1 a 5, em que 1 é não confio que mantêm meus dados seguros e 5 é confio muito. [RESPOSTA ÚNICA]

## Confiança que bancos e carteiras digitais manterão os dados em segurança

Notamos uma redução na confiança das pessoas com bancos tradicionais (migração de notas máximas para neutra). O mesmo não acontece com o perfil que deu consentimento. Pode ser um reflexo da queda de confiança geral do consumidor dados o nível alto de endividamento da população.<sup>11</sup>

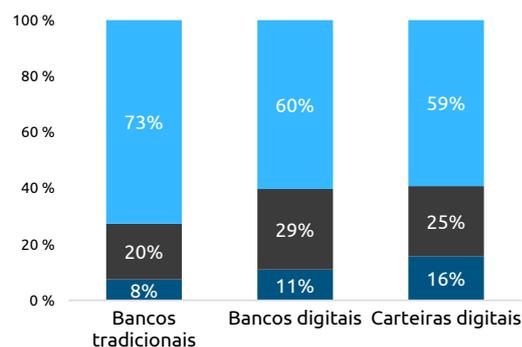
### Gráfico 37a. Confiança que o setor financeiro manterá seus dados em segurança



Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

27. Pensando nas instituições abaixo, o quanto você confia que elas mantêm seus dados pessoais e financeiros em segurança? Pense em uma escala de 1 a 5, em que 1 é não confio que mantém meus dados seguros e 5 é confio muito. [RESPOSTA ÚNICA]

### Gráfico 37b. Confiança que o setor financeiro manterá os dados em segurança somente entre quem deu consentimento

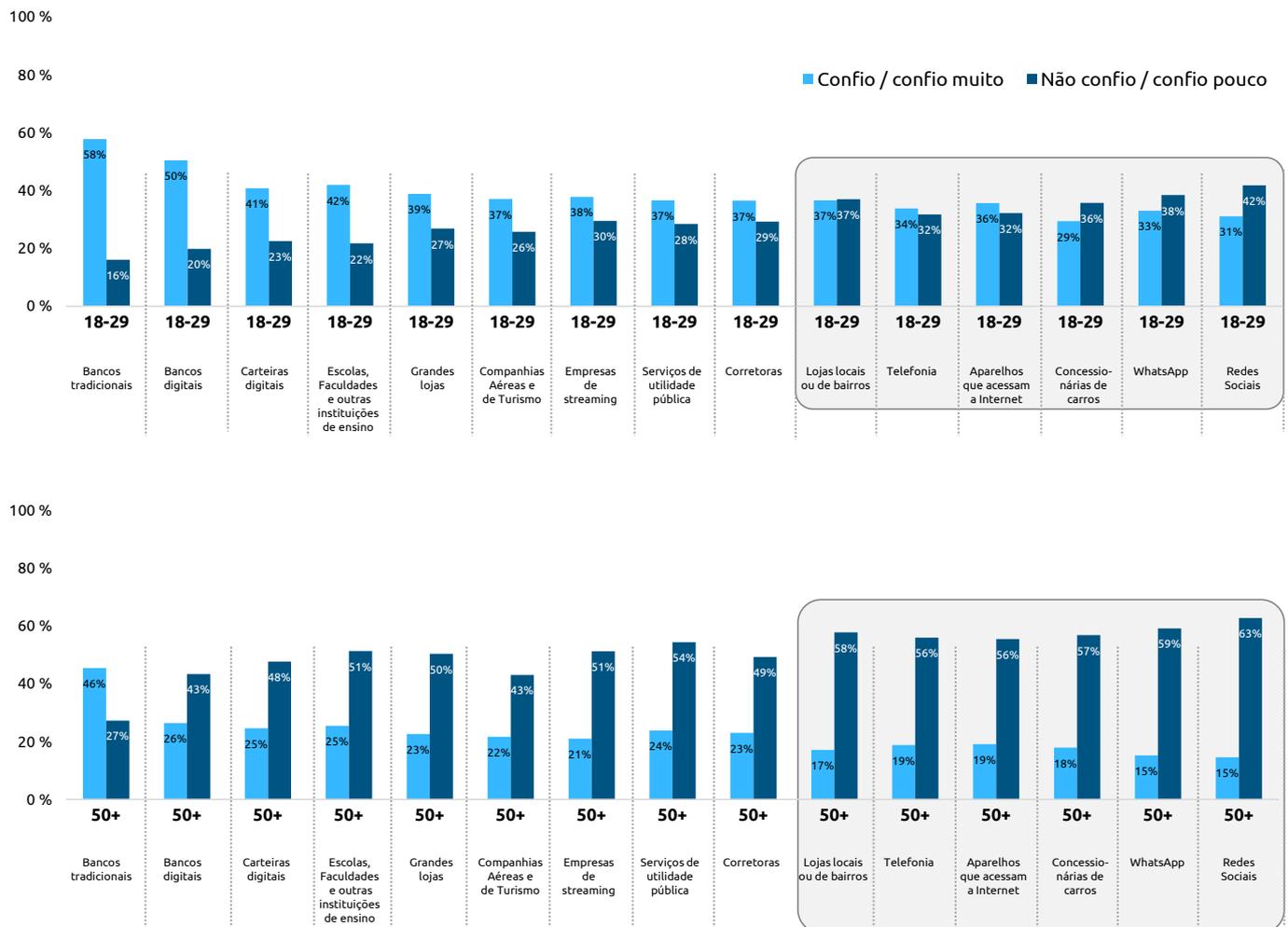


Deu consentimento: respondeu que SIM para compartilhamento de dados e/ou iniciação de pagamentos.

## Confiança em compartilhar dados apenas com empresas autorizadas (diferenças por extremo de idade)

Bancos tradicionais são os únicos em que os dois extremos de idade confiam mais do que não confiam. A partir de bancos digitais, vemos que a maioria das pessoas acima de 50 anos passam a não confiar. Essa diferença chama a atenção em lojas de bairro, telefonia, IoT, concessionárias, WhatsApp e redes sociais.

Gráfico 38. Diferenças conforme a **idade** sobre a confiança que a empresa irá compartilhar os dados somente com quem você deu permissão



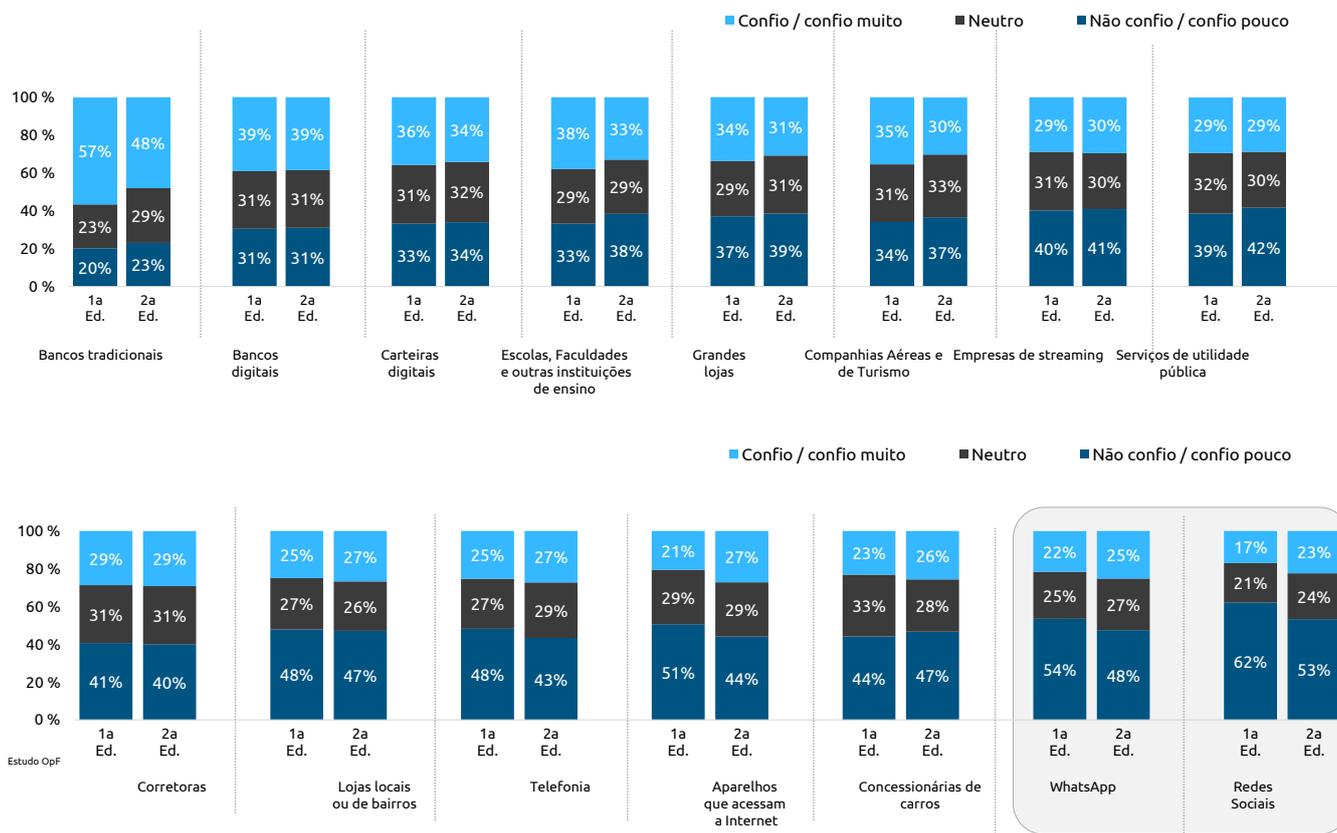
Base: Total da amostra 2ª Edição (918)

28. Imaginando que você deu permissão para a empresa abaixo compartilhar seus dados pessoais (nome, idade, CPF, etc..) e financeiros (extrato do banco, fatura do cartão, empréstimos, etc..) com outra empresa, o quanto você confia que ela vai compartilhar os seus dados SOMENTE com as empresas que você permitiu e não com outras empresas? Pense em uma escala de 1 a 5, em que 1 é não confio e 5 é confio totalmente. [RESPOSTA ÚNICA POR LINHA]

## Confiança em compartilhar dados apenas com empresas autorizadas

Instituições financeiras ainda são as que detêm o maior volume de confiança dos usuários, quando questionados sobre o uso de seus dados com responsabilidade, apesar de queda na confiança em bancos tradicionais, também neste quesito. WhatsApp e Redes Sociais mostram leve aumento na confiança, apesar de índices mais baixos entre as alternativas.

Gráfico 39. Quanto confia no compartilhamento de seus dados apenas com empresas autorizadas por você



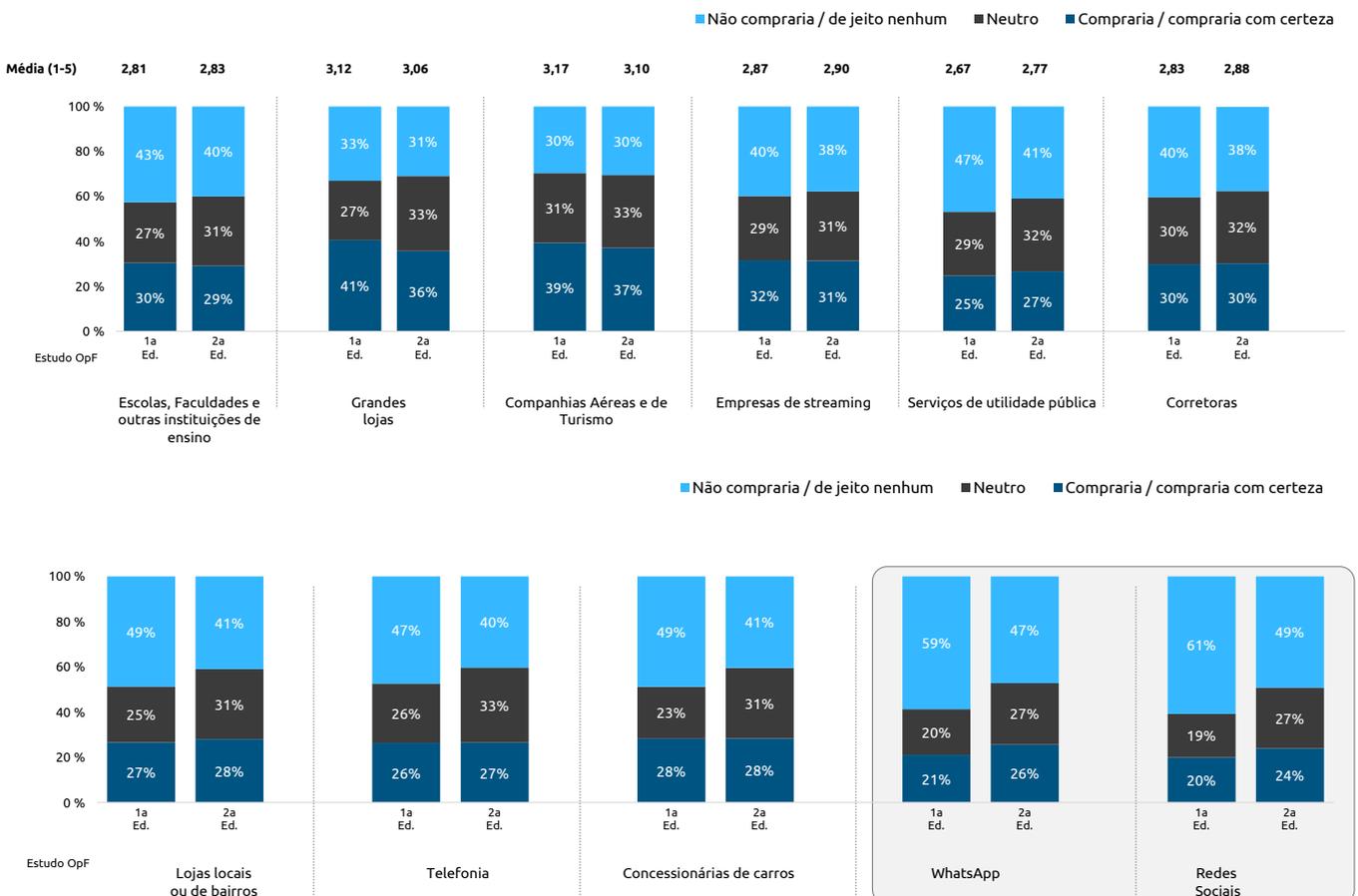
Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

28. Imaginando que você deu permissão para a empresa abaixo compartilhar seus dados pessoais (nome, idade, CPF, etc..) e financeiros (extrato do banco, fatura do cartão, empréstimos, etc..) com outra empresa, o quanto você confia que ela vai compartilhar os seus dados SOMENTE com as empresas que você permitiu e não com outras empresas? Pense em uma escala de 1 a 5, em que 1 é não confio e 5 é confio totalmente. [RESPOSTA ÚNICA]

## Empresas não financeiras que comprariam serviços financeiros

Poucas mudanças quando comparamos com 2023. Companhias aéreas, grandes lojas de varejo, escolas/faculdades são as que atingem maiores índices de concordância (aproximadamente 30% e 40%), pois já são mais familiares em parcelamentos e ofertas de cartões. Destaque para aceitação de empresas de streaming e crescimento de “neutro” para WhatsApp e Redes Sociais.

### Gráfico 40. Outras empresas das quais compraria serviços financeiros



Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

30. Pensando que serviços financeiros (conta corrente, cartão de crédito, opções de investimento, seguros, etc.) possam ser oferecidos por outras empresas além de bancos e carteiras digitais, de quais empresas você os compraria?

## Já ouviram falar do Open Finance e como ficaram sabendo

Patamar de awareness do termo Open Finance permaneceu praticamente igual a 2023, em 64%. Entre os principais motivos, vemos que comunicações feitas por bancos e carteiras digitais que têm conta são a maioria. Atividades “boca a boca” ainda são baixas e não superam 13% de recall.

