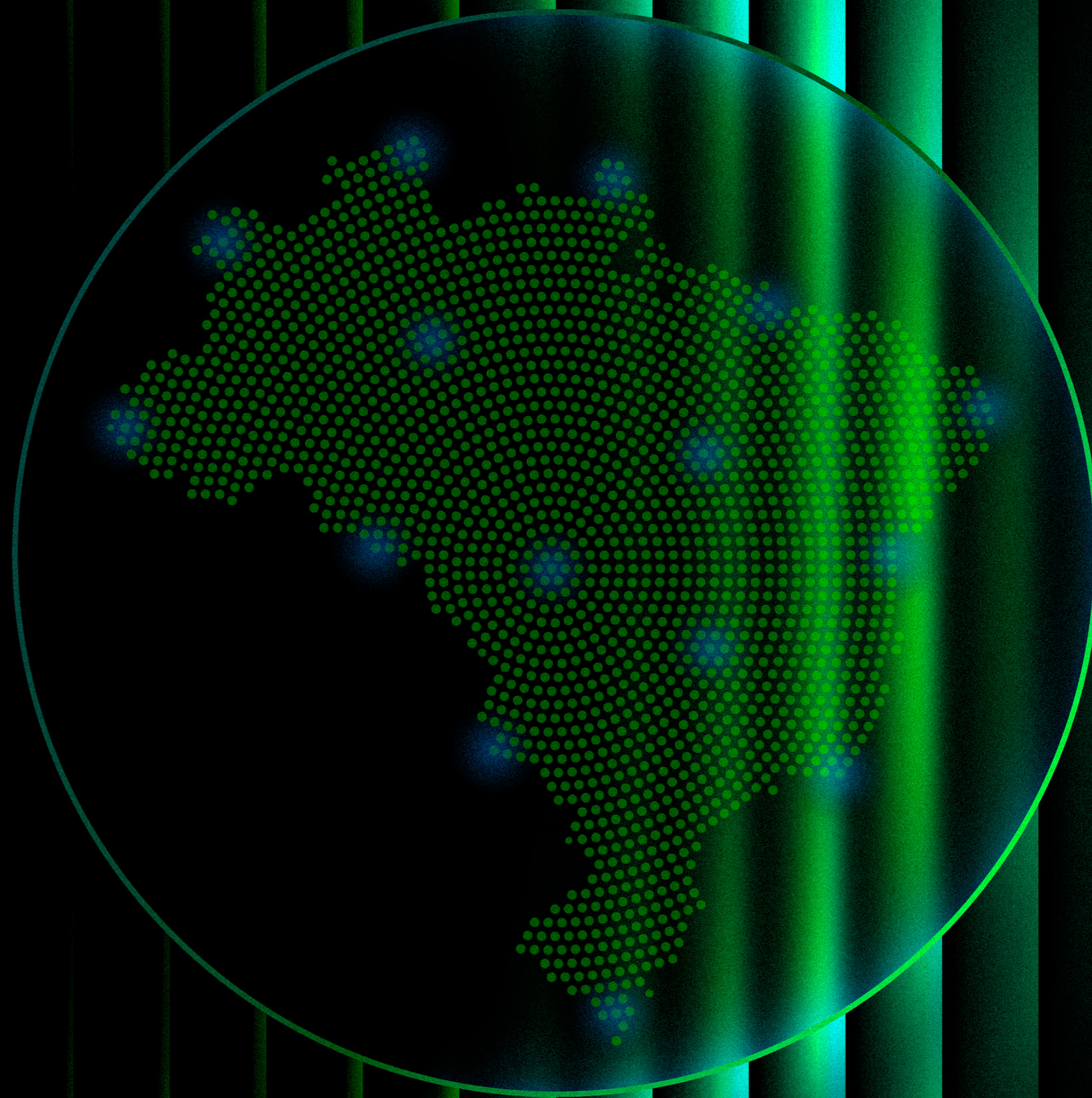


**Deloitte.**

**FEBRABAN**

Pesquisa Febraban  
de Tecnologia Bancária  
**34ª edição**

Vol. 1 - Versão executiva | jun-2026

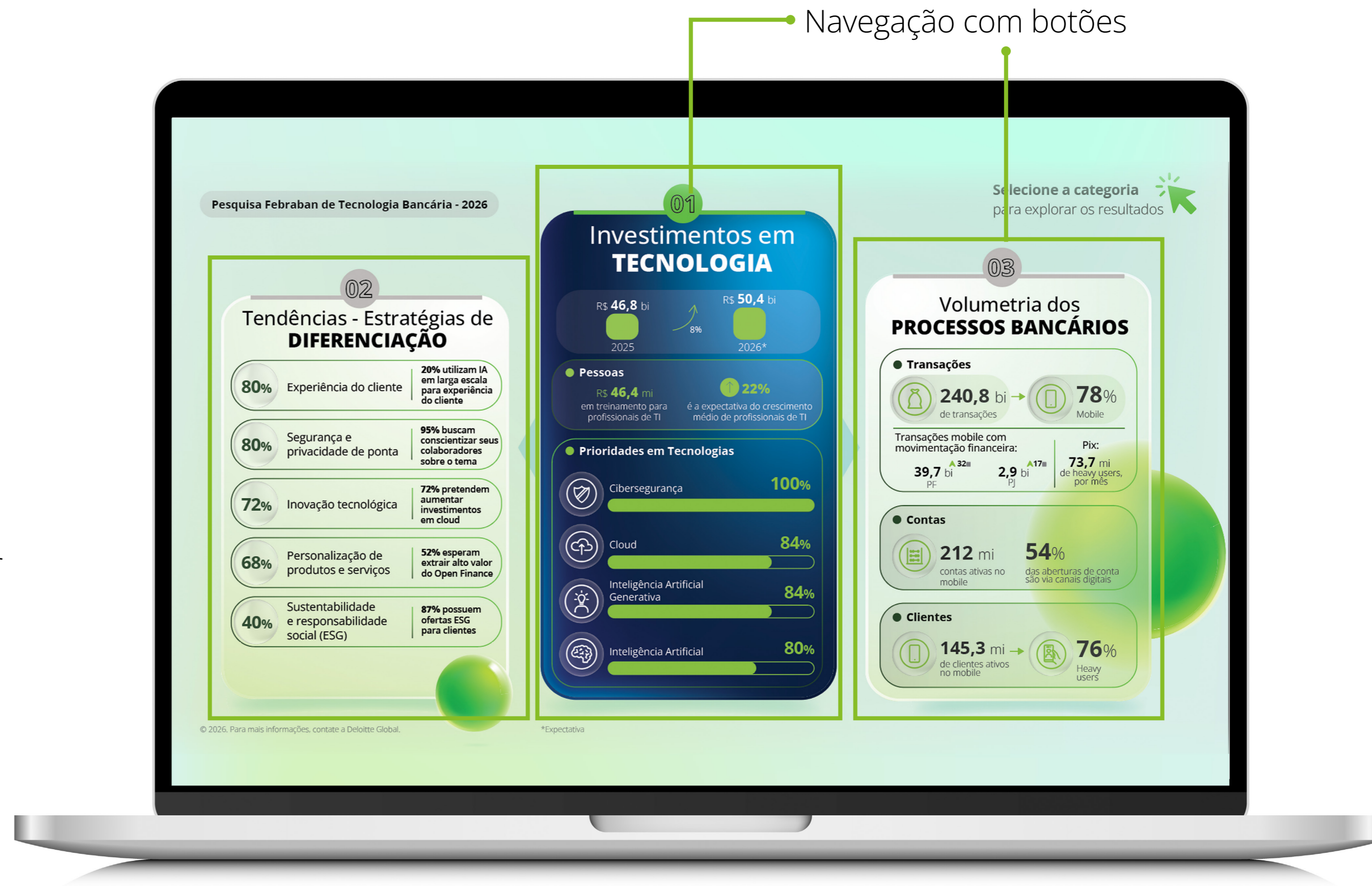


# Navegação interativa

A Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária foi desenvolvida para oferecer uma experiência interativa, disponível quando aberta no Adobe Acrobat e quando baixada para o seu computador ou celular.

## Requisitos para navegação interativa:

- Adobe Acrobat (gratuito, [baixe aqui](#))
- Baixar o relatório para o computador ou celular



# Amostra e metodologia

A pesquisa **Febraban de Tecnologia Bancária** chega à sua **34ª edição** e será apresentada em dois formatos complementares. Este primeiro corresponde a uma versão resumida, que reúne os principais indicadores de tendências, investimentos e a volumetria dos processos bancários, como transações, contas e clientes. Já o segundo, que será lançado durante o Febraban Tech, trará o detalhamento desses dados, juntamente com conteúdos exclusivos desta edição.

Em relação à coleta de dados, a primeira fase da pesquisa foi realizada entre dezembro de 2025 e março de 2026, por meio de formulários eletrônicos e entrevistas em profundidade com lideranças da área de tecnologia. Nesta etapa, 25 bancos responderam aos questionários qualitativo e quantitativo, representando cerca de 85% dos ativos da indústria bancária no País. Adicionalmente, foram conduzidas entrevistas com 53 executivos das áreas de tecnologia.

Já na segunda fase, a coleta ocorreu entre janeiro e abril de 2026, com a participação de 23 bancos no levantamento quantitativo, correspondendo a aproximadamente 82% dos ativos do setor. A análise dos resultados baseou-se na consolidação dos dados coletados, juntamente com os depoimentos individuais dos executivos.

## Fase 1



25

Bancos participantes



85%

Dos ativos bancários do Brasil



53

Executivos entrevistados

## Fase 2



23

Bancos participantes



82%

Dos ativos bancários do Brasil



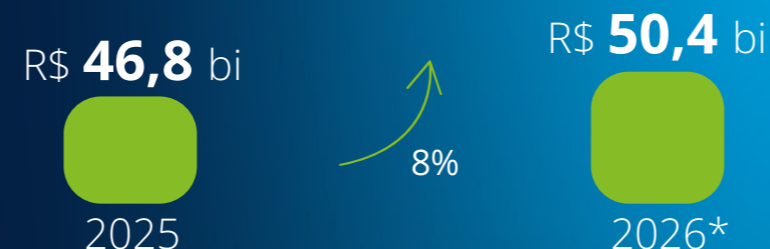
02

## Tendências - Estratégias de DIFERENCIAÇÃO

- 80%** Experiência do cliente | **20%** utilizam IA em larga escala para experiência do cliente
- 80%** Segurança e privacidade de ponta | **95%** buscam conscientizar seus colaboradores sobre o tema
- 72%** Inovação tecnológica | **72%** pretendem aumentar investimentos em cloud
- 68%** Personalização de produtos e serviços | **52%** esperam extrair alto valor do Open Finance
- 40%** Sustentabilidade e responsabilidade social (ESG) | **87%** possuem ofertas ESG para clientes

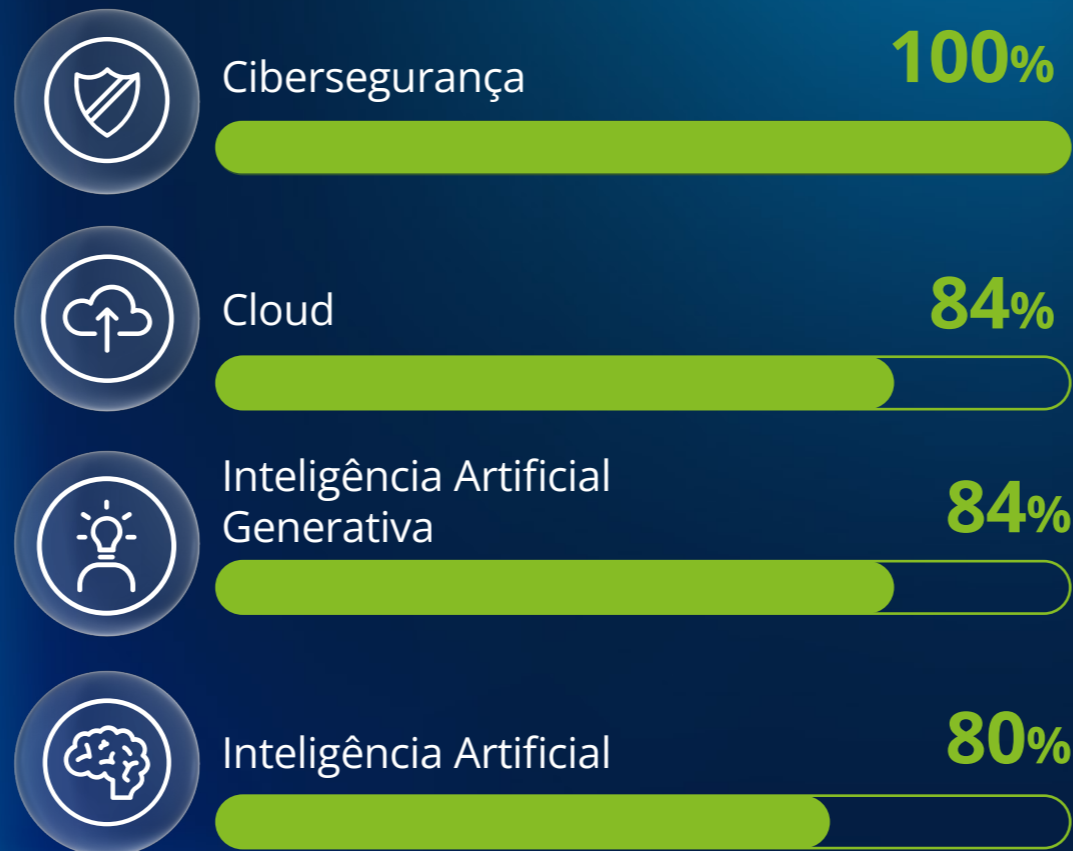
01

## Investimentos em TECNOLOGIA



● **Pessoas**  
 R\$ **46,4** mi em treinamento para profissionais de TI **↑ 22%** é a expectativa do crescimento médio de profissionais de TI

### ● Prioridades em Tecnologias



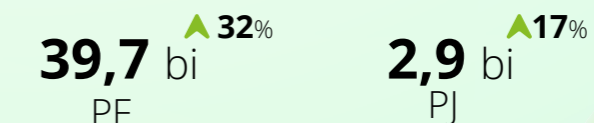
03

## Volumetria dos PROCESSOS BANCÁRIOS

### ● Transações

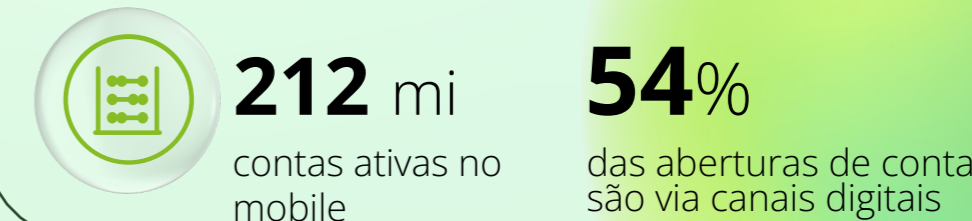


Transações mobile com movimentação financeira:

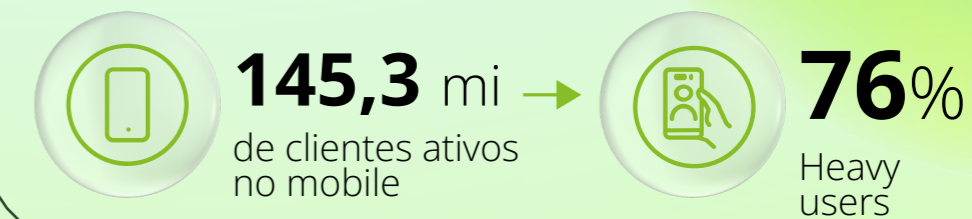


Pix: **73,7** mi de heavy users, por mês

### ● Contas



### ● Clientes



# INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA

01

Investimentos estratégicos como impulso  
à diferenciação e eficiência

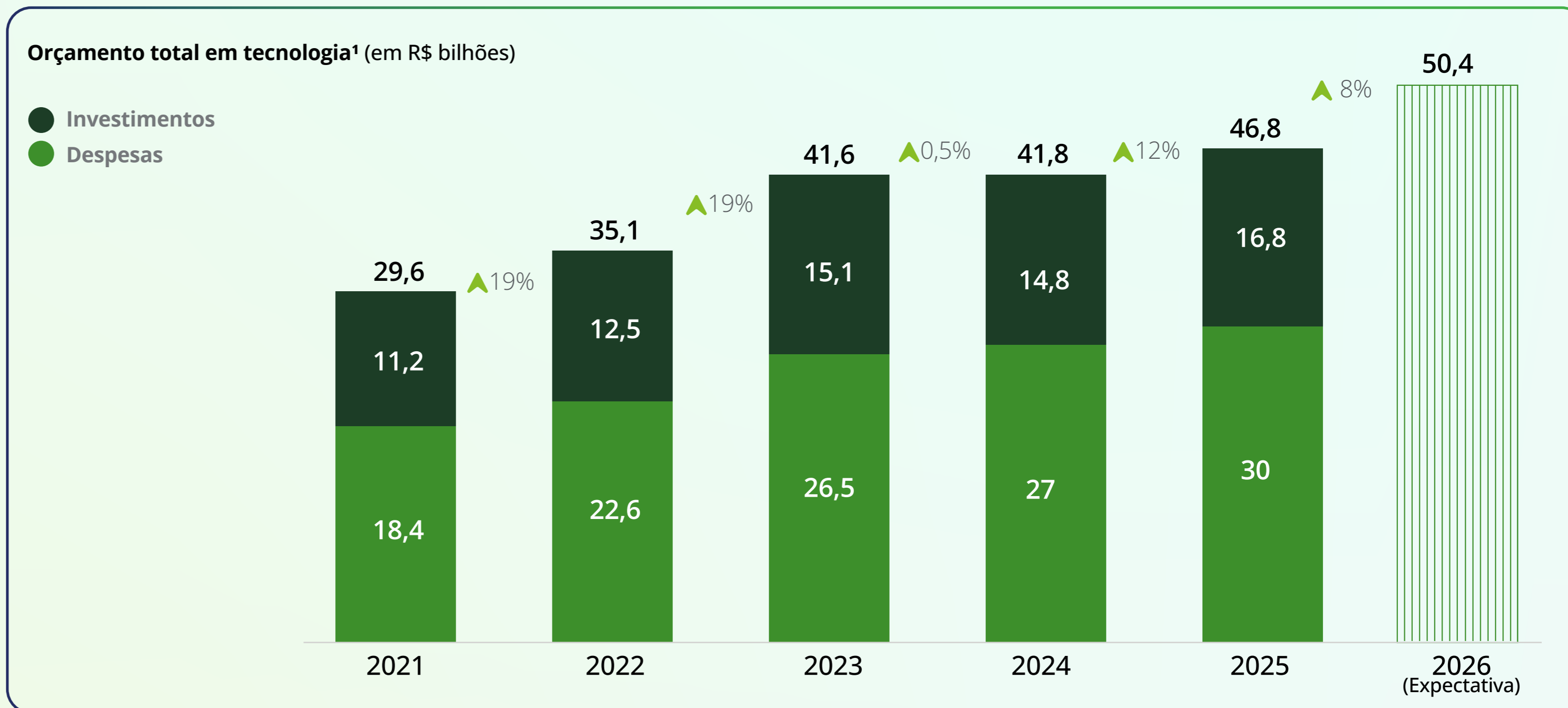


# Investimentos em tecnologia

Investimentos estratégicos como impulso à diferenciação e eficiência são comprovados pelo crescimento de 58% do orçamento em cinco anos



foi o aumento percentual do orçamento em tecnologia nos últimos cinco anos



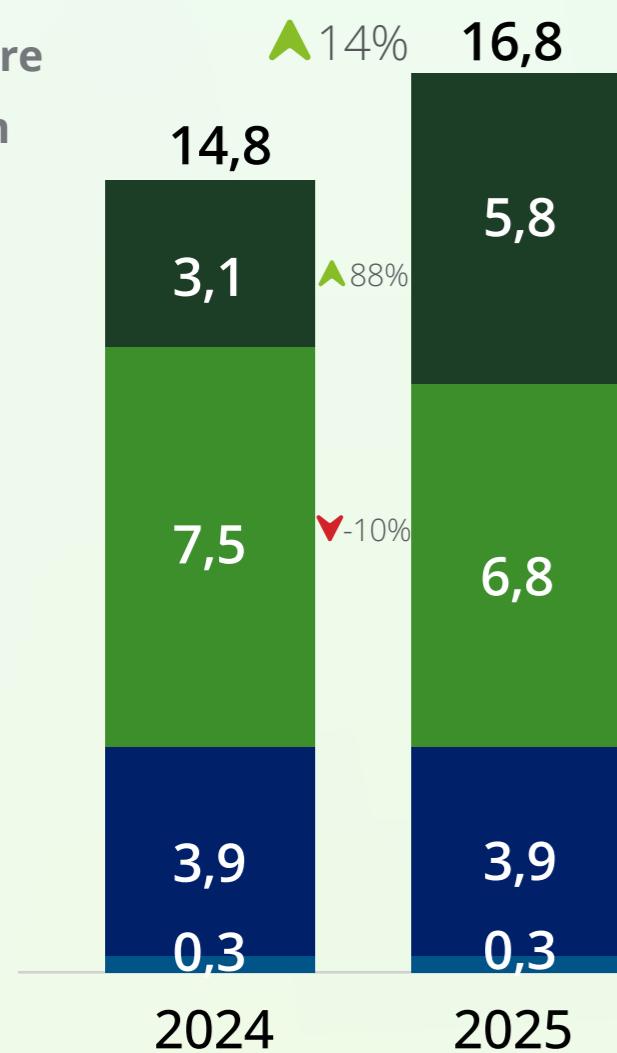
<sup>1</sup>Amostra: 21 bancos.