Gráfico 41. Já ouviu falar no termo Open Finance

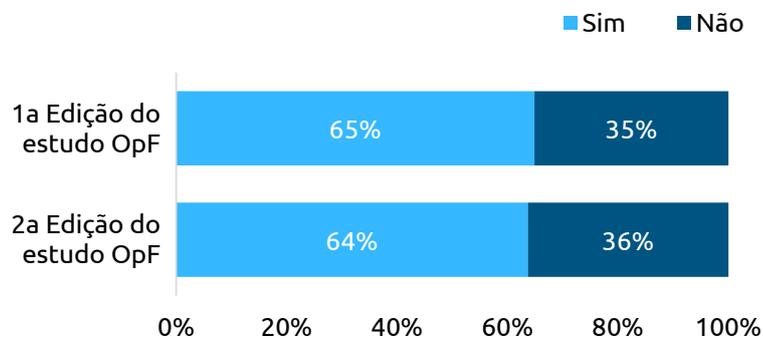
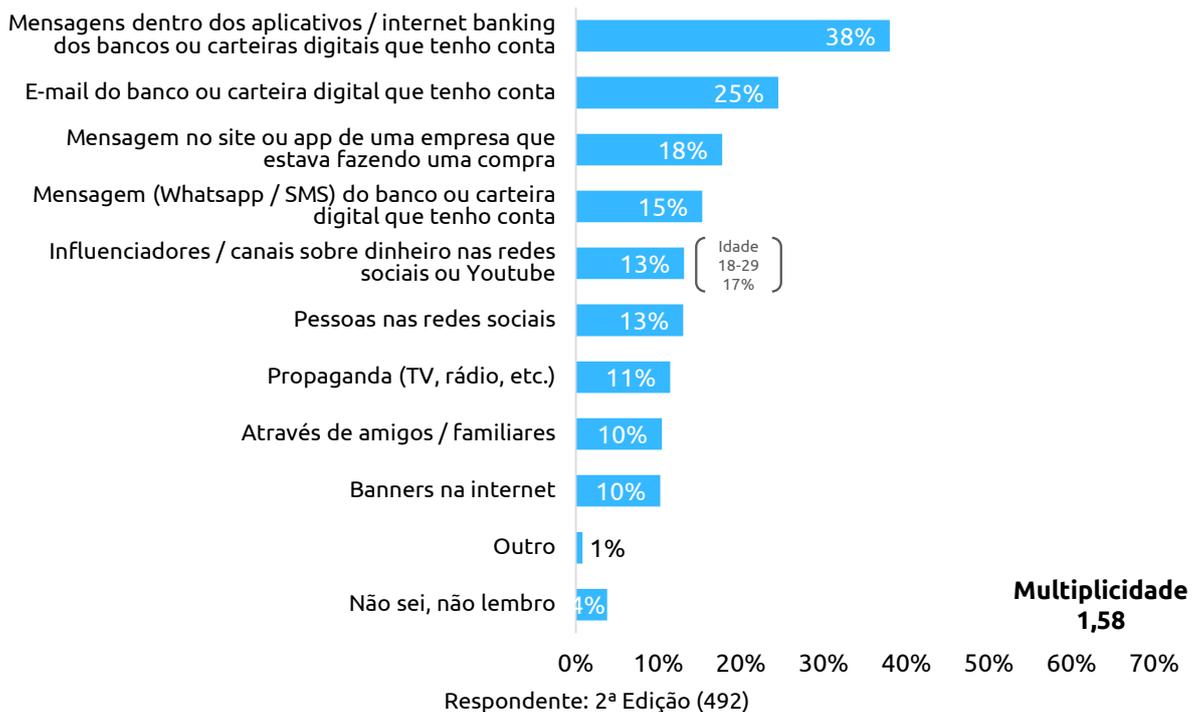


Gráfico 42. Como ficou sabendo do Open Finance



Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

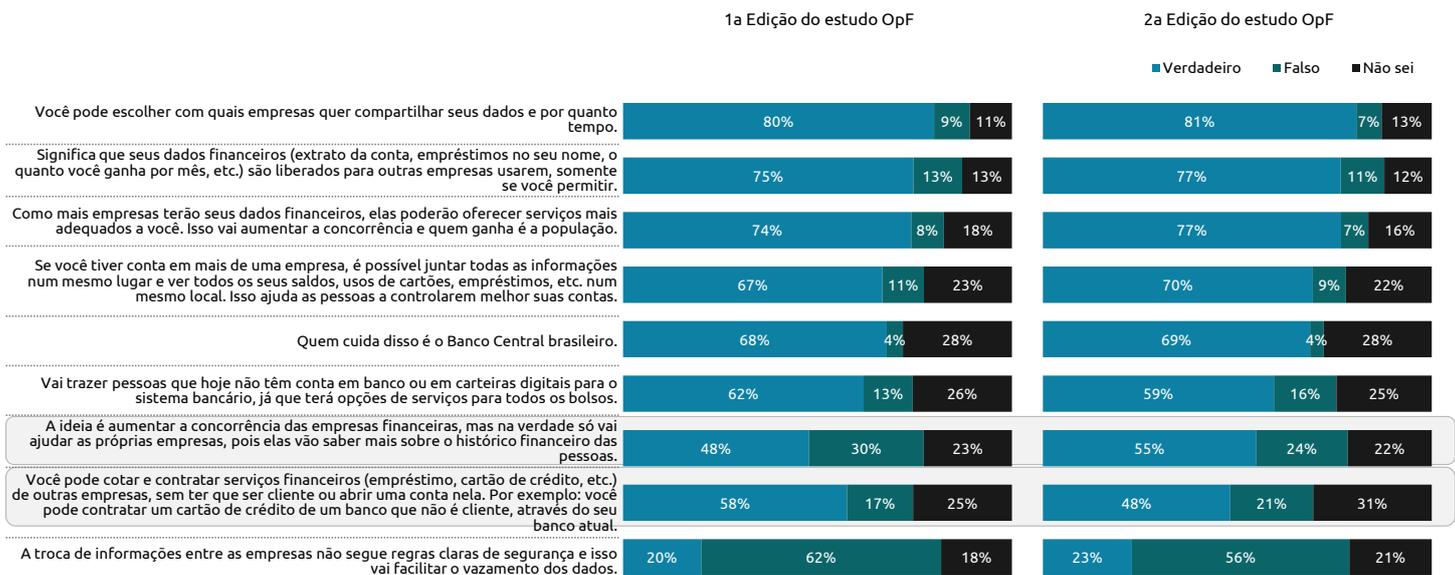
2. Você já ouviu falar no termo OPEN FINANCE? [RESPOSTA ÚNICA]

23. [DEU CONSENTIMENTO] Como você ficou sabendo do Open Finance? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

## Conhecimento sobre o Open Finance

Também vemos poucas mudanças sobre o quanto conhecem sobre o Open Finance. As maiores mudanças foram um aumento nas pessoas que acham que o Open Finance só vai ajudar as empresas e uma queda em saber que poderá contratar serviços de uma instituição sem ser cliente.

### Gráfico 43. Teste de verdadeiro ou falso sobre Open Finance



Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

3. Pensando em OPEN FINANCE, assinale qual é a sua opinião sobre as frases abaixo. [RESPOSTA ÚNICA]

## A principalidade

Já havíamos apontado, no relatório 2023, que a **Principalidade foi o maior objeto de interesse entre as instituições que aderiram ao Open Finance**. O conceito do Super APP, trazido pelo Banco Central<sup>12</sup>, somente poderia ser realizado se o cliente escolhesse um banco ou instituição financeira como seu principal fornecedor de serviços.

E, vejam que esse movimento começa a se confirmar, ainda que sutilmente, no mercado. No ano passado, 37% das empresas entrevistadas já estavam utilizando dados abertos para gerir suas bases e, destas, 72% afirmavam que conseguem fazer essa atividade de forma melhor por conta do Open Finance.

Este ano, o **número de empresas usando dados saltou para 69%**, e todos os indicadores de gestão aumentaram também. (vide Gráfico 23. **Empresa usa dados disponibilizados por frentes Open para gestão de clientes x concordância sobre aumento nos resultados obtidos com temas Open**, na Página 48).

### Evolução do Comportamento de Principalidade

Na primeira edição do estudo, observou-se que 58% dos consumidores possuíam mais de uma conta bancária ou carteira digital e utilizavam todas, enquanto 42%

concentravam o uso em uma única instituição.

Na segunda edição, em 2024, esses números já começaram a mudar. Temos, agora, **56% dos consumidores ainda utilizando várias contas de acordo com suas necessidades e 44% optando por centralizar o uso em uma única instituição.** Esta mudança sutil sugere a tendência de aumento na concentração de serviços financeiros em uma única instituição, possivelmente motivada pela busca de **conveniência e melhores ofertas integradas.** Mas, como dito anteriormente, vale notar que - ainda - menos da metade das pessoas que têm mais de um serviço financeiro concentram suas atividades em uma instituição

## Controle Financeiro e Preferências de Uso

Os dados mostram que **40% dos consumidores já utilizam aplicativos de bancos ou outros provedores para gerenciar suas finanças,** enquanto 41% ainda preferem métodos offline. Além disso, 19% dos entrevistados afirmaram que não controlam suas finanças de maneira organizada. Esse dado é crucial para entender a adoção de tecnologias financeiras e a principalidade, pois demonstra que ainda há um **mercado de 60% de consumidores para a digitalização e centralização dos serviços financeiros.**

## Compartilhamento de Dados e Satisfação

Quando se trata de **compartilhar dados entre instituições financeiras, a média de satisfação dos consumidores foi de 7,80** em uma escala de 0 a 10, com 42% se declarando satisfeitos, 34% neutros e 24% insatisfeitos. Este índice de satisfação é indicativo da percepção de valor e

segurança que os consumidores têm ao compartilhar seus dados, o que impacta diretamente na confiança e na escolha de uma instituição como principal. Entre os **usuários que compartilharam com mais de 5 instituições, o número cresce para 62% de satisfeitos.**

## Quantidade de Produtos Financeiros

Em relação à quantidade de produtos financeiros possuídos pelos consumidores, **59% têm entre duas e quatro contas, carteiras digitais ou cartões de crédito.** Este dado reflete uma diversificação na utilização de serviços financeiros, mas também aponta para uma oportunidade de instituições financeiras capturarem a principalidade ao oferecer pacotes integrados e vantagens competitivas.

## Conclusão

A análise dos dados sobre principalidade revela uma evolução sutil, mas digna de ser monitorada, na centralização de serviços financeiros. A confiança nas instituições financeiras e a satisfação com o compartilhamento de dados são fatores críticos que influenciam a principalidade. Com a crescente adoção de aplicativos financeiros para controle de finanças, as instituições têm uma oportunidade significativa de consolidar a principalidade ao oferecer segurança, conveniência e benefícios integrados aos seus clientes. A chave para o futuro será **aumentar a confiança e a educação dos consumidores sobre os benefícios de centralizar seus serviços financeiros,** ao mesmo tempo que se promove a **segurança e a transparência no uso e compartilhamento de dados financeiros.**



## Com quantas instituições compartilhou seus dados e qual a satisfação com o processo

Em média, as pessoas compartilharam seus dados cadastrais e transacionais de com 2 a 3 instituições. Cerca de 42% deram notas 9 e 10 para a satisfação com o processo, indicando uma satisfação elevada.

Gráfico 44. Com quantas instituições compartilhou seus dados?

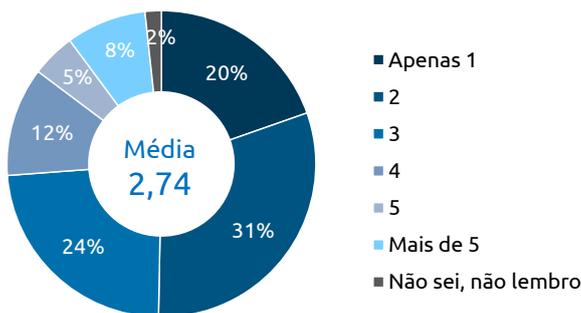
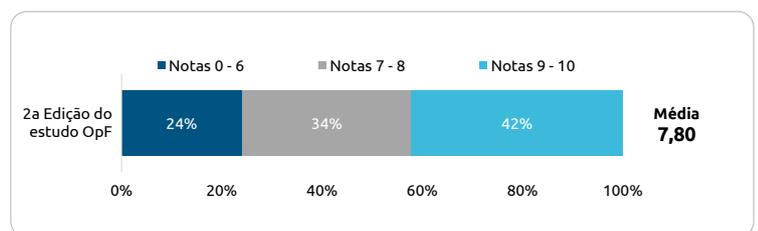


Gráfico 45. De 0 a 10, qual a satisfação com processo de compartilhamento de dados



Base: afirma que aderiu e fez a atividade em P5 (273)

6. Com quantas instituições você compartilhou seus dados? [RESPOSTA ÚNICA]

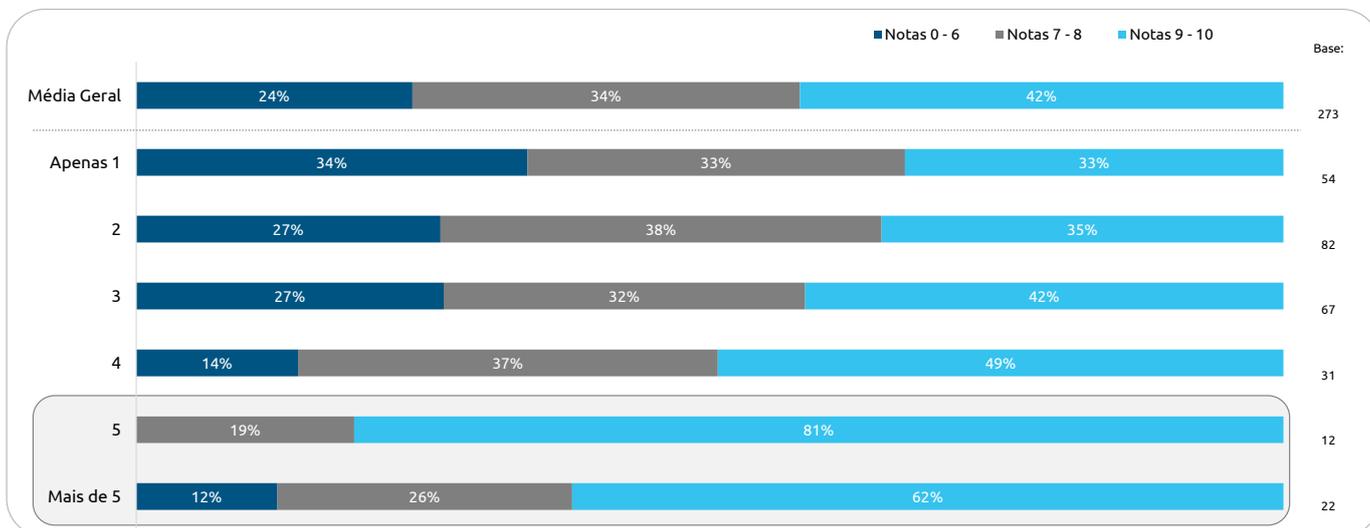
7. De 0 a 10, quão SATISFEITO você está com esse processo de compartilhar dados entre instituições financeiras? [RESPOSTA ÚNICA]

## Satisfação com compartilhamento de dados cadastrais e transacionais vs. quantidade de empresas que compartilhou

Notas mais elevadas para a satisfação do processo de consentimento foram dadas entre aqueles que compartilharam com cinco ou mais instituições, apontando o papel relevante de CX no contexto Open Finance.



Gráfico 46. De 0 a 10, qual a satisfação com processo de compartilhamento de dados x Quantidade de empresas que compartilhou



Base: (273)

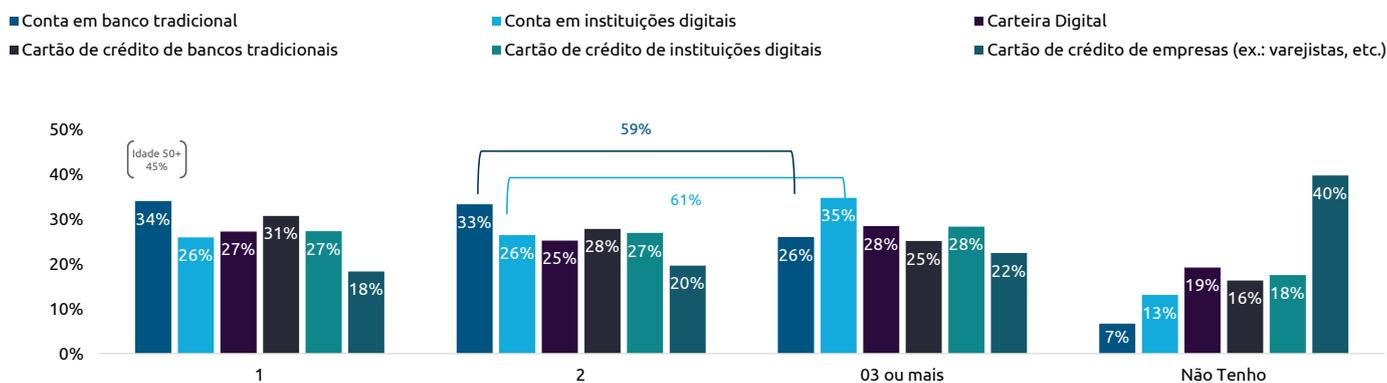
6. Com quantas instituições você compartilhou seus dados? [RESPOSTA ÚNICA]

7. De 0 a 10, quão SATISFEITO você está com esse processo de compartilhar dados entre instituições financeiras? [RESPOSTA ÚNICA]

## Quantidade de produtos de instituições financeiras

Cerca de 59% das pessoas têm mais de duas contas em bancos tradicionais e 61% têm mais de uma conta digital. Valores próximos a 60% para outros serviços financeiros, como carteiras digitais e cartões de crédito de bancos. Exceção para cartões de empresas, em que 40% afirmam não ter nenhuma.

Gráfico 47. Quantas contas, carteiras digitais ou cartões de crédito você possui em seu nome?



Base: Total da amostra (918)

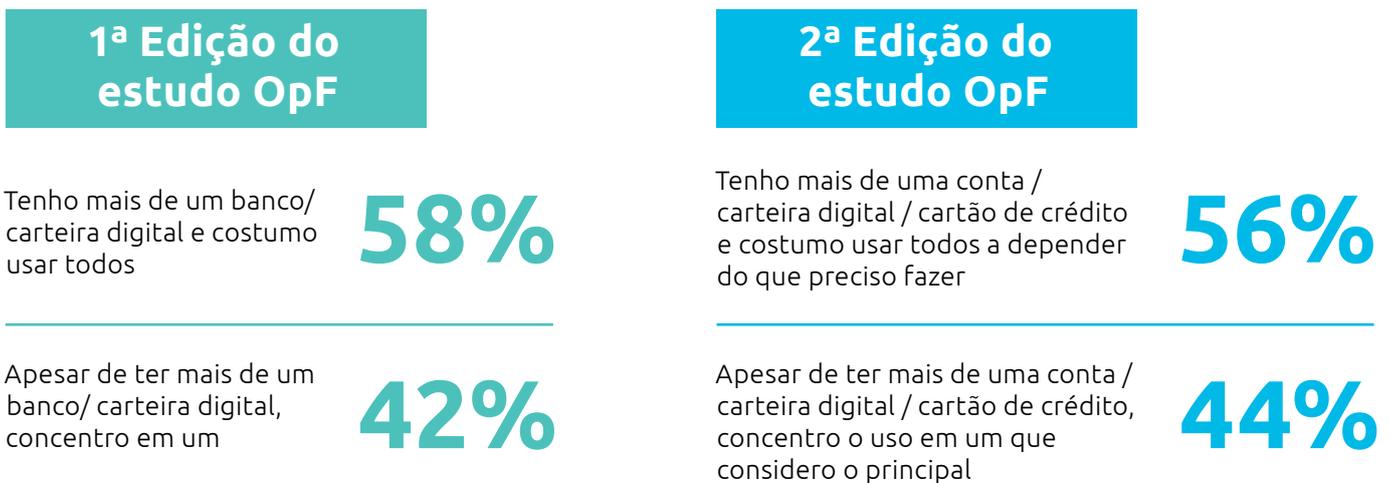
34. Atualmente, quantas contas, carteiras digitais ou cartões de crédito você possui, EM SEU NOME? [RESPOSTA ÚNICA]

[PERGUNTA NOVA]

## Principalidade

Desta maioria que tem mais de uma conta, carteira ou cartão de crédito, notamos sutis mudanças em aproximação à principalidade, quando comparamos a 2023. Maioria ainda prefere utilizar vários fornecedores a concentrar em apenas um.

### Gráfico 48. A Principalidade do Consumidor.

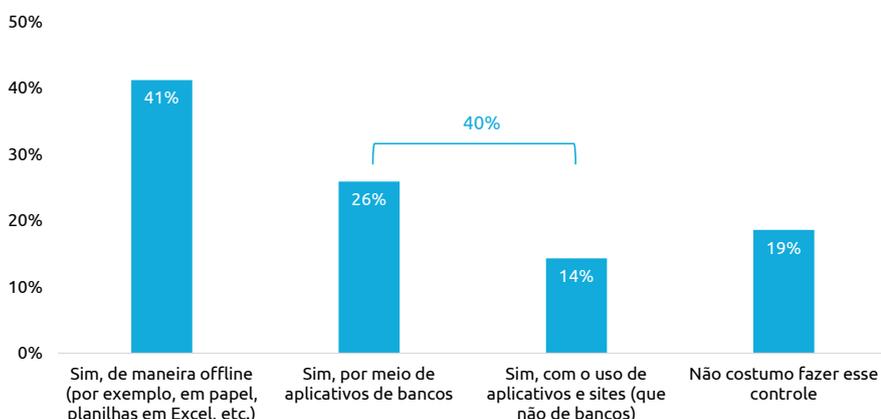


Base: Total da amostra 1ª edição (814) | 2ª Edição (801)  
36. Com qual das frases abaixo você mais se identifica? [RESPOSTA ÚNICA]

## Como controlam suas finanças

Com tantas transações financeiras, há oportunidades para PFM, uma vez que apenas 19% das pessoas não costumam controlar suas finanças e apenas 40% já o fazem via apps.

### Gráfico 49. Com costuma controlar suas finanças?



Cerca de 19% afirmam não fazer controle algum de suas finanças.

41% usam maneiras offline, porém 40% usam apps de bancos ou de outros provedores para gerir suas contas.

Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

40. Você costuma controlar suas finanças (por exemplo: quanto dinheiro recebe, quanto gasta, quanto precisar guardar, quanto quer investir)? [RESPOSTA ÚNICA]  
[PERGUNTA REFORMULADA EM 2024]

## A Jornada do Consentimento e seu impacto no Open Finance

O consentimento do consumidor é um elemento crucial na estrutura do Open Finance, determinando o quão confortáveis e dispostos estão os indivíduos a compartilhar seus dados financeiros com diferentes instituições.

### Consentimento para Compartilhamento de Dados

O processo de consentimento é uma jornada que envolve múltiplas etapas: desde o acesso ao aplicativo ou site da instituição financeira, passando pela escolha das instituições e tipos de dados a serem compartilhados, até a confirmação final.

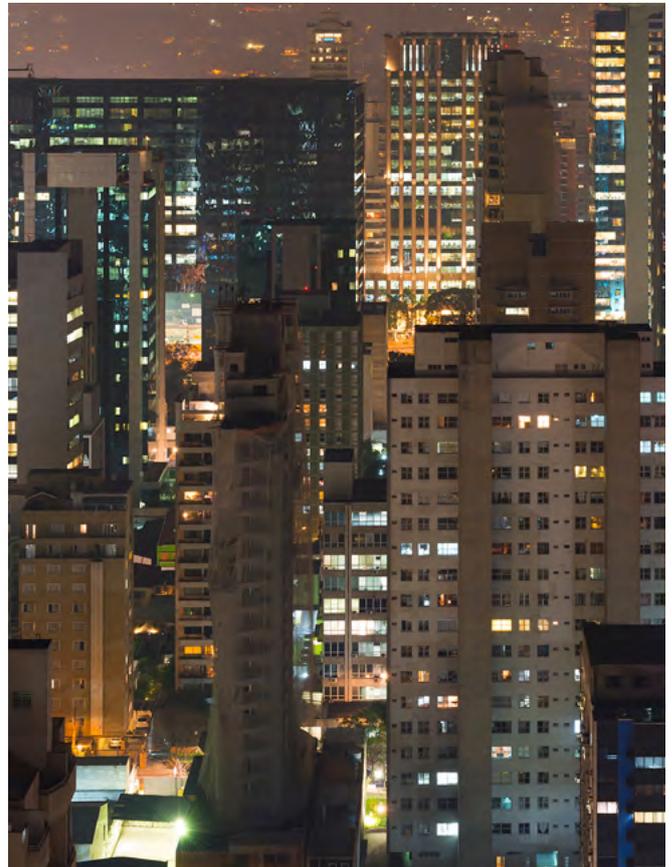
Em nossa pesquisa, observamos que 30% dos consumidores já passaram por esse processo (ainda que cerca de 40% não tenham chegado ao final, conforme dados do Open Finance Brasil<sup>13</sup>). Entre esses usuários há uma **média de satisfação de 7,80 em uma escala de 0 a 10, e 42% se declarando satisfeitos**. Esta satisfação é fundamental para a confiança e adoção contínua do Open Finance.

### Motivos para Adesão ao Open Finance

Os principal motivo para adesão ao Open Finance continua sendo um maior acesso ao crédito. Mas, quando removemos o outlier, podemos identificar interesses como a **intenção de obter ofertas ainda indisponíveis (34%) e pela facilidade de gerenciamento de finanças (35%)**.

### Desafios e Preocupações

Apesar dos benefícios percebidos, a confiança nas instituições financeiras tradicionais tem diminuído. Em 2023, 74% dos **consumidores confiavam que os bancos manteriam seus dados seguros, mas este número caiu para 63% em 2024**.



### Experiência de Compartilhamento e Satisfação

A experiência de compartilhamento de dados ainda apresenta desafios. Enquanto a média de 48% dos consumidores estão satisfeitos com o processo de uso de uma instituição para fazer pagamentos ou transferências, **21%, em média, estão insatisfeitos**. Os motivos de insatisfação incluem **complexidade do processo e preocupações com a segurança**, enquanto a facilidade de uso e a percepção de controle sobre os dados foram destacados como pontos positivos.

## Iniciação de Pagamentos, a favorita!

A iniciação de pagamentos via Open Finance é outro aspecto importante. Nossa pesquisa revelou que **38% dos consumidores já utilizaram esta funcionalidade para realizar um PIX**. A satisfação com este processo é alta, com **54% se declarando satisfeitos, com uma nota de 8,30**.

## Conclusão

A jornada do consentimento do consumidor no Open Finance é complexa e multifacetada, envolvendo uma **combinação de confiança, percepção de valor e experiência do usuário**. As instituições financeiras precisam

continuar a investir em segurança, transparência e educação do consumidor para aumentar a adoção e satisfação com os serviços de Open Finance.

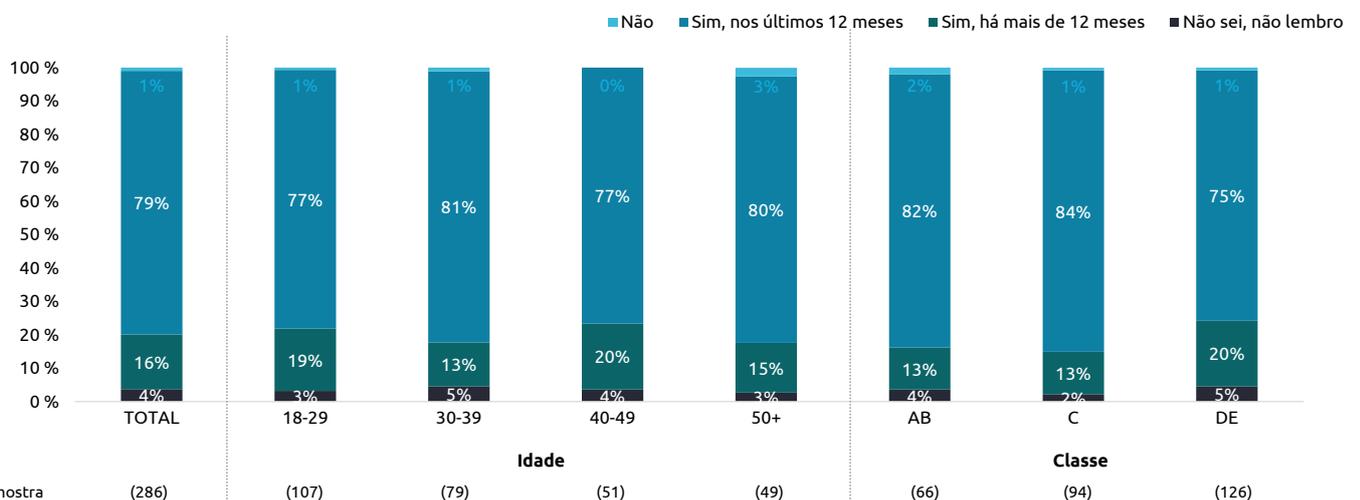
Com uma abordagem centrada no cliente, é possível construir um ecossistema financeiro mais integrado, eficiente e seguro, beneficiando tanto consumidores quanto instituições. Este relatório destaca a **importância de entender e aprimorar cada etapa do processo de consentimento** para garantir que os consumidores se sintam seguros e valorizados ao compartilhar seus dados financeiros.

## Deu consentimento para compartilhamento de dados

Considerando as pessoas que já ouviram falar do OpF e que disseram que aderiram, vemos que a maioria que deu consentimento o fez nos últimos 12 meses. Destaque para maior % de consentimento há mais de 12 meses entre as classes DE.



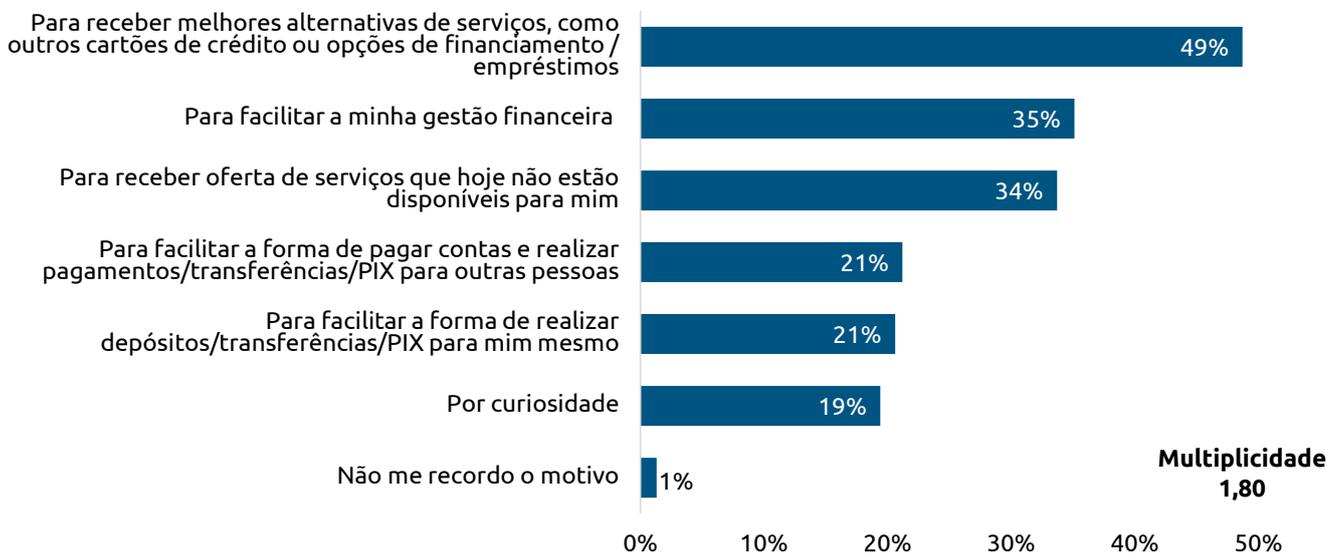
## Gráfico 50. Você já fez essa atividade (acima)?