# Investimentos em tecnologia

Temas emergentes, como IA e cloud, assumem protagonismo no orçamento de tecnologia dos bancos

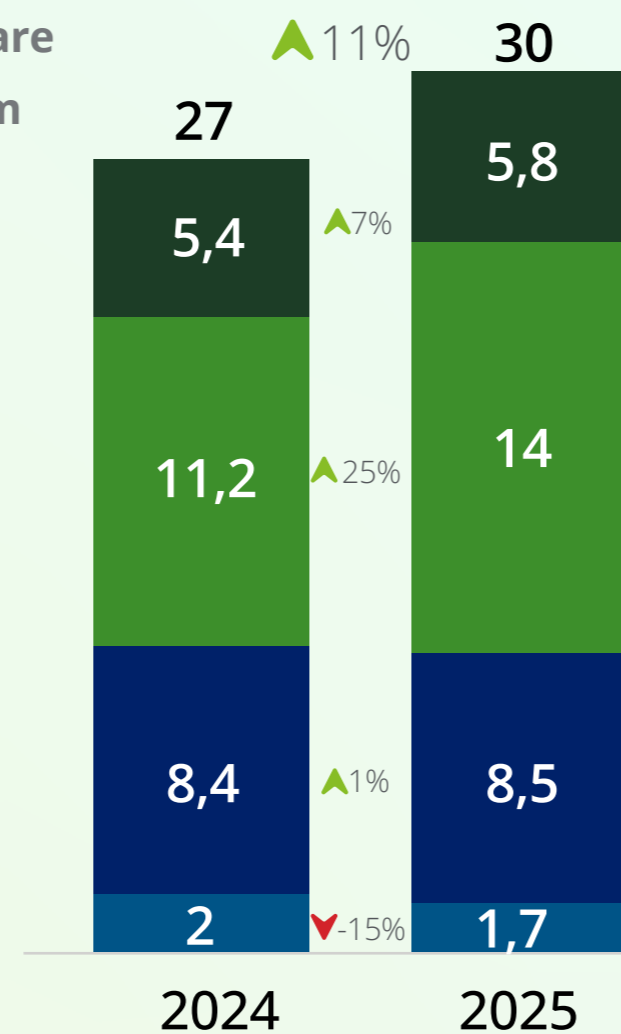
**Investimentos totais em tecnologia<sup>1</sup>**  
(em R\$ bilhões)

- Serviços de TI
- Software
- Hardware
- Telecom

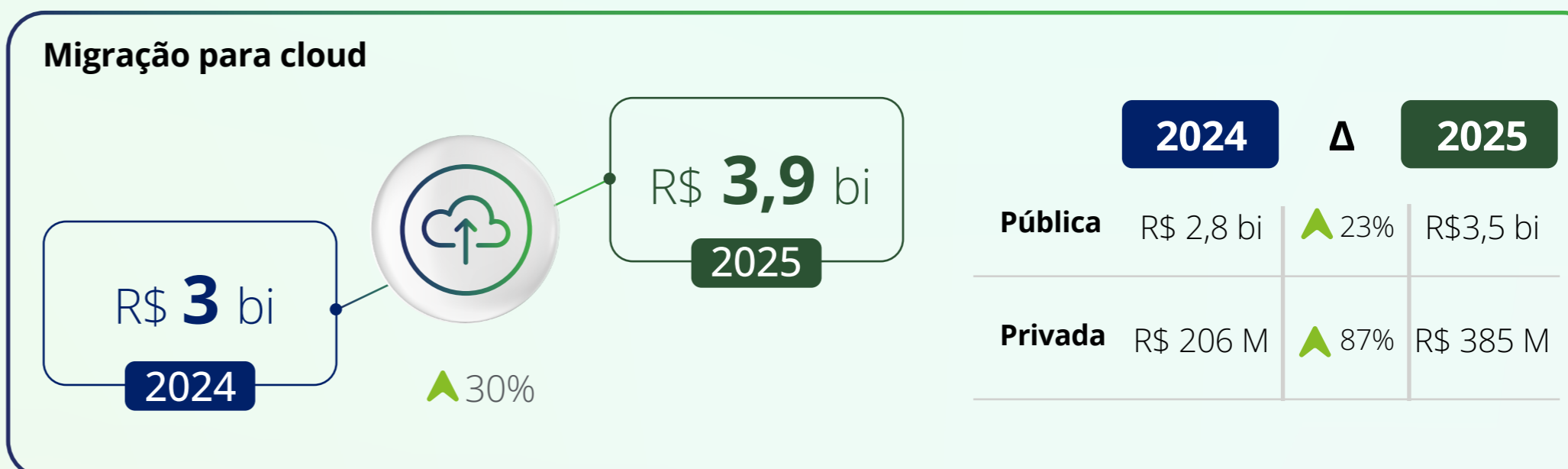
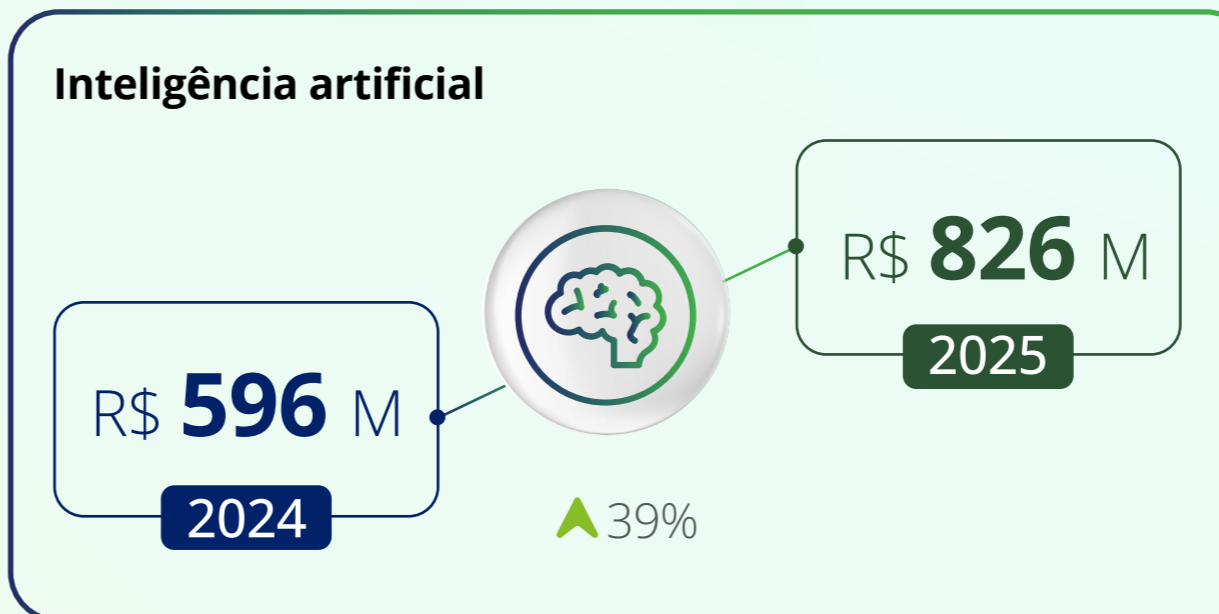


**Despesas totais em tecnologia<sup>1</sup>**  
(em R\$ bilhões)

- Serviços de TI
- Software
- Hardware
- Telecom



**Estimativa de participação de temas no orçamento total em tecnologia<sup>2</sup>**



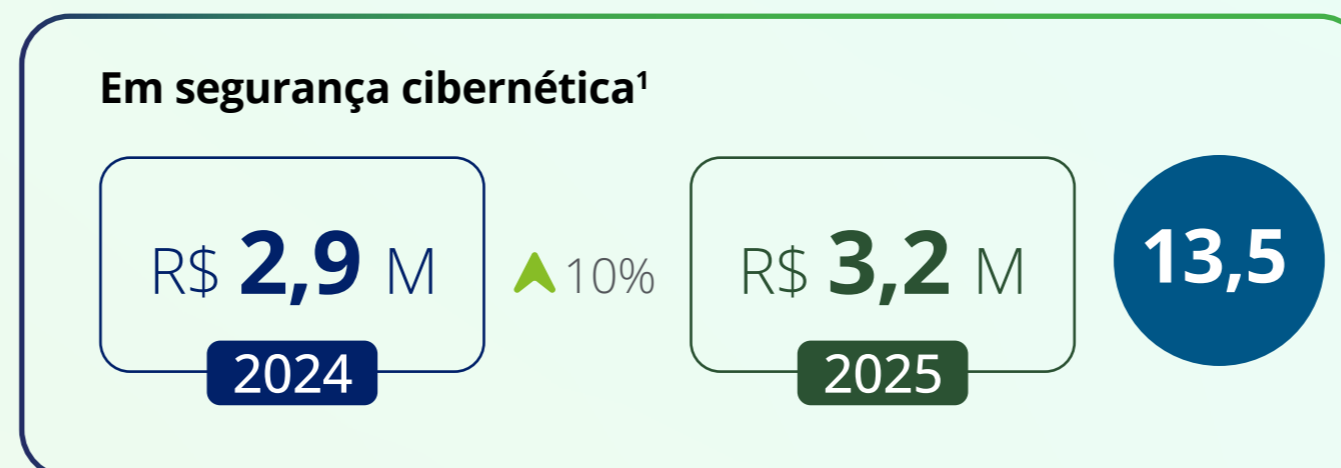
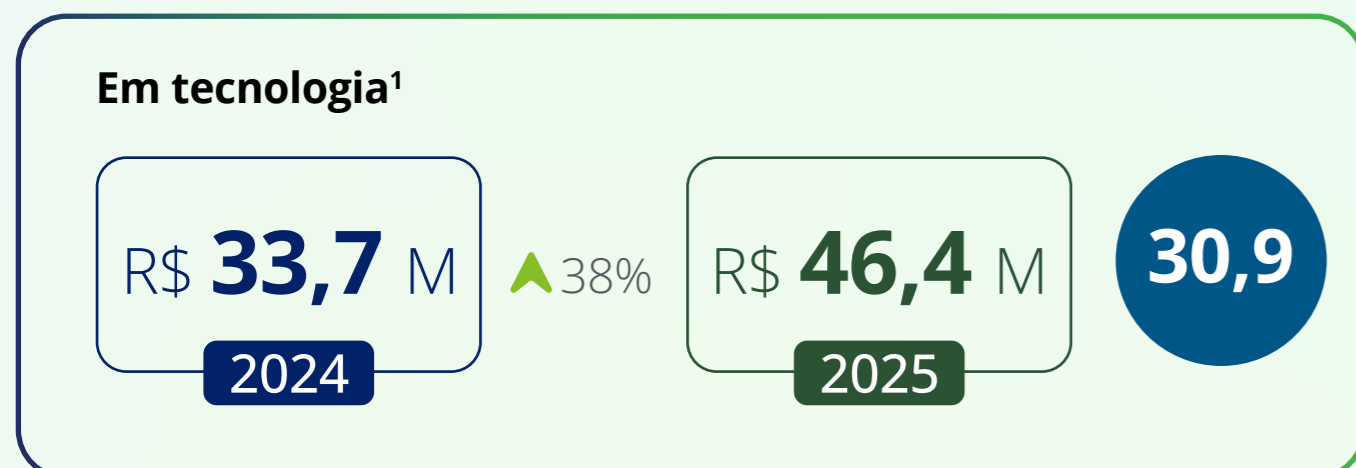
<sup>1</sup>Amostra: 21 bancos; <sup>2</sup>Amostra: 16 bancos.