## Motivos para terem aderido ao Open Finance

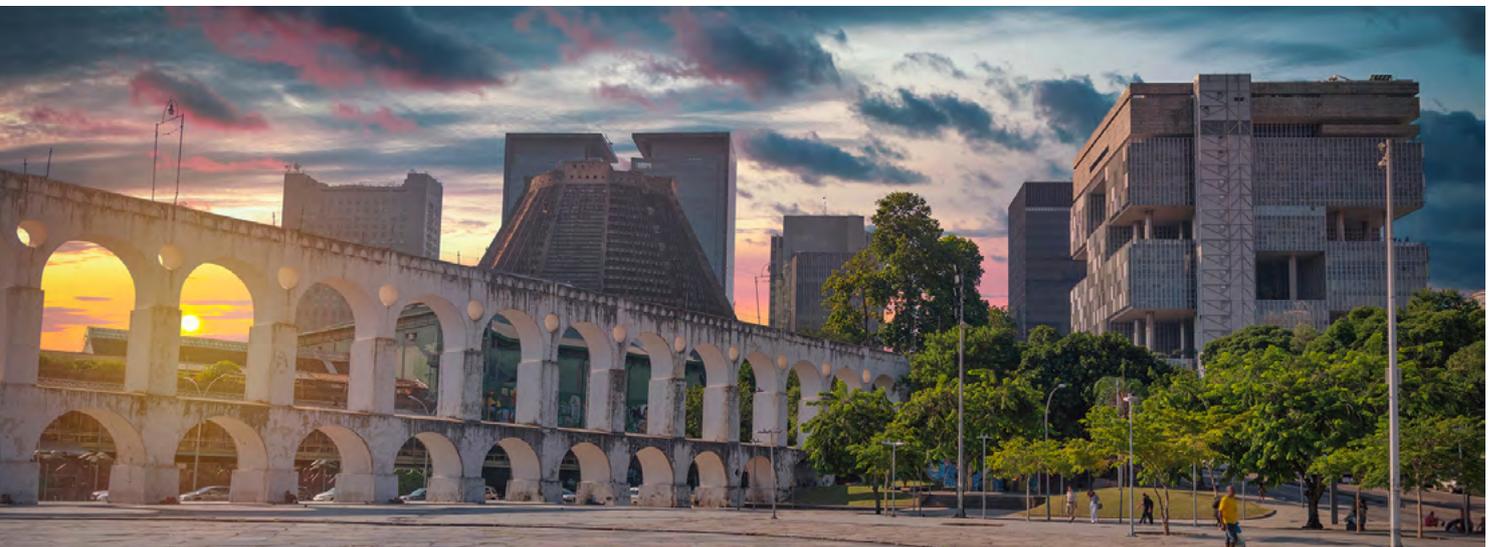
Obter crédito é o principal motivos para ter consentido a troca de dados cadastrais e transacionais (49% da amostra). Intenção de receber ofertas não disponíveis atinge 34%.

### Gráfico 51. Motivos pelos quais aderiu ao Open Finance



Base: (273)

10. Por qual motivo você realizou essa atividade relacionada ao Open Finance? [RESPOSTA MÚLTIPLA]



## O que desagradou e agradou no processo

No que desagradou, os principais motivos estão relacionados a uma falta de entendimento do processo e do objetivo. Porém, entre aqueles que gostaram, o 2º maior motivo foi ser fácil e intuitivo, indicando que a jornada atual é boa, mas talvez ainda precise de alguns ajustes para abarcar todos. Vale notar que quem gostou deu entre dois e três motivos para a satisfação.

### Gráfico 52. O que **agradou** neste processo

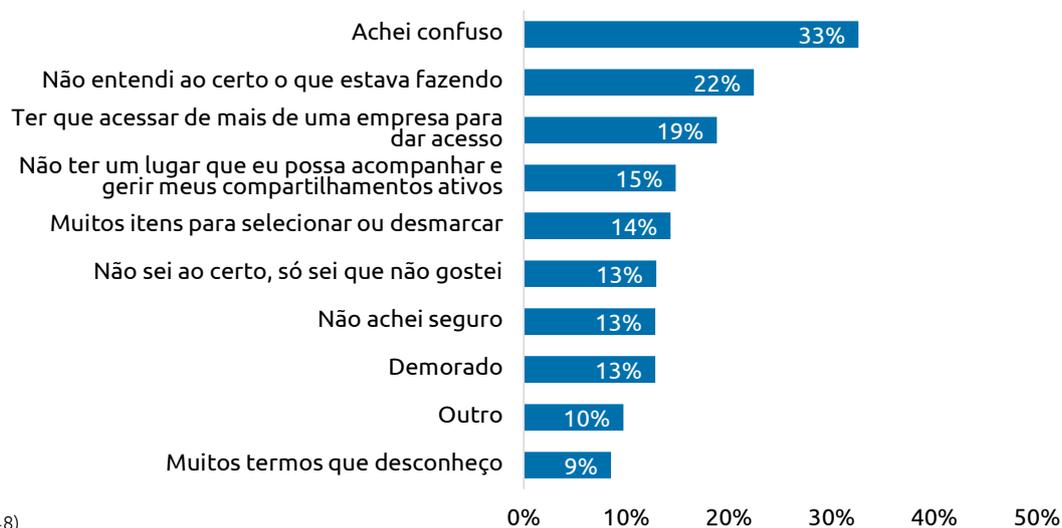


Base: (225)

8. O que te desagradou nesse processo? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

9. O que te agradou nesse processo? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

### Gráfico 53. O que **desagradou** neste processo

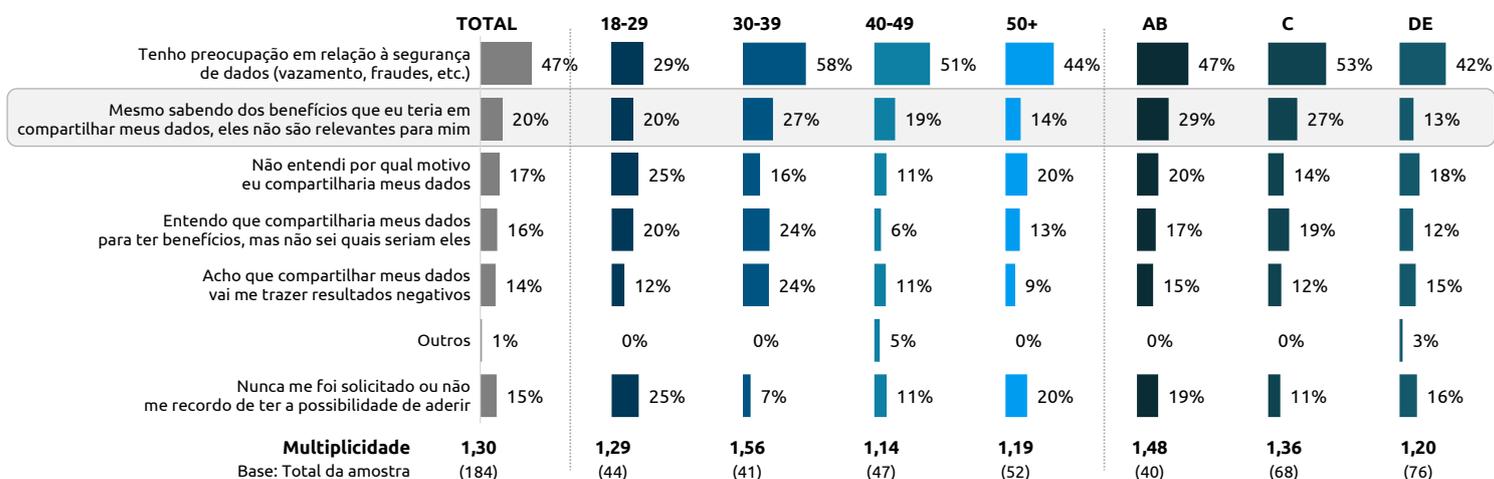


Base: (48)

## Motivos para a não adesão ao Open Finance

Preocupação com segurança é a principal barreira à adoção, especialmente entre as pessoas de 30 à 49 anos e da classe C. O segundo principal motivo, contudo, é a falta de valor agregado, no momento da solicitação do consentimento, motivo de recusa para 20% dos usuários.

Gráfico 54. Motivos pelos quais não aderiu ao Open Finance



16. Por que você não aderiu ao Open Finance? [RESPOSTA MÚLTIPLA]



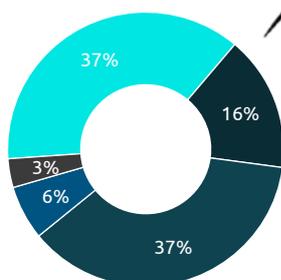


## Renovação da permissão e motivos para não renovar

37% disseram que renovaram a permissão e o mesmo percentual afirmou que o prazo ainda estava vigente o número reforça a importância do consentimento com tempo indefinido, mas também para a relevância de uma régua de comunicação mais personalizada para o cliente. Apenas 16% não renovou o consentimento e os principais motivos foram esquecimento (32%) e falta de vantagens (28%).

Gráfico 55. Quando o prazo de compartilhamento acabou, você renovou a sua permissão?

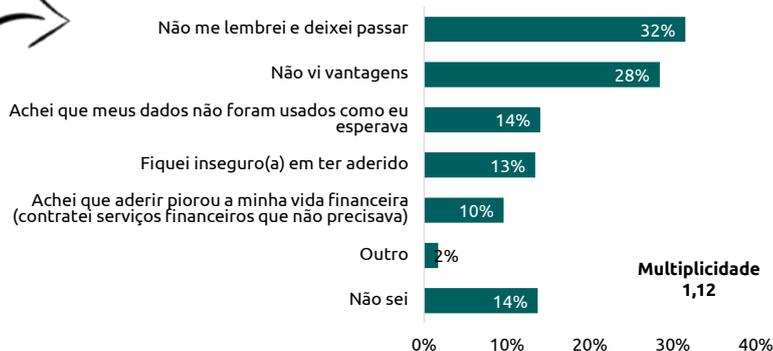
- Sim
- Não
- O prazo ainda não acabou
- Não sabia que tinha ou podia renovar
- Não sei / não lembro



Base: (273)

21. Quando o prazo de compartilhamento de dados entre as instituições acabou, você renovou a sua permissão? [RESPOSTA ÚNICA]  
22. Por que você não renovou a sua permissão? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

Gráfico 56. Por que não renovou a permissão?



Base: (42)

## Consentimento para iniciação de pagamentos

Novamente, considerando as pessoas que já ouviram falar do OpF e que disseram que aderiram, podemos perceber que iniciação de pagamentos é mais comum entre pessoas até 39 anos e das classes DE.

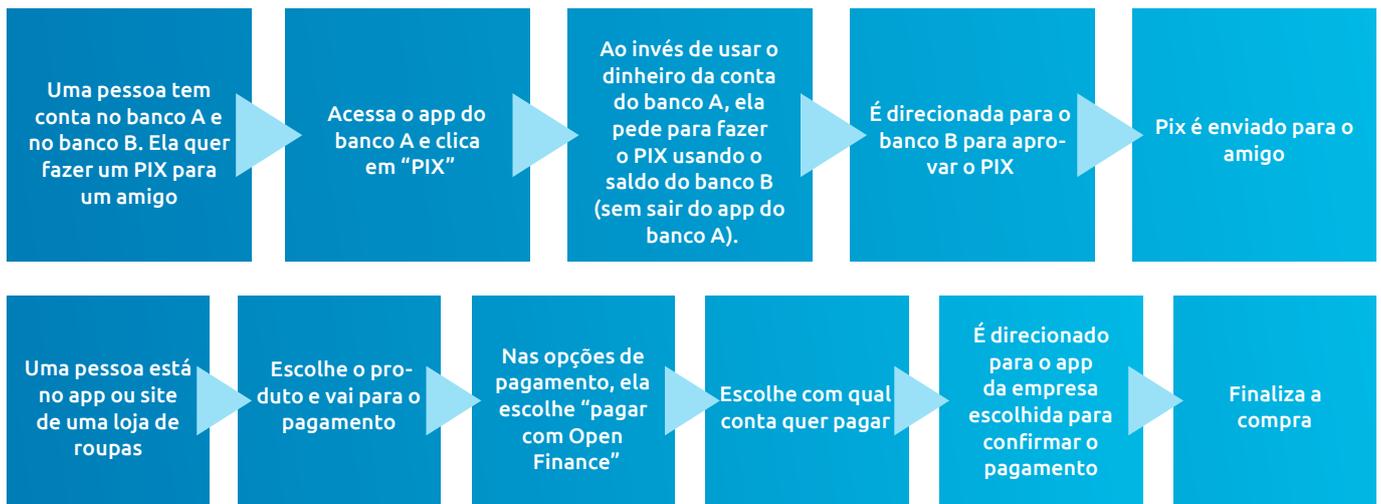
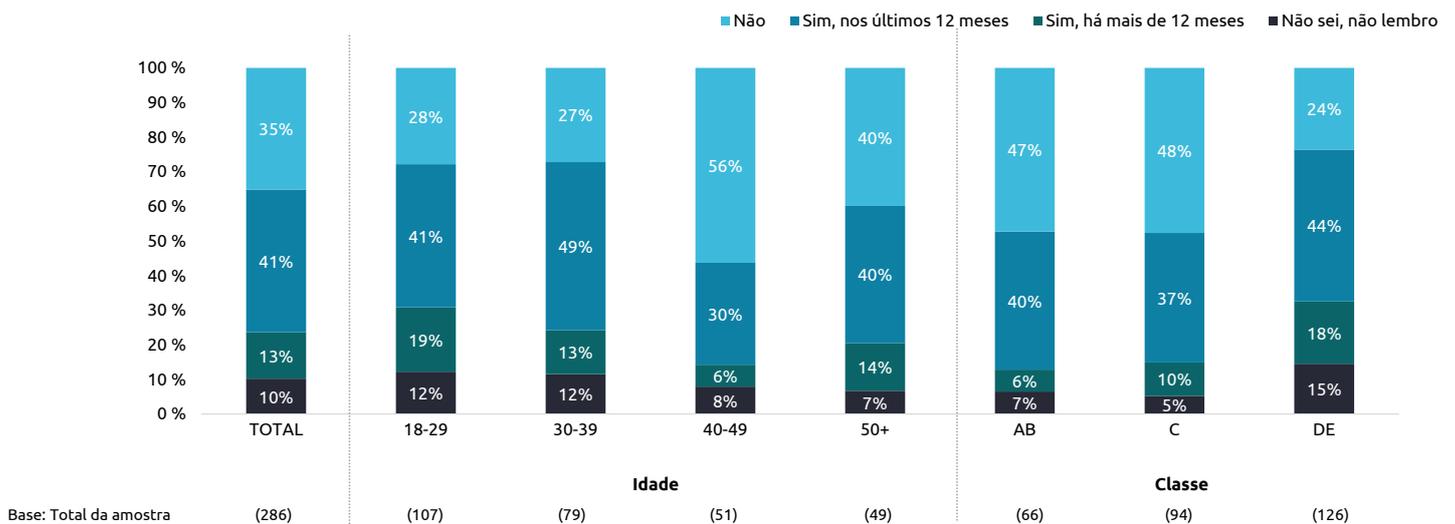


Gráfico 57. Você já fez essa atividade (acima)?

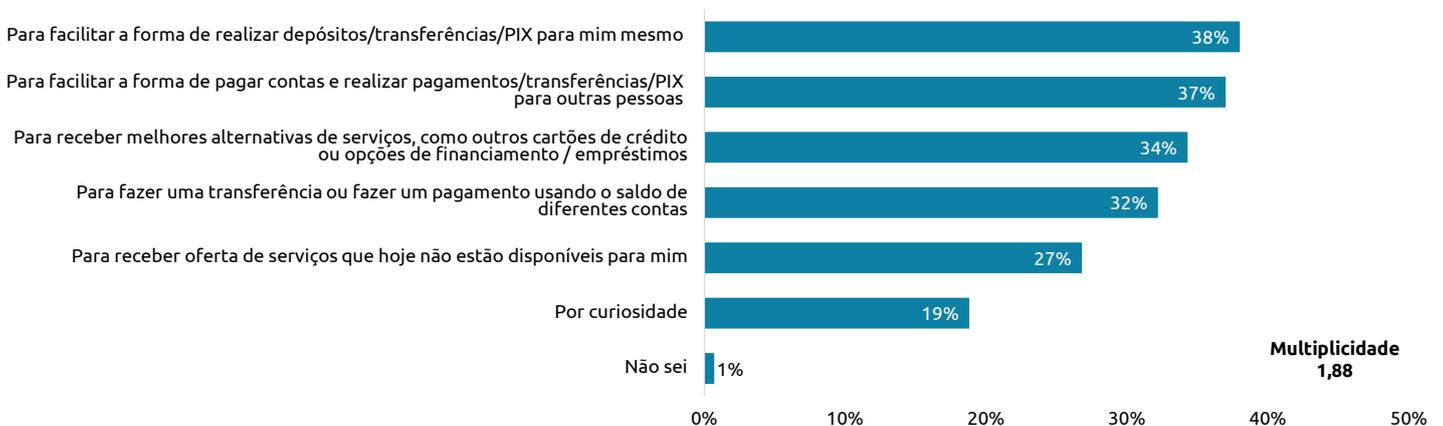


11. Poderia olhar com atenção as duas imagens abaixo relacionadas a atividades do Open Finance: Você já fez alguma das atividades descritas? [RESPOSTA ÚNICA]

## Motivos para fazer uma iniciação de pagamentos

Iniciação de pagamentos cumpre sua promessa de facilitar a forma de transferir e pagar contas, uma vez que esses foram os dois principais motivos para realizar a atividade. Ainda assim, busca por crédito aparece novamente, em 3º lugar.

### Gráfico 58. Motivos pelos quais fez a iniciação de pagamentos

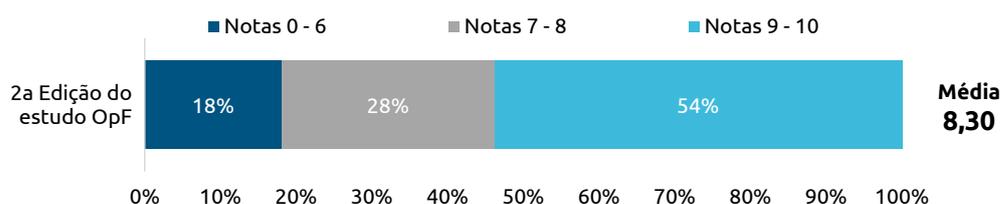


15. Por qual motivo você realizou essa(s) atividade(s) relacionada(s) ao Open Finance? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

## Satisfação com Iniciação de Pagamentos

Mais da metade dos respondentes deu notas 9 e 10 para a satisfação com o processo. Média maior do que a de compartilhamento de dados.

### Gráfico 59. De 0 a 10, qual a satisfação com processo de usar uma instituição para fazer pagamento ou transferência com o dinheiro de outras



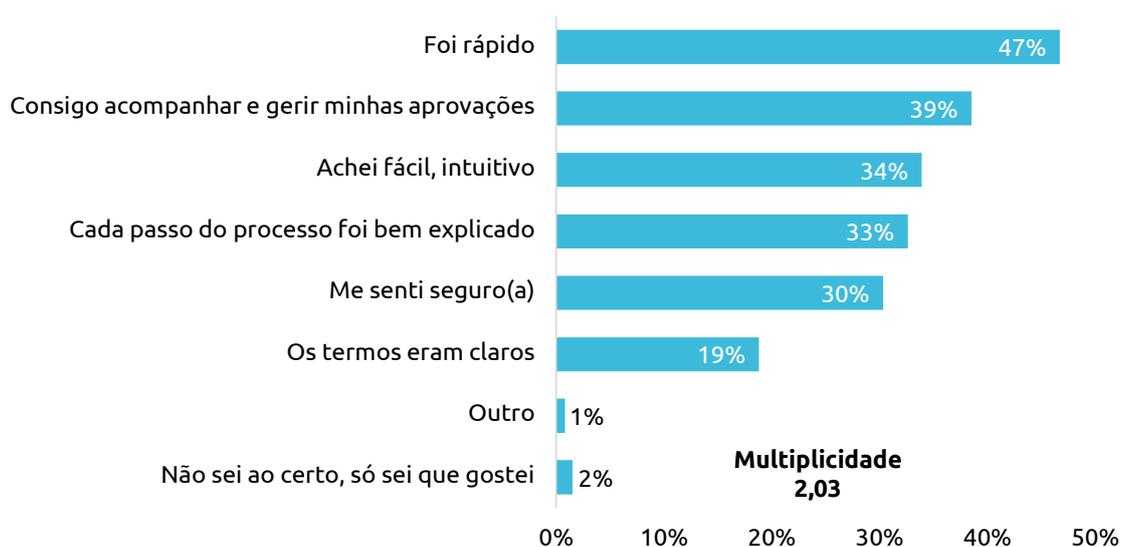
Base: (151)

12. De 0 a 10, quão SATISFEITO você está com esse processo de usar uma instituição para fazer pagamentos ou transferências com dinheiro de outras contas? [RESPOSTA ÚNICA]

## O que desagradou e agradou no processo de iniciação de pagamentos

Da mesma forma que no processo de compartilhamento de dados, quem não ficou satisfeito afirmou que não entendeu o que estava fazendo ou achou confuso. Para os que gostaram, ser rápido foi o principal motivo de satisfação.

Gráfico 60. O que **agradou** no processo



Base: (137)

13. O que te desagradou nesse processo? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

14. O que te agradou nesse processo? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

Gráfico 61. O que **desagradou** no processo



Base: (14 – base baixa)



## Níveis de satisfação

O Open Finance trouxe uma nova dinâmica para o setor financeiro, oferecendo aos consumidores mais controle e opções em relação aos seus dados. No entanto, **a satisfação dos consumidores com esses serviços é crucial para a continuidade e expansão do Open Finance.**

### Percepção de Valor

A adesão ao Open Finance nem sempre resulta no recebimento de ofertas personalizadas. Após dar seu consentimento para uma das instituições participantes, **apenas 56% dos consumidores relataram ter recebido ofertas**, como novos cartões de crédito ou condições de financiamento mais vantajosas.

Pior, apenas **21% deles relatam terem obtido o benefício imediatamente após a cessão do consentimento.** Além disso, a percepção de benefícios diminuiu nesta 2ª edição do estudo, em todas as categorias. Este recebimento de ofertas é um benefício percebido importante que pode aumentar a satisfação e a percepção de valor do Open Finance.

O baixo nível de engajamento e compromisso em mostrar valor, demonstrado pelas instituições, reflete diretamente na falta de valor percebido do Open Finance. Não à toa, **apenas 10% dos usuários afirma ter sido recomendado por um amigo ou parente** (vide Gráfico 41. Como ficou sabendo do Open Finance, na página 88).

## Motivações e Benefícios para Obter o Consentimento

Os principais benefícios que motivam os consumidores a fornecerem consentimento para o compartilhamento de dados incluem o **acesso a cartões de crédito com maiores limites e a possibilidade de aumentar o score de crédito.** Em nossa pesquisa, 67% dos consumidores indicaram que buscaram ou buscarão crédito nos próximos 12 meses.

### Recursos Valorizados no Open Finance

Entre os recursos oferecidos pelo Open Finance mais valorizados estão a **capacidade de ver saldos de múltiplas contas em um só lugar (73%) e ferramentas que consolidam dados financeiros, como saldos, pagamentos e investimentos (66%).**

A portabilidade de crédito também é um recurso importante, permitindo que os consumidores levem seu financiamento ou empréstimo para outras instituições que ofereçam melhores condições.

### Fatores que Incentivariam a Adesão

Para aqueles que ainda não aderiram ao Open Finance, os principais fatores que incentivariam a adesão incluem a **confiança na segurança dos dados (48%) e a clareza sobre os benefícios oferecidos (45%).** Esses insights são fundamentais para as instituições financeiras ao formularem estratégias de comunicação e marketing que destaquem a segurança e os benefícios concretos do Open Finance.

## Recebimento de ofertas após a adesão ao Open Finance

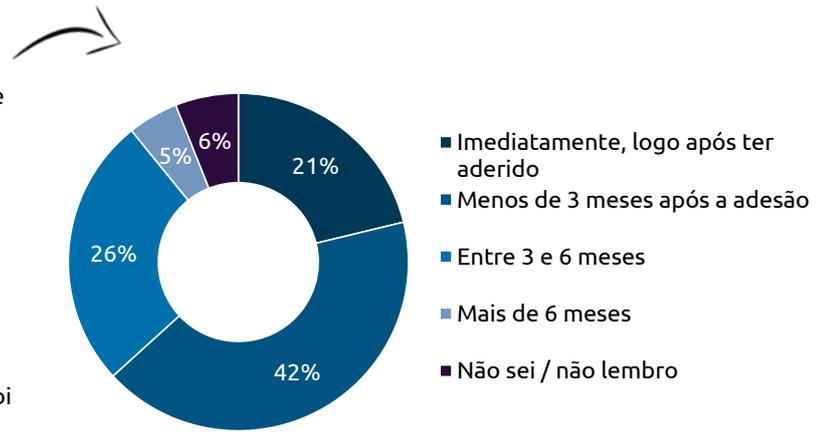
Cerca de 56% da amostra afirmou que recebeu uma oferta (apenas 21% imediatamente depois da cessão do consentimento), sendo que 30% contratou e 26% não achou interessante.

44% dos respondentes não recebeu ou não sabe se recebeu. Dos que receberam uma oferta, 63% afirmam que ela chegou imediatamente ou menos de três meses após a adesão.

Gráfico 62. Após aderir ao Open Finance, recebeu alguma oferta da instituição que recebeu seus dados?



Gráfico 63. Quanto depois de ter aderido ao Open Finance você recebeu esta oferta?



## Conclusão

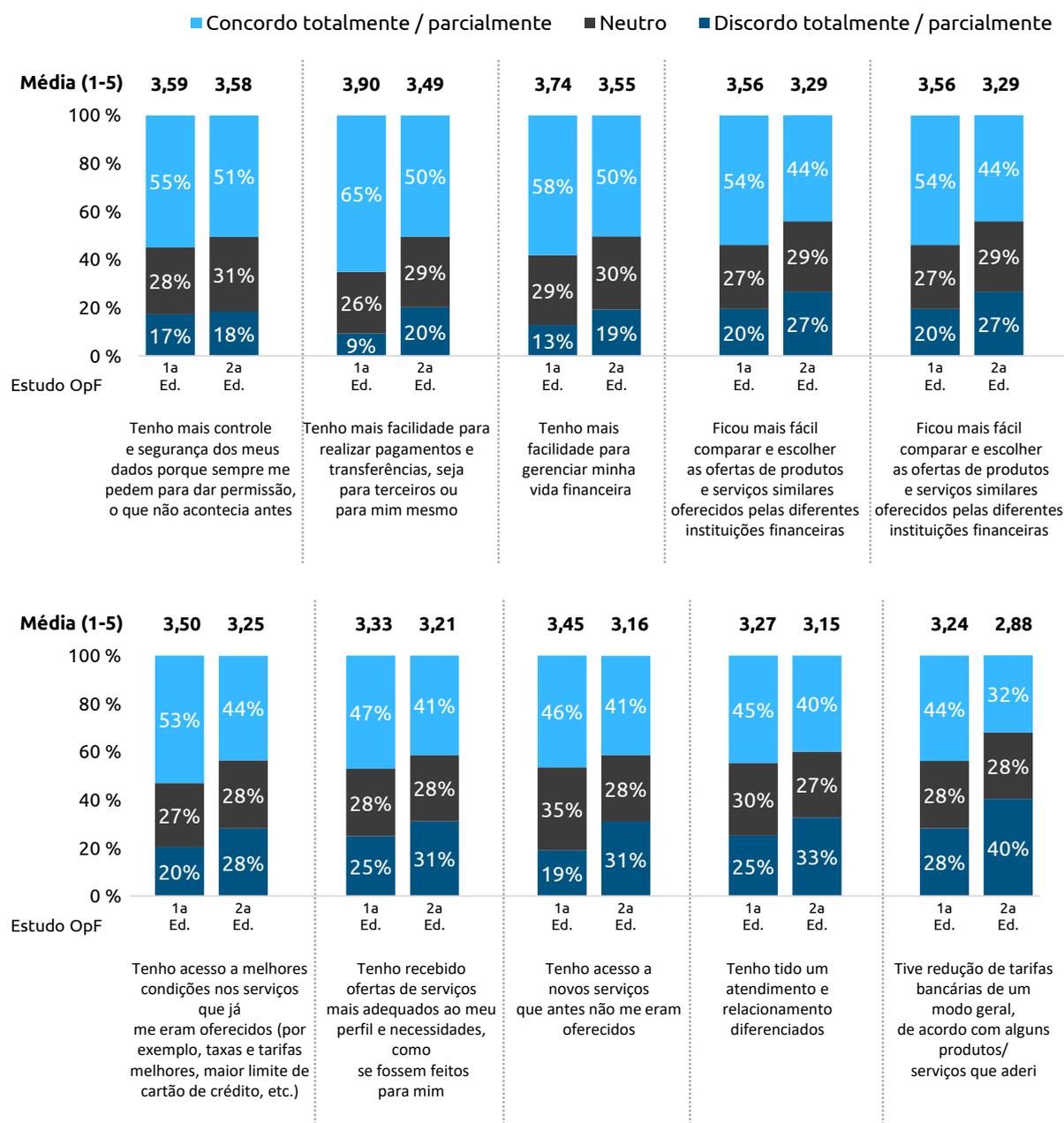
Os níveis de satisfação dos consumidores com o Open Finance são geralmente positivos, especialmente quando há clareza sobre os benefícios e segurança no compartilhamento de dados. No entanto, ainda existem desafios a serem superados, particularmente em relação à simplificação dos processos e ao aumento da confiança dos consumidores. Ao focar nesses aspectos, as instituições financeiras podem melhorar a experiência do consumidor e fomentar uma maior adesão ao Open Finance.

Este relatório destaca a importância de entender e aprimorar cada aspecto da experiência do consumidor no Open Finance para garantir que os consumidores se sintam seguros e valorizados ao compartilhar seus dados financeiros. A chave para o sucesso contínuo do Open Finance reside na capacidade das instituições financeiras de fornecer uma experiência transparente, segura e benéfica para os consumidores.

## Benefícios percebidos entre os que aderiram

Percepção de benefícios diminuiu nesta 2ª edição do estudo. Os principais benefícios continuam a ser maior controle e segurança dos meus dados, facilidade de realizar pagamentos e transferências e gerenciar a vida financeira, mas sempre em uma quantidade menor.