# Investimentos em tecnologia

Bancos investem em treinamentos mais especializados e direcionados, ao mesmo tempo em que ampliam a contratação de talentos para sustentar a evolução tecnológica

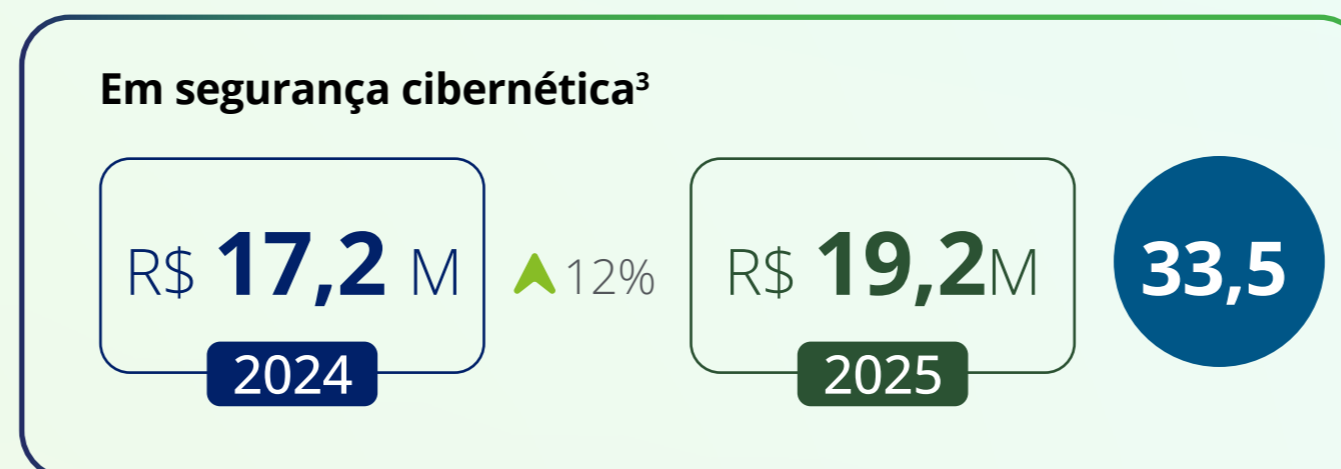
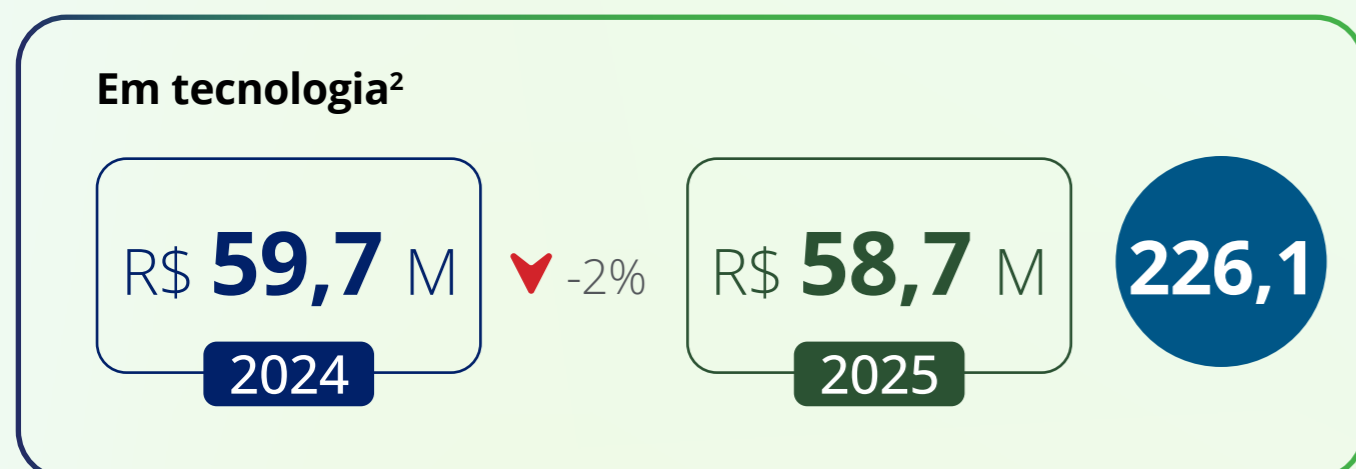
## Investimentos em treinamentos para profissionais de TI (em R\$ milhões)

### Profissionais treinados em 2025 (em milhares)




## Investimentos em treinamentos para profissionais dos bancos (em R\$ milhões)


### Profissionais treinados em 2025 (em milhares)



 **226,1 mil**

é o número total de **profissionais treinados em tecnologia** no setor bancário

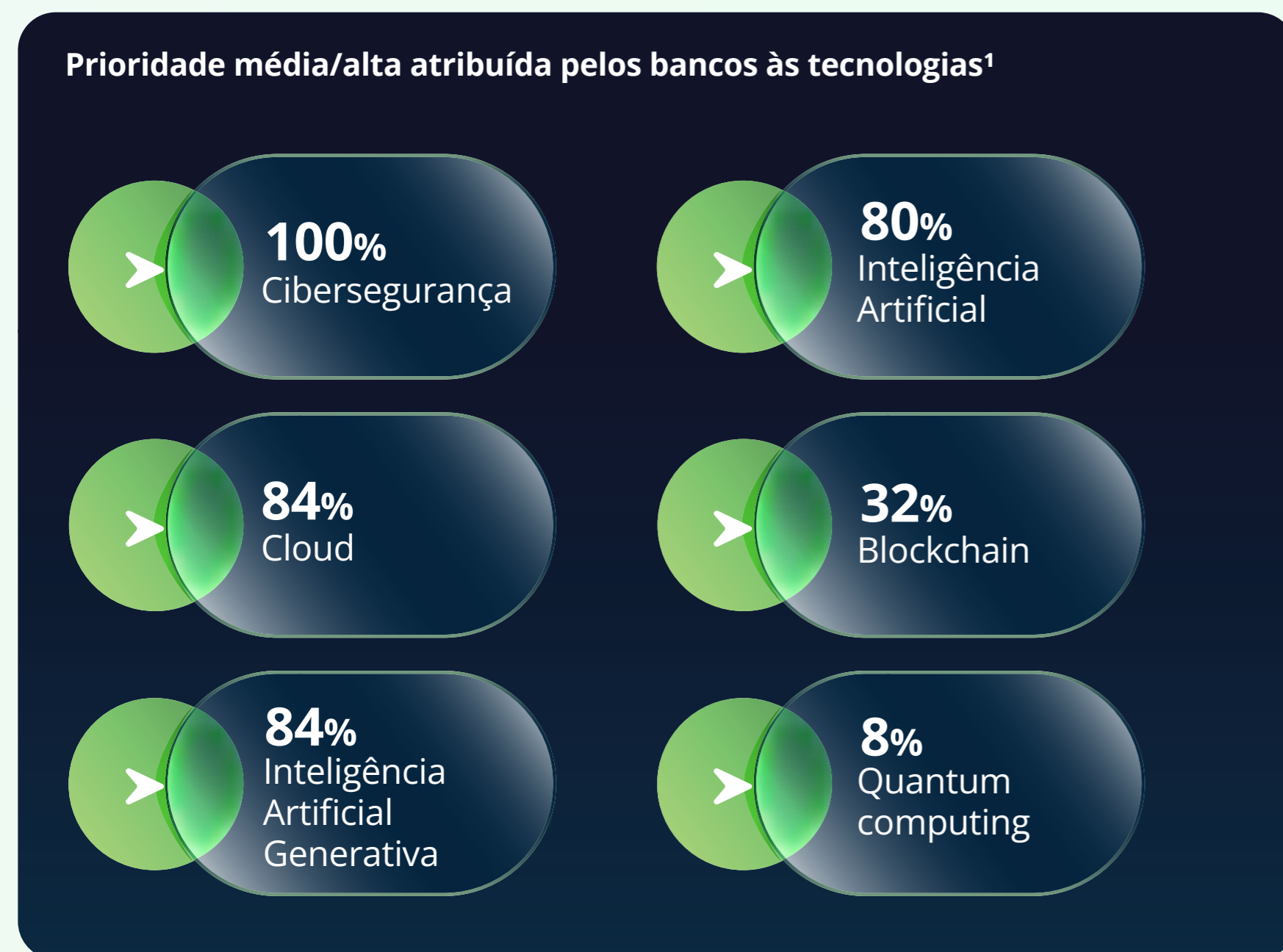
 **11%** dos profissionais dos bancos são da área de **TI**, correspondendo a **49,4 mil** colaboradores<sup>4</sup>

 **42%** dos bancos pretendem **ampliar o número de profissionais** na área de TI, correspondendo a um crescimento médio<sup>5</sup> de **22%**

<sup>1</sup>Amostra: 18 bancos; <sup>2</sup>Amostra: 19 bancos; <sup>3</sup>Amostra: 15 bancos; <sup>4</sup>Amostra: 24 bancos; <sup>5</sup>Amostra: 9 bancos.

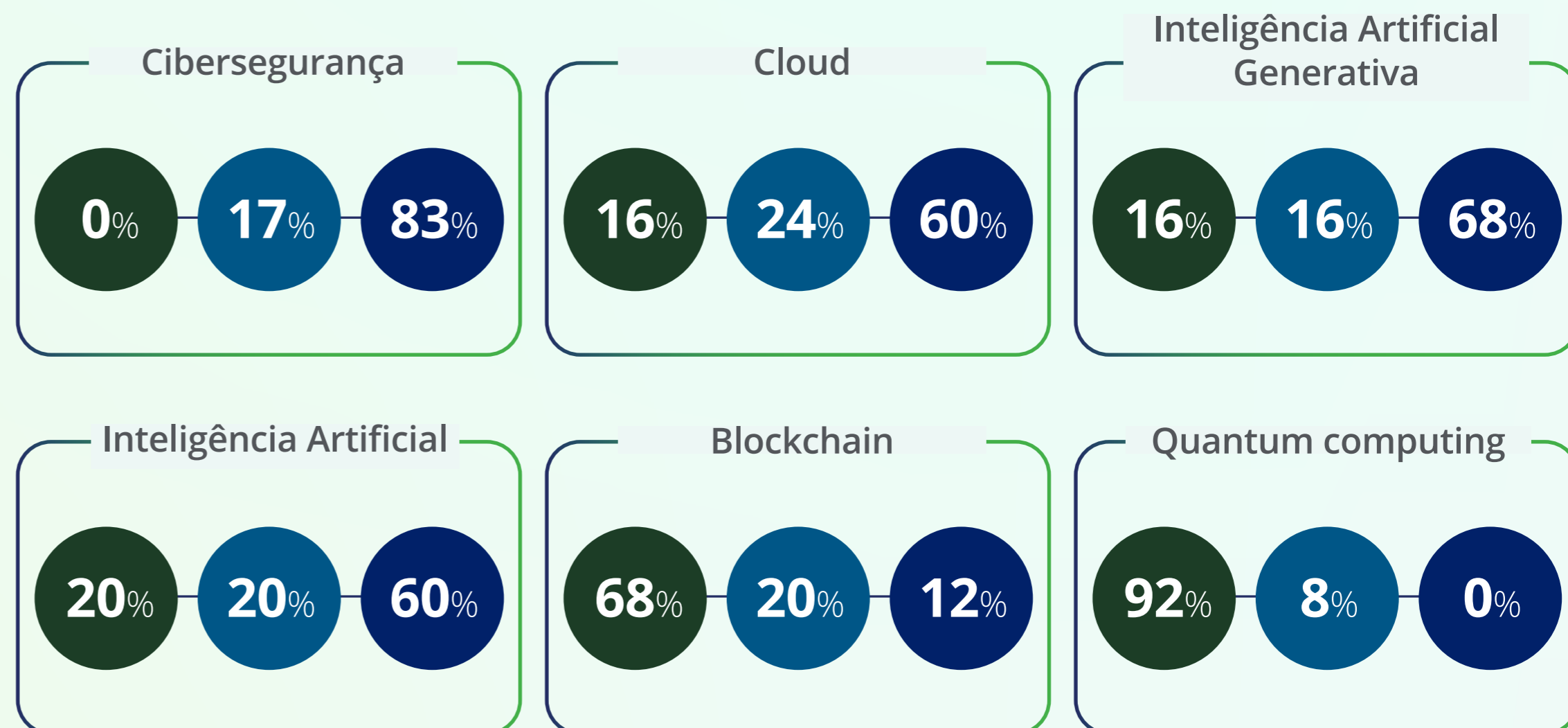
# Investimentos em tecnologia

Investimentos prioritários em TI concentram-se em tecnologias já maduras e críticas, como cibersegurança, cloud e IA



**Nível de prioridade atribuído pelos bancos aos investimentos em tecnologias<sup>1</sup>**

● Baixa ● Média ● Alta



<sup>1</sup>Amostra: 25 bancos.



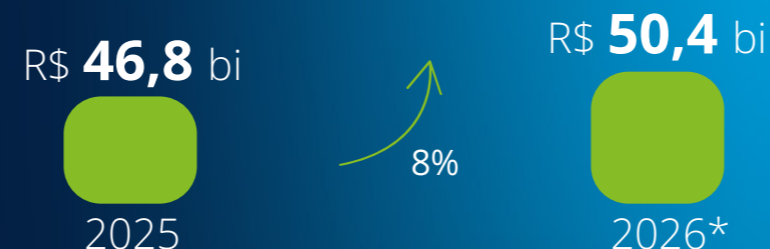
02

## Tendências - Estratégias de DIFERENCIAÇÃO

- 80%** Experiência do cliente | **20%** utilizam IA em larga escala para experiência do cliente
- 80%** Segurança e privacidade de ponta | **95%** buscam conscientizar seus colaboradores sobre o tema
- 72%** Inovação tecnológica | **72%** pretendem aumentar investimentos em cloud
- 68%** Personalização de produtos e serviços | **52%** esperam extrair alto valor do Open Finance
- 40%** Sustentabilidade e responsabilidade social (ESG) | **87%** possuem ofertas ESG para clientes

01

## Investimentos em TECNOLOGIA



● **Pessoas**  
 R\$ **46,4** mi em treinamento para profissionais de TI **↑ 22%** é a expectativa do crescimento médio de profissionais de TI

### ● Prioridades em Tecnologias



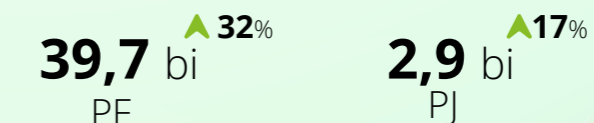
03

## Volumetria dos PROCESSOS BANCÁRIOS

### ● Transações

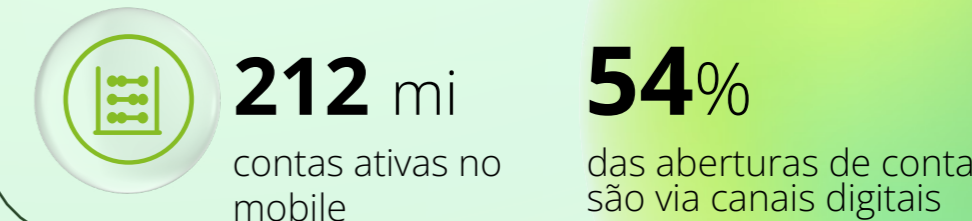


Transações mobile com movimentação financeira:

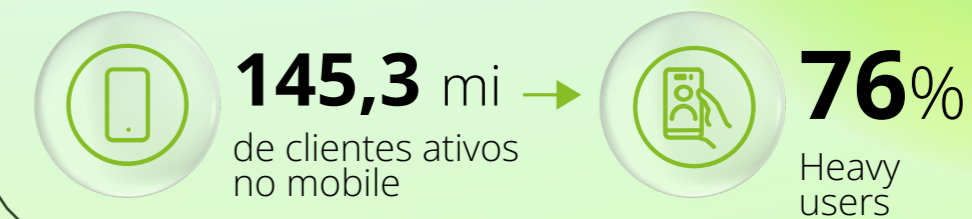


Pix: **73,7** mi de heavy users, por mês

### ● Contas



### ● Clientes



# TENDÊNCIAS - ESTRATÉGIAS DE DIFERENCIAÇÃO

# 02

O papel da inovação e da tecnologia na  
busca por diferenciação estratégica



# Estratégias de diferenciação - Experiência do cliente

A experiência do cliente lidera a estratégia de diferenciação dos bancos, tendo IA e GenAI como importantes alicerces

**80%**

das instituições priorizam experiência do cliente como estratégia de diferenciação<sup>1</sup>

**71%** Expansão de transações via chatbot

**71%** Uso de GenAI no atendimento

**71%** Maior exploração de aplicativos de mensageria

## Nível médio de implementação de IA para experiência do cliente<sup>1</sup>

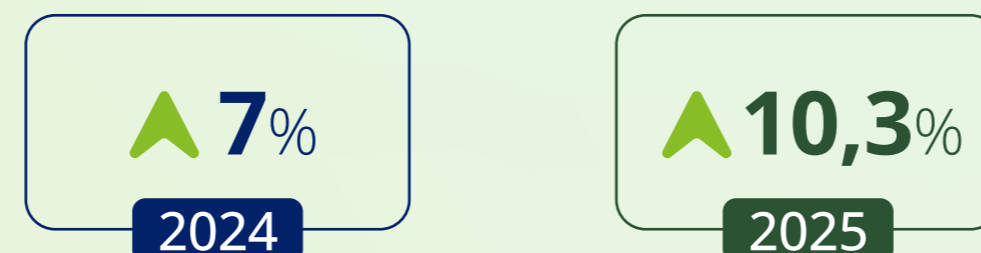
(em % das organizações)



## Estágios de implementação de IA e GenAI para experiência do cliente<sup>1</sup>

	Não utilizam	Exploração inicial/escala limitada	Integração em larga escala/otimizada
Chatbots e/ou assistentes virtuais para atendimento ao cliente	24%	40%	36%
Chatbots e/ou assistentes virtuais para apoio aos clientes durante o atendimento	36%	36%	28%
Onboarding para automatizar e otimizar a verificação de identidades dos clientes	37%	37%	26%
Ouvidoria, para analisar e otimizar respostas às reclamações dos clientes	52%	24%	24%
Personalização de ofertas	48%	32%	20%
User interface	56%	28%	16%
Robô advisor para clientes	76%	16%	8%

## Aumento de eficiência em atendimento ao cliente após implementação de IA e GenAI (em média)<sup>2</sup>



## Percentual de bancos com ganhos elevados<sup>3</sup> de eficiência em atendimento ao cliente com IA/GenAI<sup>2</sup>



<sup>1</sup>Amostra: 25 bancos; <sup>2</sup>Amostra equalizada: 21 bancos; <sup>3</sup>20% ou mais de aumento de eficiência.

# Estratégias de diferenciação - Segurança e privacidade de ponta

Segurança e privacidade se mantêm prioritárias, com os bancos utilizando IA para fortalecer suas estratégias



# 80%

das instituições priorizam a segurança e privacidade como estratégia de diferenciação<sup>1</sup>