Gráfico 64. Benefícios percebidos entre os que aderiram ao Open Finance e/ou Iniciação de Pagamentos



Base: Respondente 1ª edição (489) | 2ª Edição (280)

24. Após ter aderido ao Open Finance, o quanto você concorda com as frases abaixo? Assinale de 1 a 5, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente. [RESPOSTA ÚNICA]

## Benefícios percebidos entre os que aderiram

Os três principais benefícios que fariam as pessoas compartilharem seus dados continuam a ser o acesso ao crédito: cartões de crédito melhores, aumento do score e cartões de crédito com maiores limites.

### Gráfico 65. Quais benefícios fariam permitir o compartilhamento de dados?



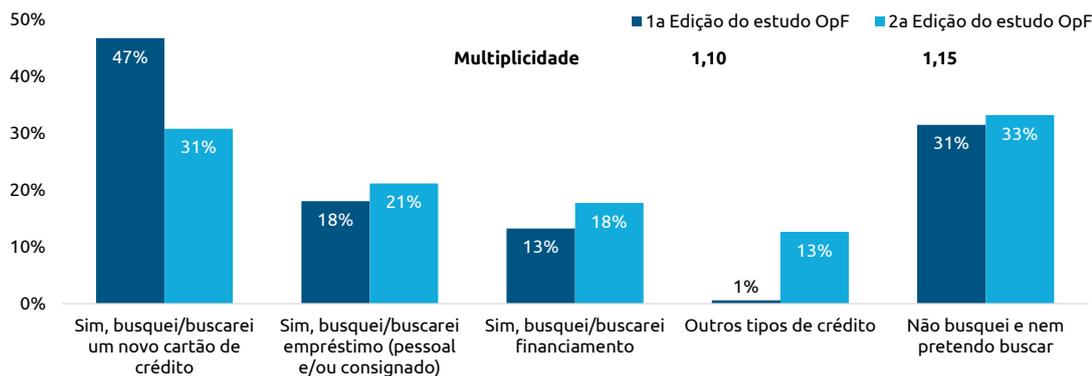
Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

26. Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 nada disposto e 5 muito disposto, o quanto estaria disposto a permitir que seu banco/carteira digital compartilhasse seus dados financeiros com outros bancos/carteiras digitais e empresas se tivesse... [RESPOSTA ÚNICA]

## Busca por crédito

33% das pessoas não buscaram ou buscarão crédito em 12 meses. Entre as que buscaram/buscarão, cai o interesse por novos cartões de crédito, enquanto cresce a procura por empréstimos, financiamentos e outras modalidades de crédito. Ou seja, para 1/3 dos clientes, precisaremos pensar o mais rápido possível em novas ofertas, para garantir a atração de novos consumidores para o Open Finance.

Gráfico 66. Pensando nos últimos 12 meses e nos próximos 12 meses, você buscou ou buscará crédito?



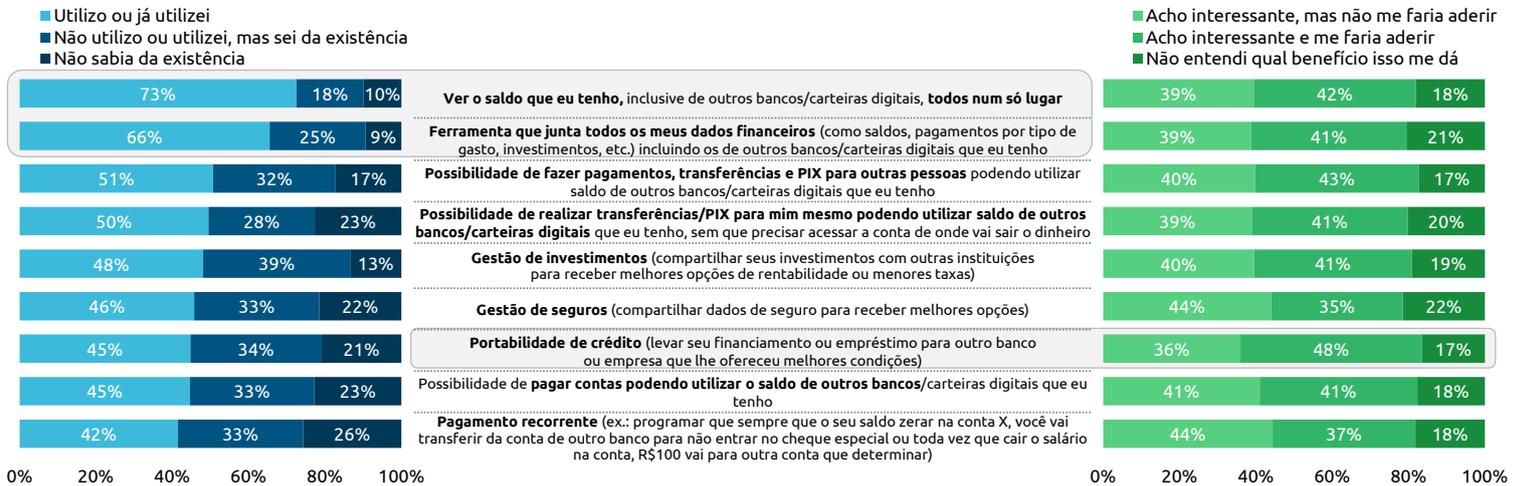
Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

42. Pensando nos últimos 12 meses e nos próximos 12 meses, você buscou ou buscará crédito? [RESPOSTA MÚLTIPLA]

## Utilização de recursos do OpF e quais fariam as pessoas aderirem

O desconhecimento de recursos do Open Finance não supera 26% entre os que aderiram. Destaque para o uso voltado à concentração de saldos e dados financeiros. Mas, não é isso que os faria aderir: portabilidade de crédito seria um incentivo à adesão para 48% das pessoas que ainda não aderiram.

## Gráfico 67. Dos recursos que Open Finance oferece...



Base: afirma que aderiu e fez a atividade em P5 / P11 (280)

17. Dos possíveis recursos que o Open Finance oferece, responda: [RESPOSTA ÚNICA]

18. Dos possíveis recursos que o Open Finance oferece, responda: [RESPOSTA ÚNICA]

## Entre os que não aderiram, o que faria aderir ao Open Finance?

O nível de rejeição ao Open Finance é relativamente baixo no país. Apenas 10% disse que nada os faria aderir. As demais mostram desconfianças sobre a segurança (fraude e ser prejudicado), assim como na 1ª edição do estudo.

## Gráfico 68. O que faria aderir?



Base: NÃO nas perguntas 5 e/ou 11 - 1ª edição (535) | 2ª Edição (426)

25. O que te faria autorizar um banco/carteira digital a acessar informações de outros bancos/carteiras digitais nos quais você tem conta? [RESPOSTA MÚLTIPLA – MÁX 03]

## A maturidade digital surpreendeu

Contrariando nossas expectativas, fomos surpreendidos com a relativa alta maturidade digital apresentada pelos consumidores, tanto no entendimento dos riscos envolvidos, quanto na habilidade em operar ambientes digitais.

### Acesso e Realização de Pagamentos Digitais

Os dados indicam que 84% dos consumidores costumam acessar suas contas bancárias ou carteiras digitais através de aplicativos móveis ou Internet. Este alto índice de uso de aplicativos móveis reflete uma maturidade digital significativa entre os consumidores.

### Familiaridade e Compreensão Digital

A compreensão sobre o uso e proteção de dados digitais é outro indicador da maturidade digital. Em nossa pesquisa, 49% dos consumidores afirmaram entender como seus dados serão usados e como protegê-los, embora esse índice varie entre diferentes faixas etárias. Por exemplo, 25% dos consumidores com mais de 50 anos não se sentem confiantes em proteger seus dados.

### Preocupação com a Segurança

É bastante clara a preocupação dos entrevistados com a segurança de seus dados e como a responsabilidade deles nesse contexto é fundamental. Entre os pesquisados 63% não compartilha seus dados financeiros com nenhum conhecido, por questões de segurança. Contudo, é interessante perceber o comportamento mais errático, entre

os mais jovens, apontando uma imaturidade flagrante, em comparação com públicos mais maduros, por exemplo, 60% afirmam fazer cadastro biométrico (fotos ou impressões digitais) em sites ou apps que não tenho familiaridade, sempre ou quando acham necessário, enquanto 55% dos maiores de 50 anos não o fazem em hipótese alguma.

### Valorização dos Dados Pessoais

A percepção de valor dos dados pessoais é um aspecto crucial na maturidade digital. De todos, 70% dos consumidores reconhecem que seus dados têm valor para as empresas, com 52% cientes de que as empresas lucram com o acesso a esses dados. Essa conscientização é fundamental para uma interação mais informada e segura com as tecnologias digitais.

### Conclusão

A maturidade digital dos consumidores está em um nível surpreendentemente alto, com uma ampla adoção de tecnologias móveis e uma compreensão crescente sobre a proteção e valor dos dados pessoais. No entanto, ainda existem diferenças significativas entre faixas etárias que precisam ser abordadas para garantir que todos os grupos possam se beneficiar plenamente das vantagens do Open Finance.

As instituições financeiras devem continuar a investir em educação digital e segurança para manter a confiança e aumentar a adoção de serviços digitais.



## Meios que utiliza para acessar serviços financeiros e pagar obrigações

Meios digitais são os mais utilizados para se relacionar com serviços financeiros, ultrapassando 80% dos casos quando somamos app e sites.

Gráfico 69. Costuma acessar sua conta ou cartão de crédito

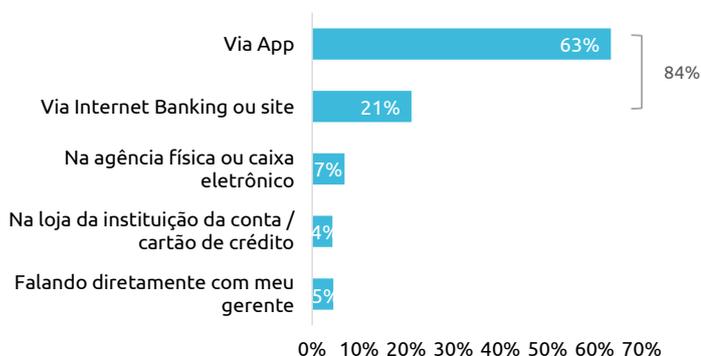


Gráfico 70. Costuma realizar seus pagamentos



Base: Total da amostra (918)

37. De que forma você COSTUMA ACESSAR a sua conta do banco/carteira digital/compras do cartão de crédito, seja para ver seu saldo, extratos, visualizar fatura etc.? [RESPOSTA ÚNICA]

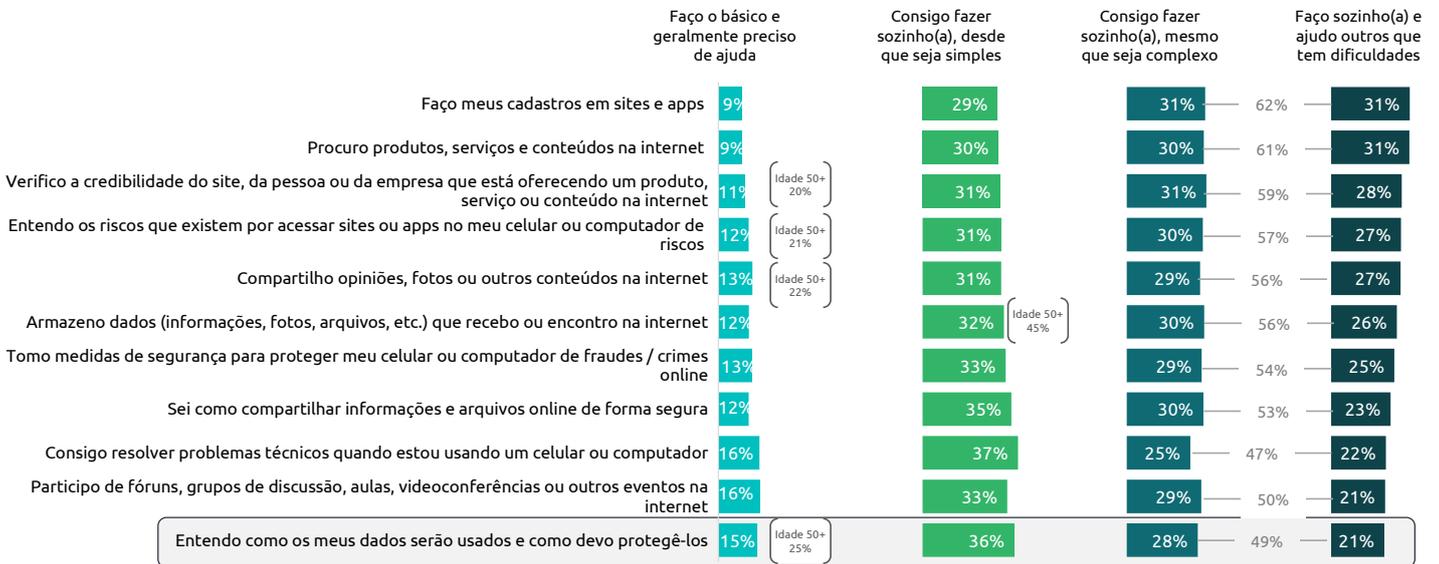
38. Agora, pensando na forma como você costuma REALIZAR SEUS PAGAMENTOS, seja de contas, boletos, mensalidades como você costuma fazer? [RESPOSTA ÚNICA]

## Familiaridade com atividades digitais

Para a grande maioria das atividades, mais da metade afirma conseguir operar sozinhos, mesmo que sejam complexas. Destaque para a atividade "entendo como os meus dados serão usados e como devo protegê-los" que teve o menor percentual de familiaridade (ficando atrás apenas de resolver problemas técnicos).



## Gráfico 71. Familiaridade com atividades digitais



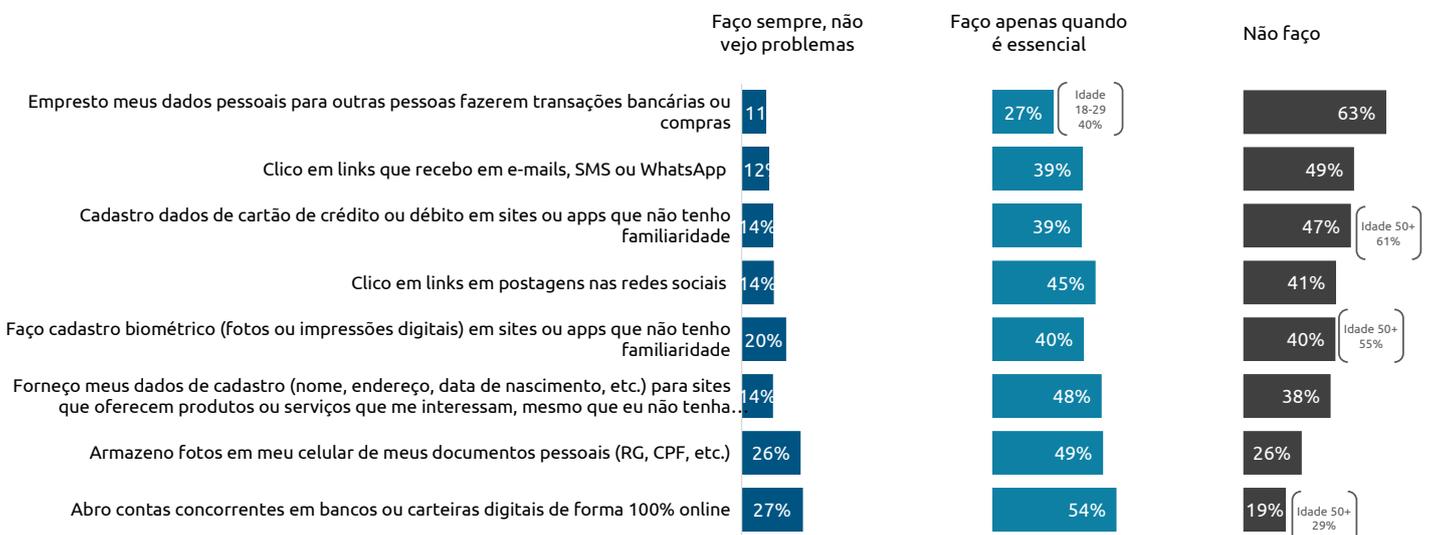
Base: Total da amostra (918) | Baseado no Australian Digital Capability Framework

31. Sobre a sua familiaridade com algumas atividades digitais, onde você melhor se encaixa? [RESPOSTA ÚNICA POR LINHA]

## Atitudes sobre a segurança de dados

São poucos os que fazem sempre atividades propensas à fraude. A maioria procura evitar essas atitudes ou só faz quando é essencial, especialmente as pessoas com 50 anos ou mais.

## Gráfico 72. Atividades (passíveis de fraude) que costumam fazer



Base: Total da amostra (918)

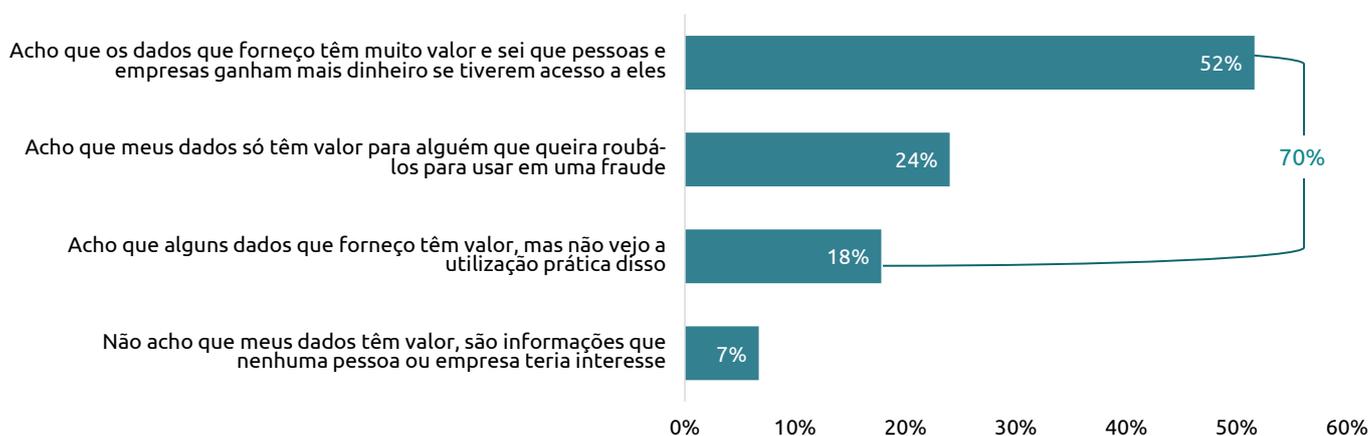
32. Quais atividades abaixo você costuma fazer? [RESPOSTA ÚNICA POR LINHA]



## Consciência sobre o valor dos seus dados

70% da amostra afirmou que sabe que seus dados têm valor, sendo que 52% entendem que isso se reverte em ganhos financeiros para quem os recebe e 18% não conseguem ver a aplicação deles.

Gráfico 73. Consciência sobre o valor dos dados



Base: Total da amostra (918)

33. Com qual frase você mais concorda sobre VALOR DOS DADOS QUE VOCÊ FORNECE quando faz um cadastro, uma compra ou outras atividades online: [RESPOSTA ÚNICA]

# Metologias de Pesquisa



1

**Pesquisa de Mercado, conduzido pela Teor Marketing**

- Pesquisa Qualitativa | Entrevistas em Profundidade
- Pesquisa Quantitativa Pessoas Físicas (Consumidor Open Finance)
- Pesquisa Quantitativa Pessoa Jurídica (Players do Ecossistema Open Finance)
- Desk Research

2

**Mapeamento de Cases e Radar Open Finance**

3

**Pesquisa Futuros Possíveis**

## 1. Pesquisa de Mercado

Para essa 2ª edição, partimos de dois direcionamentos claros: termos um entendimento sobre o papel do consumidor final no Open Finance e uma visão evolutiva do tema no Brasil. Isto guiou a construção de roteiros e questionários mais assertivos e focados tanto na avaliação atual, bem como, no futuro.

Na frente de empresas, realizamos entrevistas em profundidade com 30 executivos e especialistas no Open Finance brasileiro. Assim como em 2023, buscou-se capturar as percepções de diferentes perfis incluindo incumbentes, neobanks, fintechs, empresas de tecnologia, federações, associações e mídia. Adicional, coletamos 286 entrevistas (81 respostas a mais do que na 1ª edição), com representantes de empresas que têm atividades relacionadas a temas Open já desenvolvidas, em desenvolvimento ou o assunto é pauta na empresa. Empresas que não têm nenhum contato com temas Open foram desconsideradas da pesquisa. Essas entrevistas foram coletadas via painel de respondentes e link enviado

à base da Capgemini. Para empresas, a margem de erro do estudo é de 5,8%, com Intervalo de Confiança de 95%.

Também entrevistamos 918 consumidores finais (36 respostas a mais do que na 1ª edição), exclusivamente via painel de respondentes. São pessoas de todas as regiões do Brasil, bancarizadas (que tenham conta em banco e/ou carteiras digitais), com mais de 18 anos e pertencentes a todas as classes sociais. Neste caso, a margem de erro do estudo é de 3% para Intervalo de Confiança de 95%.

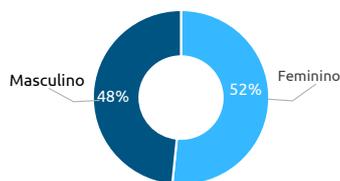
Para esses estudos, bases menores do que 30 respostas devem ser interpretadas de forma qualitativa, já que a segurança estatística é baixa. Ou seja, é possível notar seus movimentos, porém a margem de erro é elevada.

Em ambos os casos, utilizamos questionários estruturados e a coleta aconteceu entre os dias 26 de abril e 21 de maio de 2024.

## Perfil demográfico da amostra

Amostra representativa da população bancarizada: um pouco mais de mulheres, com idade média de 39 anos e predominância das classes DE.

Gráfico 74. Gênero



Base: Total da amostra (918)

Gênero | Idade | Classe

Gráfico 75. Idade

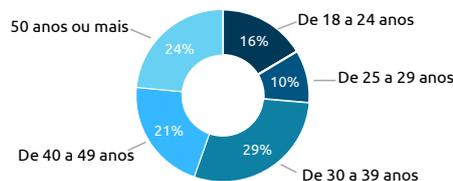
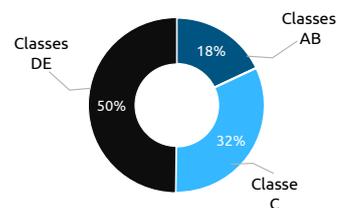
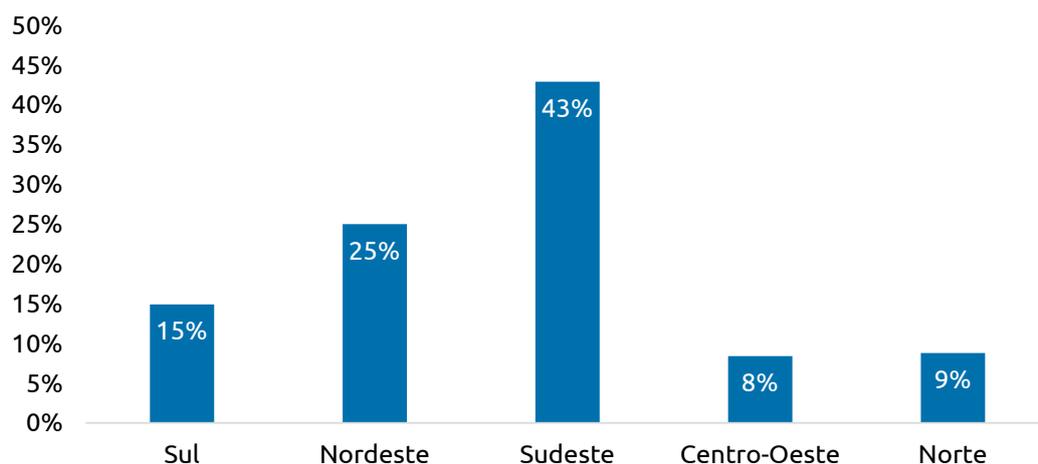


Gráfico 76. Classe Social\*



## Maior concentração de pessoas na região Sudeste do Brasil

Gráfico 77. Região do Brasil



Base: Total da amostra (918)

Região

## Perfil demográfico da amostra

A fim de garantir comparabilidade entre as amostras 2023 e 2024, buscamos manter as mesmas proporções de perfis demográficos.

Gráfico 78. Gênero

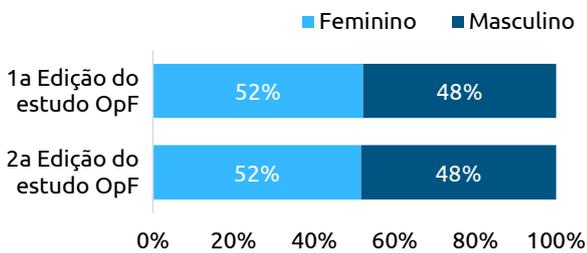


Gráfico 79. Idade

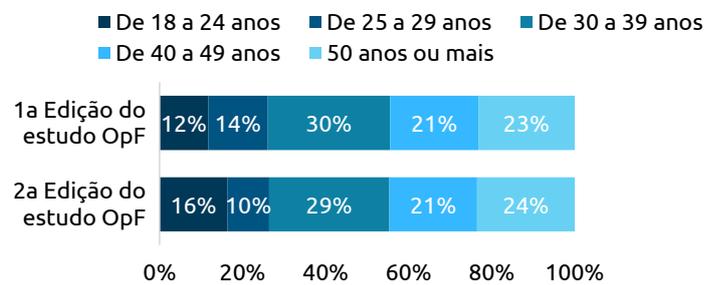


Gráfico 80. Classe Social

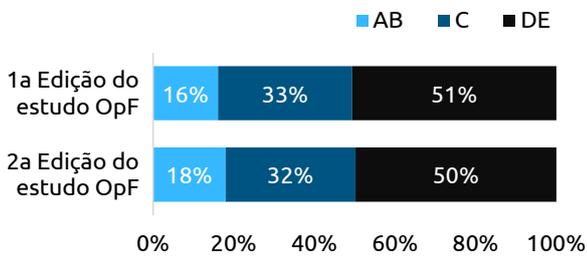
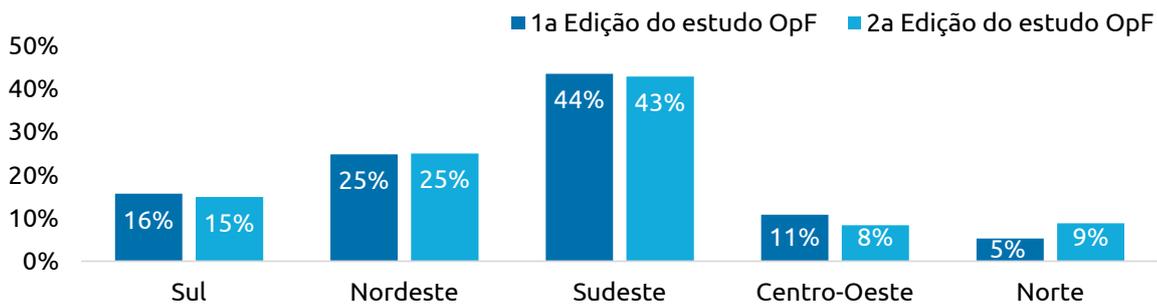


Gráfico 81. Região



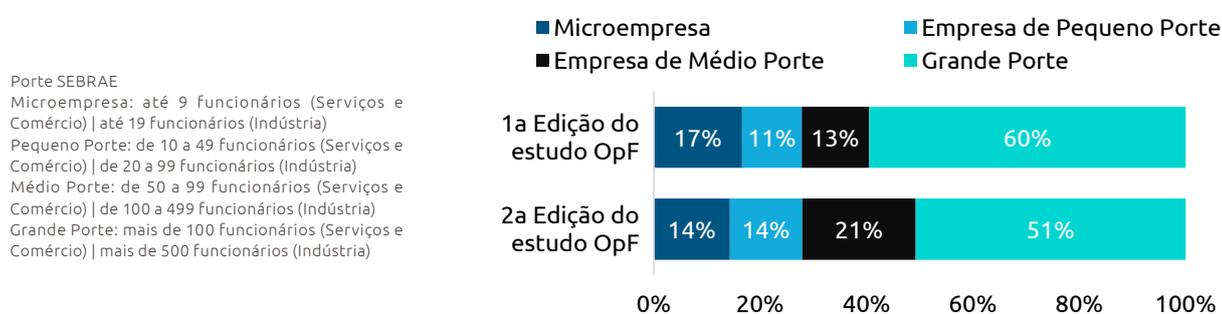
Base: Total da amostra 1ª edição (882) | 2ª Edição (918)

Gênero | Idade | Classe | Região

## Amostras *Players* do Ecossistema Open Finance

Os dados apontam a maturidade dos players do ecossistema Open Finance. Em 2024, tivemos mais respondentes de empresas de médio porte (assessorias e varejistas, principalmente).

### Gráfico 82a. Porte da empresa



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

4. Quantos funcionários têm a empresa em que trabalha, considerando todas as filiais? [PORTE SEBRAE] [RESPOSTA ÚNICA]

### Gráfico 82b. Setor da empresa em que trabalha



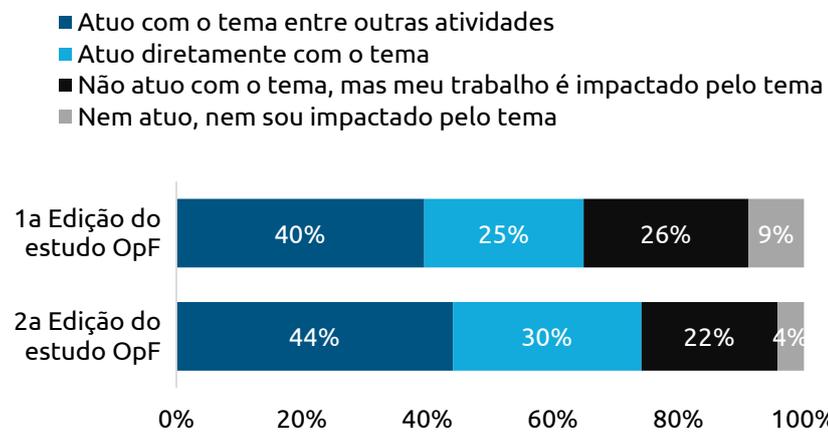
Base: Empresas de serviços/ comércio amostra 1ª edição (183) | 2ª Edição (245)

3. A empresa em que trabalha pertence a algum destes setores? [RESPOSTA ÚNICA]

## Amostras *Players* do Ecossistema Open Finance

Em 2024, 74% da amostra apenas ou também atua com temas Open (vs. 65% em 2023). Adicionalmente, notamos mais empresas que nasceram para atuar no tema ou o tema Open é praticamente o único negócio dela.