**95%** Educação e conscientização dos colaboradores

**90%** Prevenção à fraude

**90%** Inovação em segurança

## Formas de utilizar a IA para fortalecer a cibersegurança<sup>2</sup>

**77%**

Para análise preditiva de riscos cibernéticos

**77%**

Para detecção de ameaças e padrões anômalos

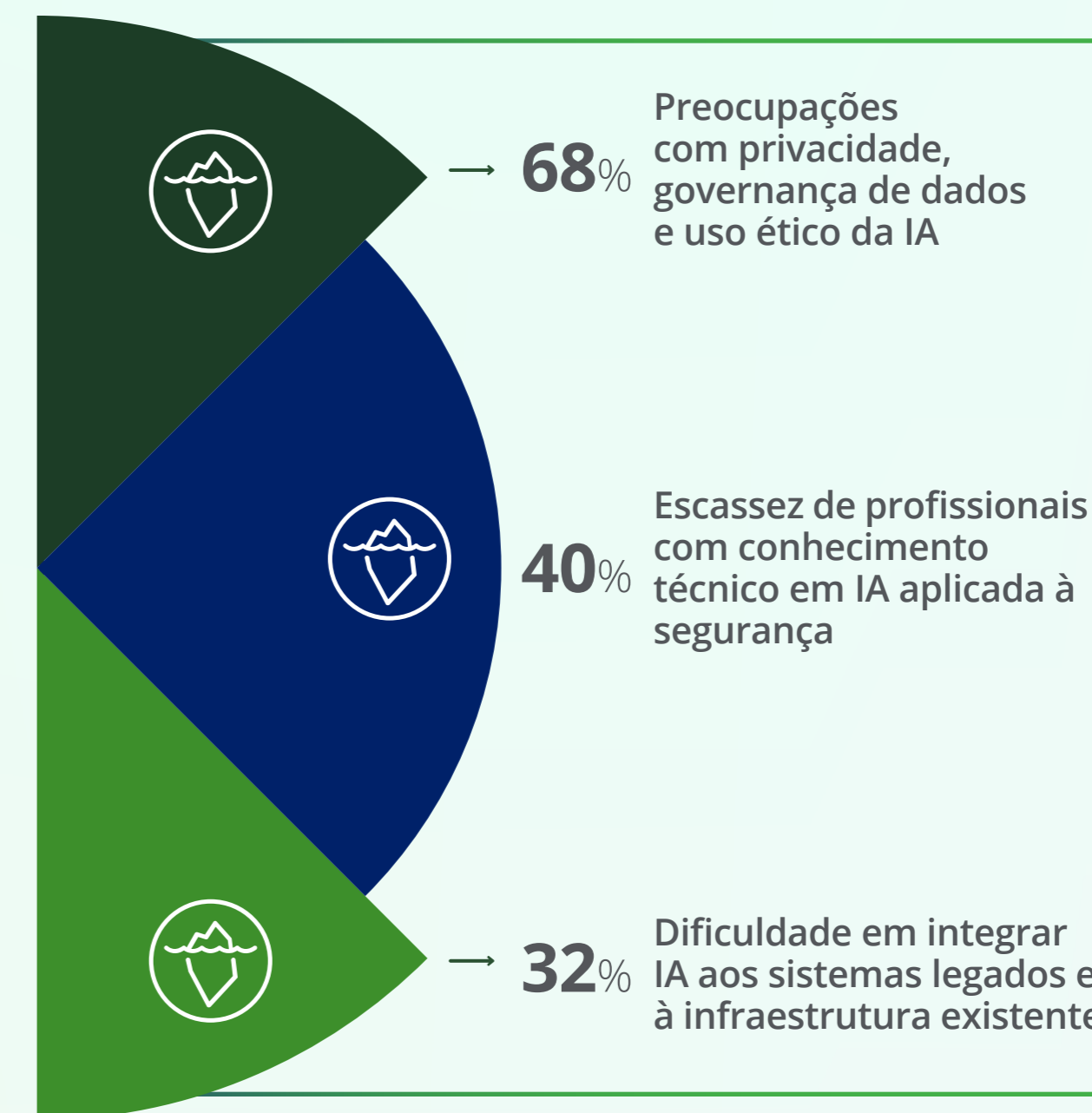
**46%**

Para testes de intrusão

**31%**

Para automação de respostas a incidentes

## Principais desafios para a adoção de inteligência artificial em segurança da informação<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Amostra: 25 bancos; <sup>2</sup>Amostra: 13 bancos.

# Estratégias de diferenciação - Segurança e privacidade de ponta

IA começa a gerar benefícios em segurança cibernética, com crescimento consistente da eficiência e ampliação do número de instituições que capturam valor em maior escala



## Aumento de eficiência após implementação de IA e GenAI (em média)<sup>1</sup>

### Prevenção de riscos cibernéticos



### Prevenção de fraudes



## Percentual de bancos com ganhos elevados<sup>2</sup> de eficiência após a implementação de IA e GenAI<sup>1</sup>

### Prevenção de riscos cibernéticos



### Prevenção de fraudes



<sup>1</sup>Amostra equalizada: 21 bancos; <sup>2</sup>20% ou mais de aumento de eficiência.

# Estratégias de diferenciação - Inovação tecnológica

Cloud se consolida como uma das principais habilitadoras da inovação tecnológica, promovendo transformação e eficiência no setor bancário



**72%**

das instituições priorizam a inovação tecnológica como estratégia de diferenciação<sup>1</sup>

**88%** Migração de dados/ informações para a nuvem

**82%** Exploração de GenAI

**30%** Tokenização e custódia de ativos

## Benefícios percebidos com a utilização de cloud<sup>2</sup>

- 1° Acesso facilitado a inovações/tecnologias avançadas
- 2° Eficiência operacional
- 3° Escalabilidade
- 4° Atualizações automáticas
- 5° Resiliência e recuperação de desastres

## Grau de utilização de IA no processo de migração para cloud<sup>1</sup>



**+72%**

pretendem **aumentar os investimentos** em cloud em comparação ao ano anterior<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Amostra: 25 bancos; <sup>2</sup>Amostra: 24 bancos.

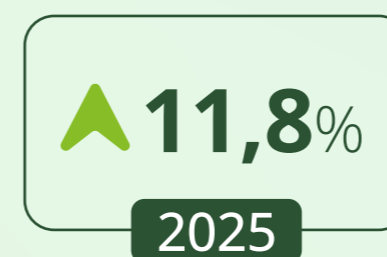
# Estratégias de diferenciação - Inovação tecnológica

Outras habilitadoras da inovação, IA e GenAI refletem ganhos de eficiência, especialmente no backoffice e desenvolvimento, indicando avanço na captura de valor

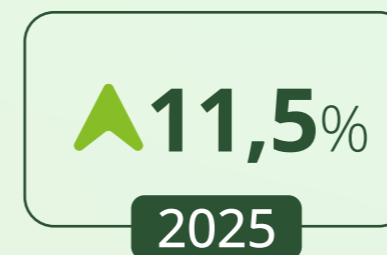


## Aumento de eficiência após implementação de IA e GenAI (em média)

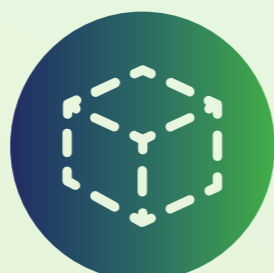
### Processos bancários<sup>1</sup>



### Backoffice<sup>2</sup>



### Desenvolvimento de aplicações<sup>3</sup>



## Percentual de bancos com ganhos elevados<sup>4</sup> de eficiência após a implementação de IA e GenAI

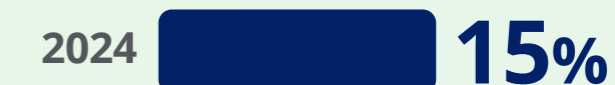
### Processos bancários<sup>1</sup>



### Backoffice<sup>2</sup>



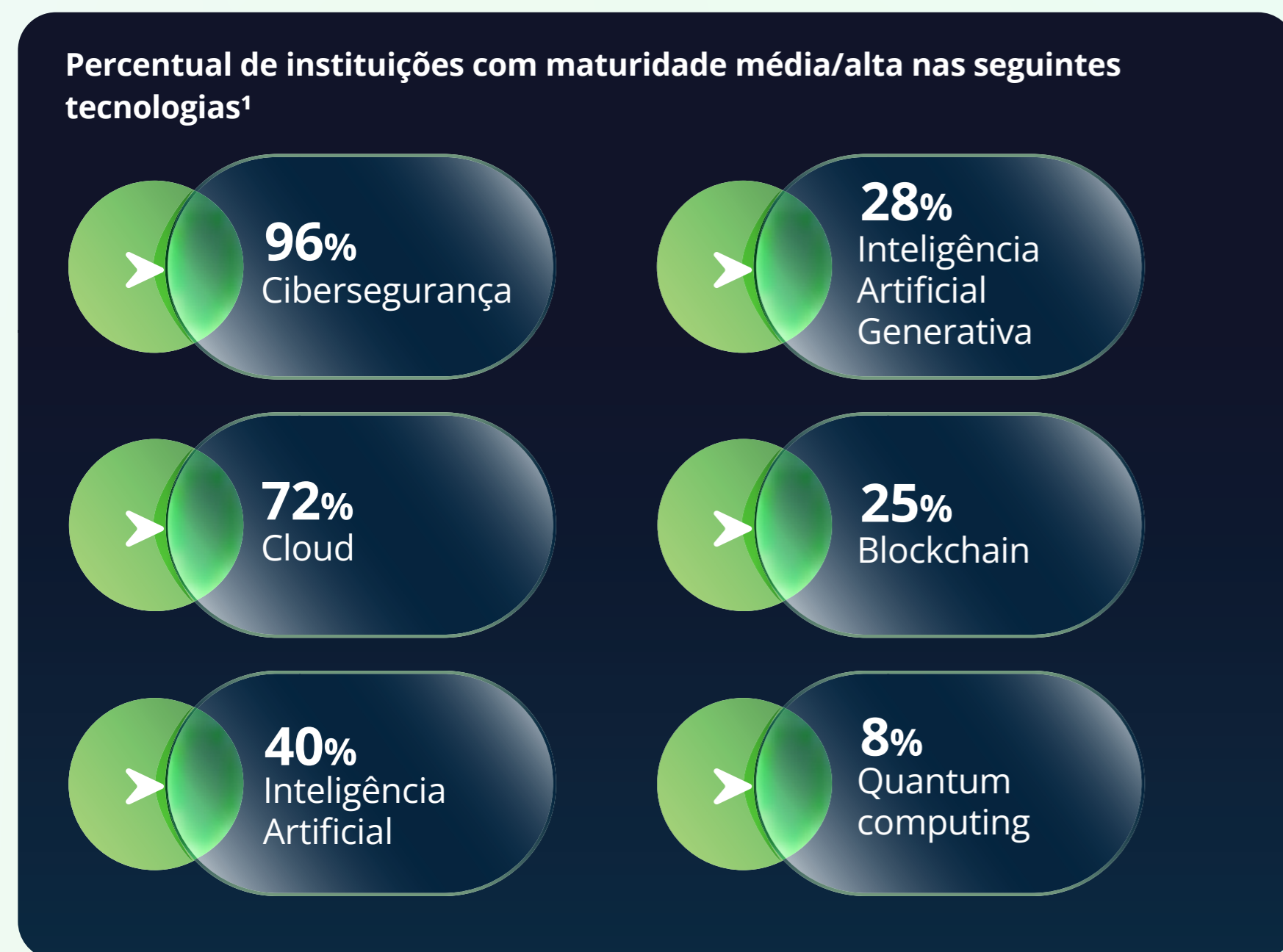
### Desenvolvimento de aplicações<sup>3</sup>



<sup>1</sup>Amostra equalizada: 18 bancos; <sup>2</sup>Amostra equalizada: 20 bancos; <sup>3</sup>Amostra equalizada: 21; <sup>4</sup>20% ou mais de aumento de eficiência.

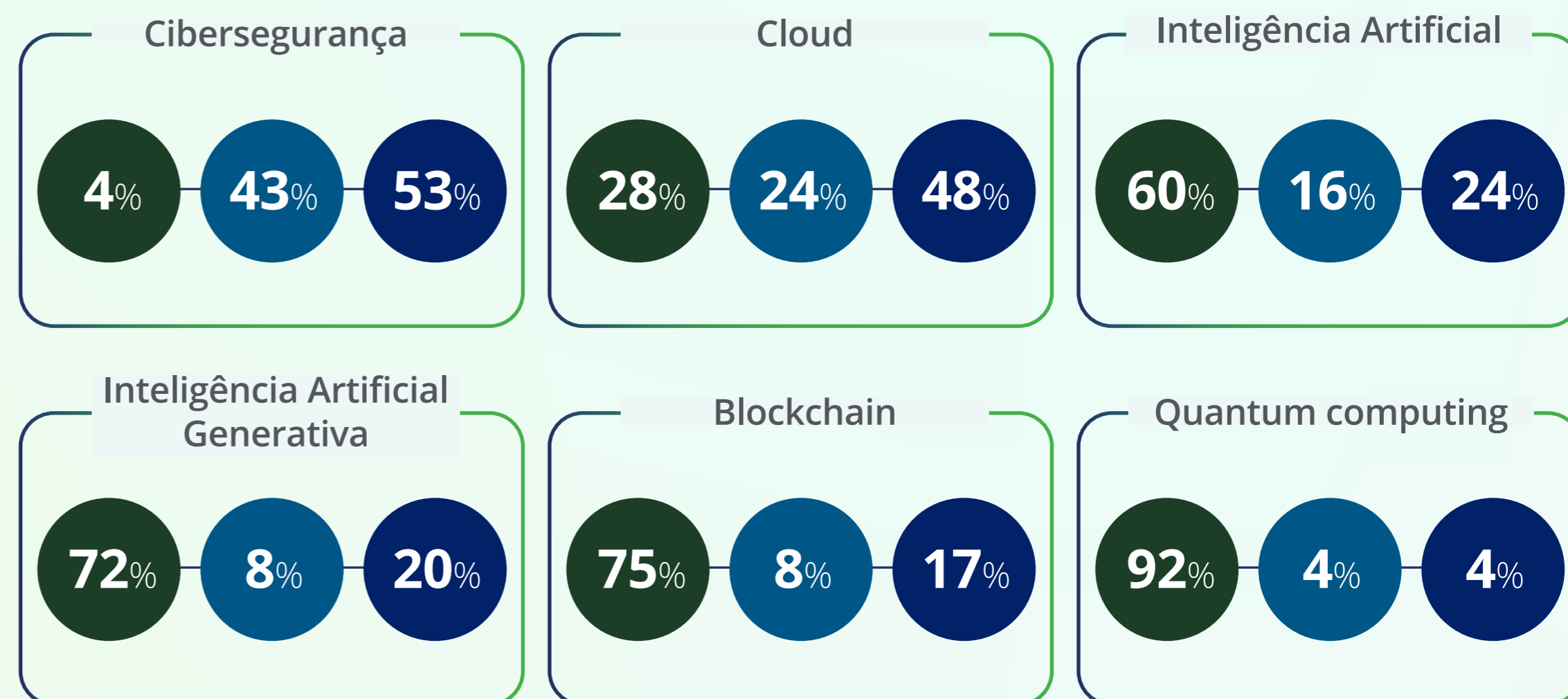
# Estratégias de diferenciação - Inovação tecnológica