### Gráfico 83a. Proximidade com o tema

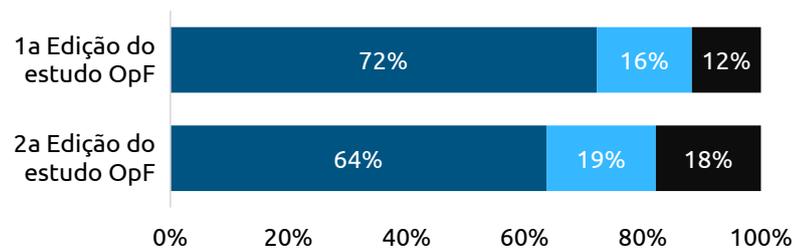


Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

7. Qual a sua proximidade com o(s) tema(s) \_\_\_\_\_ [TRAZER OU CONCATENAR ALTERNATIVAS DE P.1]? [RESPOSTA ÚNICA]

### Gráfico 83b. Melhor descrição da jornada da empresa quando falamos de temas Open

- A empresa já existia e essa frente é mais um negócio
- A empresa nasceu para atuar nesse tema
- A empresa já existia, mas essa frente é praticamente o único negócio dela agora



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

39. Qual das frases acima melhor define a jornada da sua empresa quando falamos de \_\_\_\_\_? [RESPOSTA ÚNICA]

## 2. Radar Open Finance

### Metodologia de Levantamento do Repositório

Para compilar a lista, a Capgemini e a Somos OX utilizaram três abordagens distintas:

#### 1. Casos Participantes dos Prêmios de 2023 e 2022:

A análise incluiu cases inscritos pelas próprias instituições no prêmio Open Summit Awards 2023 e 2022. Esses casos foram avaliados e

selecionados com base nos critérios de inovação, impacto e relevância no mercado financeiro.

#### 2. Auto Declaração das Empresas:

As empresas puderam inscrever seus projetos e iniciativas de Open Finance por meio de formulários compartilhados com o mercado,

entre 15/05/2024 e 15/06/2024. Esta abordagem permitiu que as próprias instituições destacassem suas práticas e resultados.

#### 3. Desk Research:

A equipe de pesquisa conduziu um levantamento detalhado de informações disponíveis publicamente, incluindo estudos de caso,

relatórios e artigos relevantes. Esta investigação aprofundada garantiu que o repositório fosse abrangente e atualizado.

## 3. Futuros Possíveis

**Cientista Pesquisador:** Wancley Girardi, Mestre em Governança, Tecnologia e Inovação pela Universidade Católica de Brasília (UCB)

**Tutor:** Elaine Marcial, Especialista Global na Metodologia ForeSight Estratégico, Huston University.

**Questão norteadora:** Qual o caminho a ser trilhado pelo Open Finance no Brasil até 2030 para consolidar-se como um ecossistema de inovação, promover a universalização

dos serviços financeiros, garantir a segurança e privacidade dos dados dos usuários, promover a inclusão financeira da população, sustentado pela oferta de novos produtos e soluções pelos bancos, fintechs e outros entes envolvidos?

**Público Alvo:** Foram convidados executivos e profissionais que atuam diretamente com Open Finance a participar de uma pesquisa online, realizada em duas ondas: 08/2023 e 05/2024.

## Metodologia

### Framing

No início do projeto, são definidos diversos elementos cruciais, incluindo o objeto de estudo, que chamamos de domínio; o escopo do projeto; os stakeholders envolvidos; e o escopo geográfico, que determina o local a ser estudado e horizonte temporal, que pode abranger períodos de 5, 10, 15, 20 anos ou mais.

### Scanning

Condições atuais, histórico, tendências, perguntas-chave e questões, planos e intenções anunciadas pelos stakeholders, bem como projeções e previsões relevantes de relatórios de previsão.

### Futuring/Forecasting

Fatores impulsionadores de mudança, linha de base e cenários futuros alternativos.

### Visioning

Seleção de um ou mais futuros preferidos e suas implicações.

### Designing/planning

Entendimento das ações necessárias para alcançar o futuro preferido

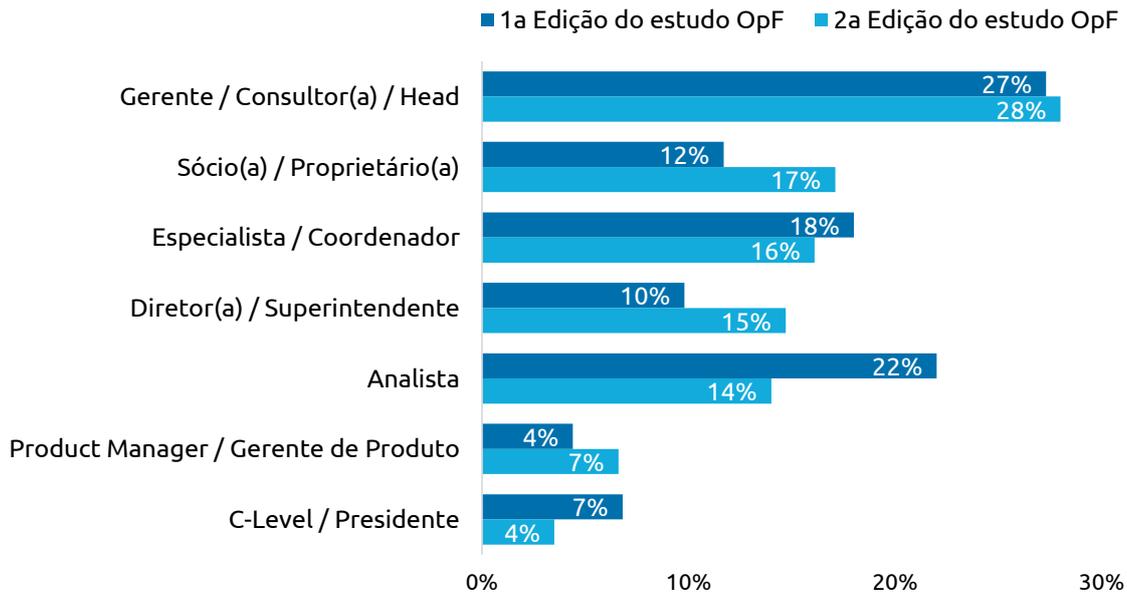
### Acting

Realização e progresso por meio da definição de metas, estratégias, recursos, tarefas, prazos, responsáveis e métodos de mensuração.



## Entrevistas com especialistas

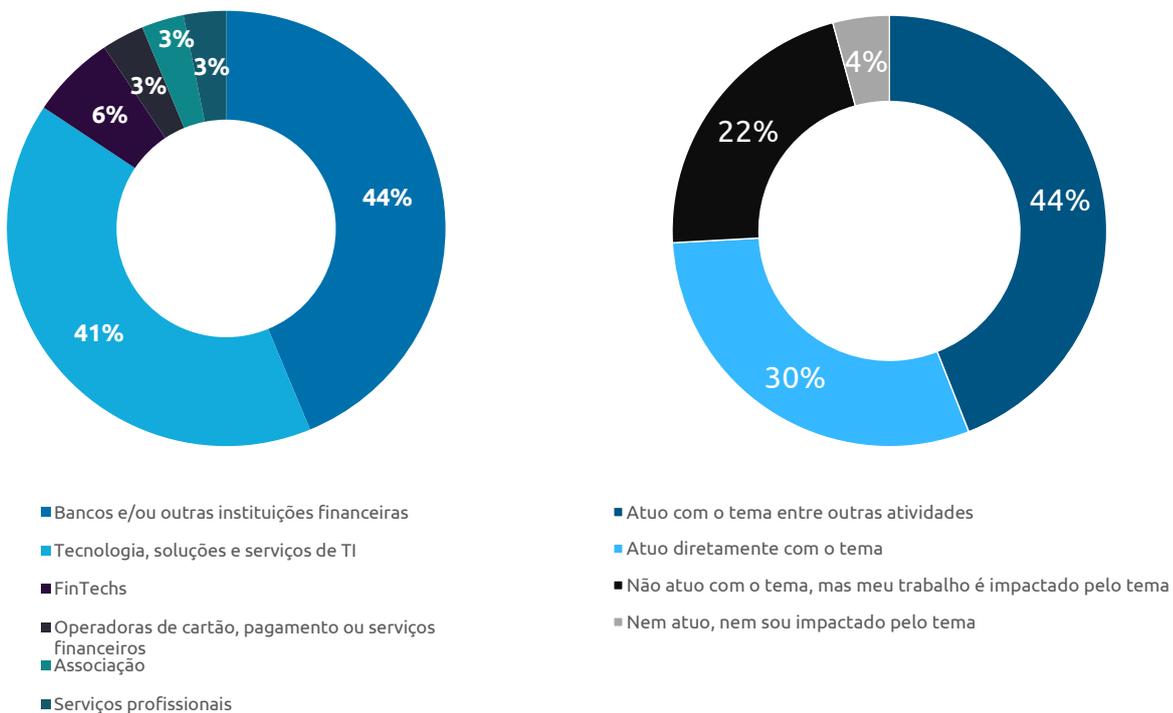
Gráfico 84. Cargo que ocupa



Base: Total da amostra 1ª edição (205) | 2ª Edição (286)

5. Qual cargo ocupa atualmente? [RESPOSTA ÚNICA]

Gráfico 85. Setor da empresa em que trabalha e atuação nos temas Open



## Nosso comitê executivo

**Albert Morales**, Belvo

**Bianca Vieira**, Febraban

**Carolina Sansão**, Febraban

**Cassio Amaral**, Grupo Spoc

**Diego Borsato**, BTG Pactual

**Fabio Cossini**, AWS

**Filipe Damian**, Banco do Brasil

**Gustavo Tarrataca**, Itaú

**Jimmy Lui**, BV

**Leonardo Amaral Afonseca**, Bradesco

**Luana Sorato**, PicPay

**Luciana Kairalla**, Nubank

**Manuel Matos**, Fenacor

**Marcelo Martins**, ABFintechs

**Marcio Alexandre**, Sicoob

**Paulo Morais**, Itaú

**Rodrigo Ohira**, Santander

**Rogério Melfi**, ABFintechs

## Nossos entrevistados, apoiadores, críticos e co-autores:

**Albert Morales**

**Alessandro Lobassi**

**Ana Continentino**

**Andressa Tavares**

**Bianca Vieira**

**Carlos Zambroni**

**Carolina Sansão**

**Cassio Amaral**

**Danillo Branco**

**Danilo Rodrigues Percinoto**

**Danylo Martins**

**Diego Borsato**

**Eduardo Brunetti**

**Fabio Alexandre Malmegrin de Castro**

**Fabio Cossini**

**Fernanda Guedes**

**Filipi Damian**

**Gabriel Pereira**

**Gustavo Tarrataca**

**Herivelton Martins**

**Jimmy Lui**

**Leandro Nobrega**

**Leonardo Amaral Afonseca**

**Luana Soratto**

**Luciana Bahmdouni**

**Luciano Falquer**

**Lucio Marques**

**Manuel Matos**

**Marcelo Martins**

**Marcio Alexandre**

**Marcio Rodrigues**

**Marcos Trazzini**

**Paulo Morais**

**Paulo Valadares**

**Ricardo Toledo**

**Rodrigo Ohira**

**Rogério Melfi**

**Samuel Freire**

**Victor Duek**

Agradecemos ao time CORE, responsável por que esse relatório virasse realidade, pelas inúmeras horas de interação, cafés, discussões, sessões geração de ideias; entrevistas, criação de imagens, ideias, modelagem de estratégia; modelagem de dados, sponsorship, verba para realização, entre outras inúmeras ajudas:

**Camila Ribeiro**

**Daniela Dutra**

**Eduardo Baltazar**

**Fulvio Xavier**

**Giziane Dias**

**Gustavo Lenca**

**Heloisa Massa**

**Ivone Harrison**

**Karina Orlandi**

**Lucimary Sant Anna**

**Natalia Zimerfield**

**Wancley Girardi**

# Referências

1. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/financial-data-unbound-the-value-of-open-data-for-individuals-and-institutions>
2. <https://www.capgemini.com/news/press-releases/world-fintech-report-2020/>
3. <https://www.konsentus.com/wp-content/uploads/The-World-of-Open-Ecosystems-31-oct-2023-FULL.png>
4. <https://portal.febraban.org.br/noticia/4060/pt-br/>
5. <https://finsidersbrasil.com.br/regulamentacao/bc-deve-regular-banking-as-a-service-em-2024-ia-e-tokenizacao-estao-em-estudo/>
6. [https://ob-wp-media-files.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2024/05/07141329/2023\\_Relatorio-Anual-OFB.pdf](https://ob-wp-media-files.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2024/05/07141329/2023_Relatorio-Anual-OFB.pdf)
7. <https://exame.com/future-of-money/brasil-liderando-mundialmente-open-finance-criadora-ranking/>
8. <https://www.poder360.com.br/economia/campos-neto-recebe-premio-de-banco-central-do-ano-em-londres/>
9. <https://awards.opensummit.com.br/>
10. <https://mercadoeconsumo.com.br/21/03/2024/noticias/confianca-do-consumidor-registra-queda-de-29-em-marco-aponta-acsp/?cn-reloaded=1>
11. <https://forbes.com.br/forbes-money/2024/02/confianca-do-consumidor-no-brasil-cai/>
12. [https://www.otempo.com.br/economia/presidente-do-banco-central-preve-superapp-bancario-em-ate-um-ano-1.3408920#:~:text=A%20declara%C3%A7%C3%A3o%20ocorreu%20em%20evento,Instituto%20Peterson%20em%20Washington%20\(EUA\)&text=O%20presidente%20do%20Banco%20Central,um%20ano%20ou%20at%C3%A9%20menos.](https://www.otempo.com.br/economia/presidente-do-banco-central-preve-superapp-bancario-em-ate-um-ano-1.3408920#:~:text=A%20declara%C3%A7%C3%A3o%20ocorreu%20em%20evento,Instituto%20Peterson%20em%20Washington%20(EUA)&text=O%20presidente%20do%20Banco%20Central,um%20ano%20ou%20at%C3%A9%20menos.)
13. <https://dashboard.openfinancebrasil.org.br/transactional-data/consents-funnel/receivers>

# Sobre nós



A Capgemini é líder global em parceria com empresas para transformar e gerenciar seus negócios, aproveitando o poder da tecnologia. O Grupo é guiado todos os dias pelo propósito de liberar a energia humana por meio da tecnologia para um futuro inclusivo e sustentável. É uma organização responsável e diversificada de quase 360.000 membros de equipe em mais de 50 países. Com sua sólida herança de 55 anos e profunda experiência no setor, a Capgemini tem a confiança de seus clientes para atender a toda a amplitude de suas necessidades de negócios, desde estratégia e design até operações, alimentadas pelo mundo inovador e em rápida evolução da nuvem, dados, IA, conectividade, software, engenharia digital e plataformas. O Grupo reportou em 2022 receitas globais de € 22 bilhões.

Get the future you want | [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)

Todos os direitos reservados. Capgemini, seus serviços aqui mencionados e seus logotipos são marcas comerciais ou marcas registradas de suas respectivas empresas. Todos os outros nomes de empresas, produtos e serviços mencionados são marcas registradas de seus respectivos proprietários e são usados aqui sem intenção de violação de marca registrada. Nenhuma parte deste documento pode ser reproduzido ou copiado de qualquer forma ou por qualquer meio sem permissão por escrito da Capgemini.

---

## Isenção de responsabilidade

As informações aqui contidas são de natureza geral e não se destinam nem devem ser interpretadas como aconselhamento profissional ou opinião fornecida ao usuário. Este documento não pretende ser uma declaração completa das abordagens ou etapas, que podem variar de acordo com os fatores individuais e as circunstâncias necessárias para uma empresa atingir qualquer objetivo comercial específico. Este documento é fornecido apenas para fins informativos; destina-se, exclusivamente, a fornecer informações úteis ao usuário. Este documento não é uma recomendação de nenhuma abordagem específica e não deve ser utilizado para abordar ou resolver qualquer assunto em particular. O texto deste documento foi originalmente escrito em português. A tradução para outros idiomas além do português é fornecida como uma conveniência para nossos usuários. A Capgemini Brasil se isenta de qualquer responsabilidade por imprecisões na tradução e de toda e qualquer representação e garantia de qualquer tipo.

Visite o site do relatório



## Autores

**Daniel Berman**

daniel.berman@capgemini.com

**Jamile Garcia Lovro Leao**

jamile.leao@capgemini.com