Na perspectiva de maturidade, tecnologias como cloud e cyber se destacam, enquanto IA e GenAI podem ser mais exploradas



**Nível de maturidade<sup>2</sup> das seguintes tecnologias<sup>1</sup>**

● Baixa maturidade    ● Média maturidade    ● Alta maturidade



<sup>1</sup>Amostra: 25 bancos; <sup>2</sup>Baixa maturidade: Uso experimental ou pontual, baixa integração, sem escala ou impacto relevante, Média maturidade: Uso estruturado, com casos de negócio claros, porém ainda limitado em escala, Alta maturidade: Uso estratégico, escalável e com impacto mensurável no negócio.

# Estratégias de diferenciação - Personalização de produtos e serviços

A utilização da IA para a personalização está evoluindo, mas ainda há espaço para desenvolvimento



## 68%

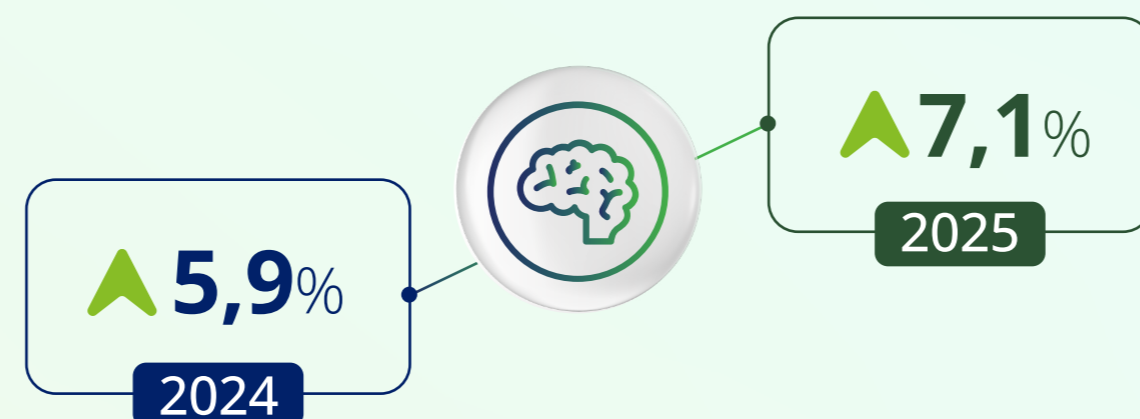
das instituições priorizam a personalização de produtos e serviços como estratégia de diferenciação<sup>1</sup>

**80%** Análise de dados com IA para aprimorar ofertas

**53%** Exploração dos dados compartilhados via Open Finance

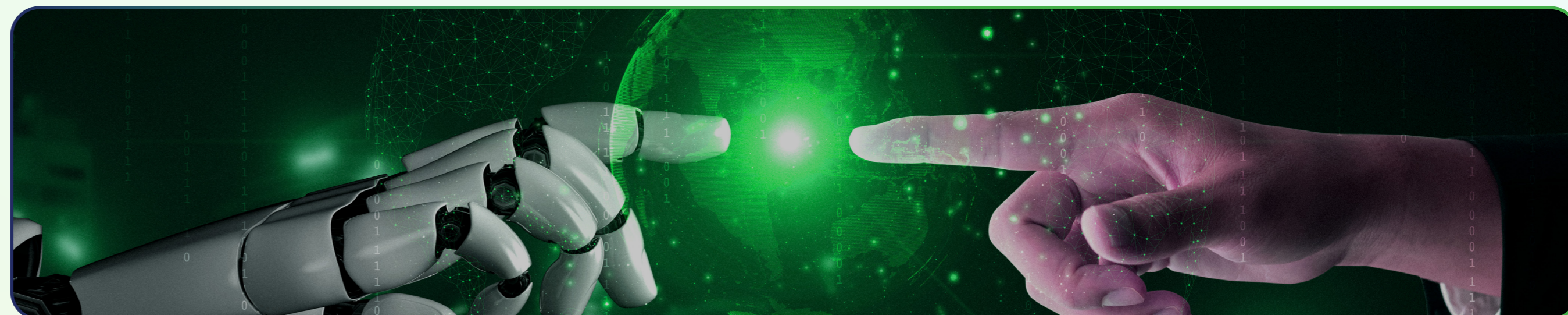
**47%** Obtenção de mais consentimentos para o compartilhamento de dados

Aumento de eficiência em **fidelização de clientes** após a implementação de IA e GenAI<sup>2</sup> (em média)



## 6%

é o percentual de bancos com **ganhos elevados<sup>3</sup> de eficiência** em fidelização de clientes após a implementação de IA e GenAI<sup>2</sup>



<sup>1</sup>Amostra: 21 bancos; <sup>2</sup>Amostra equalizada: 18 bancos; <sup>3</sup>20% ou mais de aumento de eficiência.

# Estratégias de diferenciação - Personalização de produtos e serviços

O número de consentimentos do Open Finance avança de forma acelerada, mas ainda há potencial e expectativa das instituições em capturar valor

**+ 102,8M**

de consentimentos ativos no OpF, um aumento de **122%** em relação ao ano anterior<sup>1</sup>

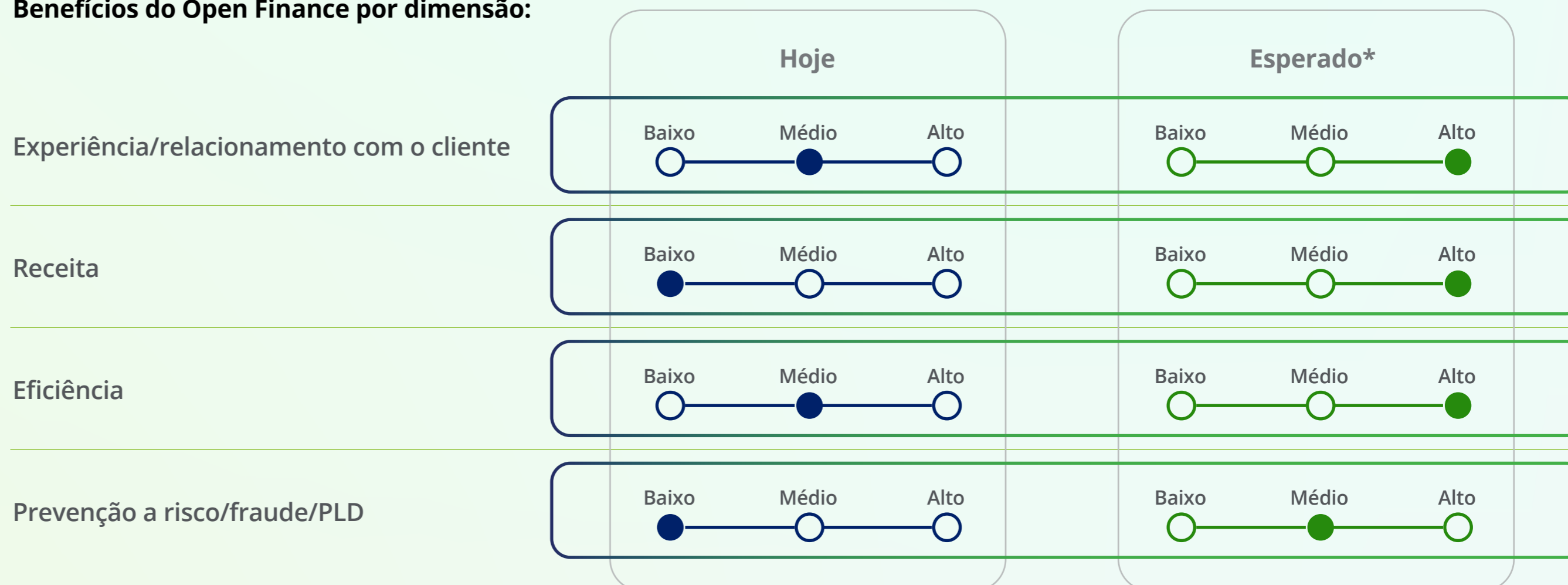
**+ 44,9M**

de clientes que aderiram ao OpF, um aumento de **90%** em relação ao ano anterior<sup>1</sup>



Atualmente, **7%** dos bancos<sup>2</sup> extraem benefícios significativos do Open Finance e **52%** projetam obtê-los no futuro<sup>3</sup>

## Benefícios do Open Finance por dimensão:



<sup>1</sup>Amostra equalizada: 11 bancos; <sup>2</sup>Amostra: 11 bancos; <sup>3</sup>Amostra: 15 bancos.

© 2026. Para mais informações, contate a Deloitte Global.

# Estratégias de diferenciação - Sustentabilidade e responsabilidade social

A agenda ESG continua sendo um fator de diferenciação em evolução, com foco predominante em produtos e educação financeira

**40%**

das instituições priorizam sustentabilidade e responsabilidade social como estratégia de diferenciação<sup>1</sup>

**90%** Financiamentos sustentáveis

**80%** Programas de responsabilidade social

**80%** Redução do impacto ambiental

**87%**

das instituições possuem ofertas ESG para seus clientes<sup>2</sup>

## Produtos ESG ofertados aos clientes<sup>3</sup>

**86%** Educação financeira

**71%** Linhas de crédito verdes

**62%** Microcrédito e créditos solidários para pequenos empreendedores

## Prioridades ESG para os bancos<sup>2</sup>

**50%** Oferta de produtos ESG/verdes aos clientes

**46%** Políticas de integridade, ética e combate à lavagem de dinheiro

**42%** Políticas de crédito sustentável e critérios socioambientais na concessão de empréstimos

**42%** Programas de educação financeira para clientes e comunidades

## Formas de aplicação da IA na agenda ESG dos bancos<sup>4</sup>

**74%** Prevenindo fraudes e lavagem de dinheiro, e fortalecendo a governança corporativa

**65%** Viabilizando a automação de relatórios e auditorias de conformidade

**65%** Suportando a mensuração de riscos socioambientais e climáticos em carteiras de crédito

**61%** Oferecendo maior transparência e rastreabilidade em relatórios de sustentabilidade

<sup>1</sup>Amostra: 25 bancos; <sup>2</sup>Amostra: 24 bancos; <sup>3</sup>Amostra: 21 bancos; <sup>4</sup>Amostra: 23 bancos.



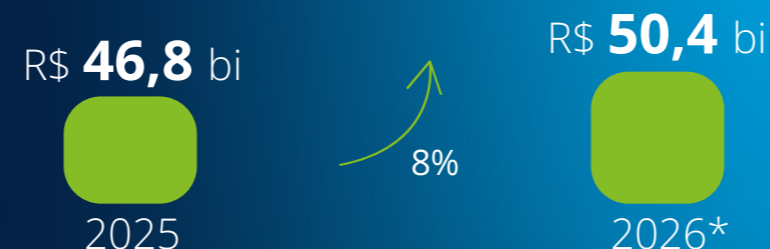
02

## Tendências - Estratégias de DIFERENCIAÇÃO

- 80%** Experiência do cliente | **20%** utilizam IA em larga escala para experiência do cliente
- 80%** Segurança e privacidade de ponta | **95%** buscam conscientizar seus colaboradores sobre o tema
- 72%** Inovação tecnológica | **72%** pretendem aumentar investimentos em cloud
- 68%** Personalização de produtos e serviços | **52%** esperam extrair alto valor do Open Finance
- 40%** Sustentabilidade e responsabilidade social (ESG) | **87%** possuem ofertas ESG para clientes

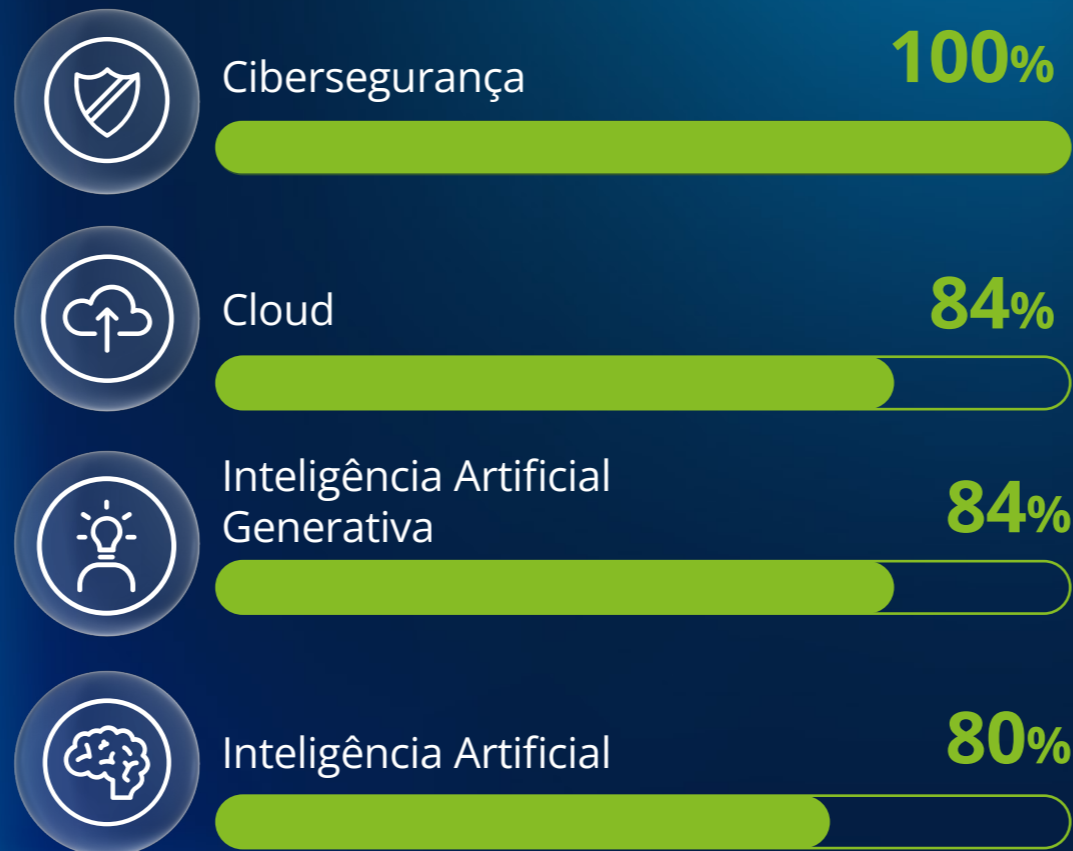
01

## Investimentos em TECNOLOGIA



● **Pessoas**  
R\$ **46,4** mi em treinamento para profissionais de TI **↑ 22%** é a expectativa do crescimento médio de profissionais de TI

### ● Prioridades em Tecnologias



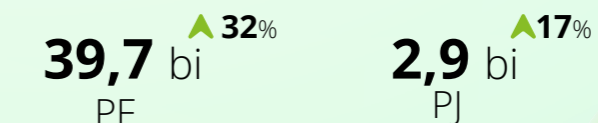
03

## Volumetria dos PROCESSOS BANCÁRIOS

### ● Transações

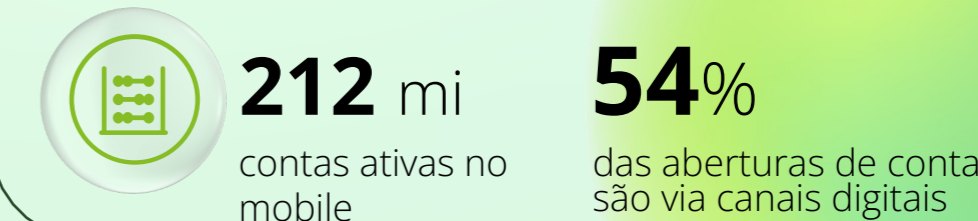


Transações mobile com movimentação financeira:



Pix: **73,7** mi de heavy users, por mês

### ● Contas



### ● Clientes



# VOLUMETRIA DOS PROCESSOS BANCÁRIOS

03

Volume e dinâmica das transações, contas  
e clientes no setor bancário




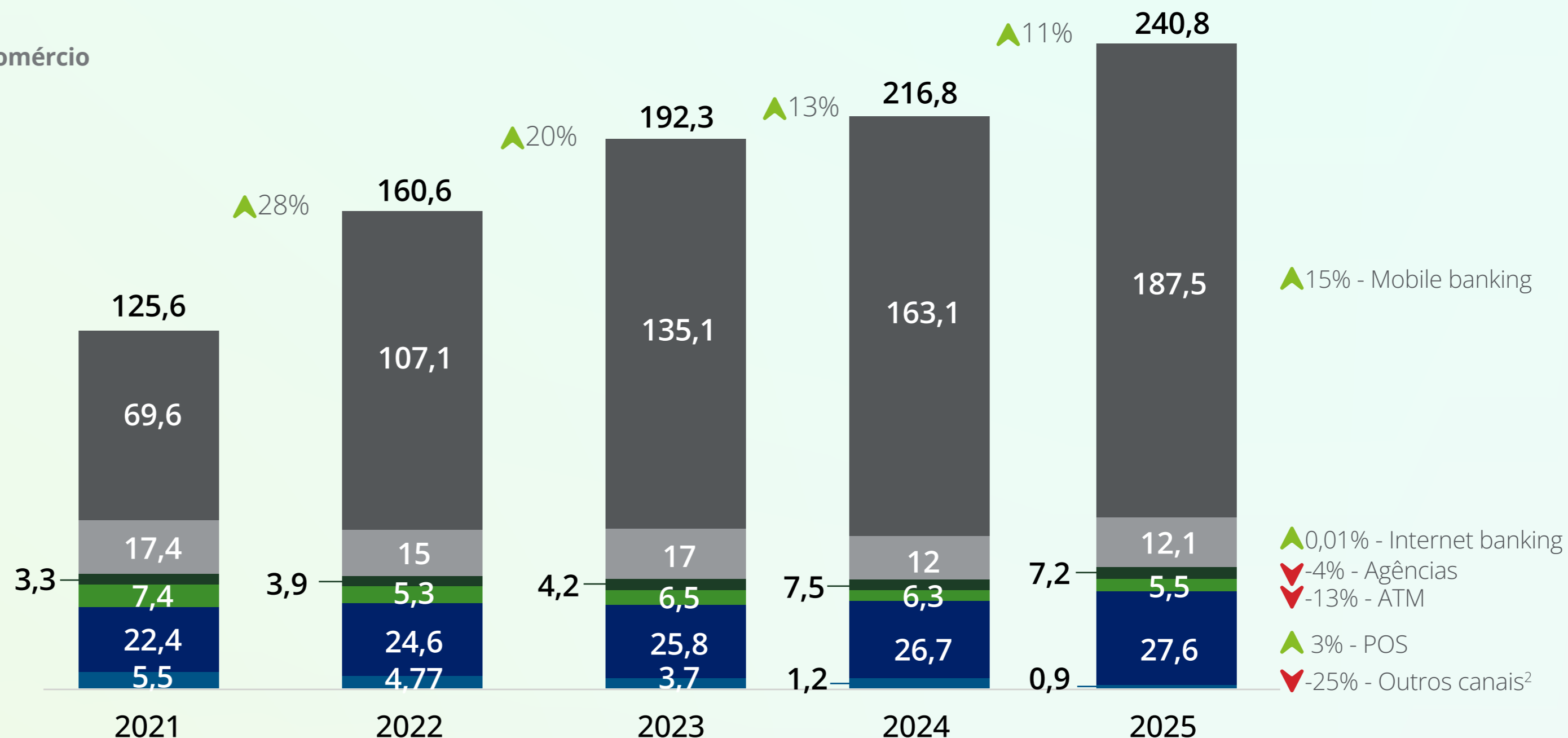
# Volumetria dos processos bancários - Transações

Mobile banking reafirma seu posicionamento como o principal canal em expansão em volume de transações

Volume de transações<sup>1</sup> (em bilhões)

- Mobile banking
- ATM - Autoatendimento
- Internet banking
- POS - Pontos de venda no comércio
- Agências bancárias
- Outros canais<sup>2</sup>

 **169%**  
foi o aumento percentual das transações no MB nos últimos cinco anos



<sup>1</sup>Amostra: 21 bancos - não equalizado; <sup>1</sup>Transações com e sem movimentação financeira; <sup>2</sup>Central de atendimento, Correspondentes e App de Mensagem Instantânea.

# Volumetria dos processos bancários - Transações

Transações avançam de forma consistente no mobile, reforçando a relevância do canal digital na jornada dos clientes

Composição das transações totais<sup>1</sup> (em %)

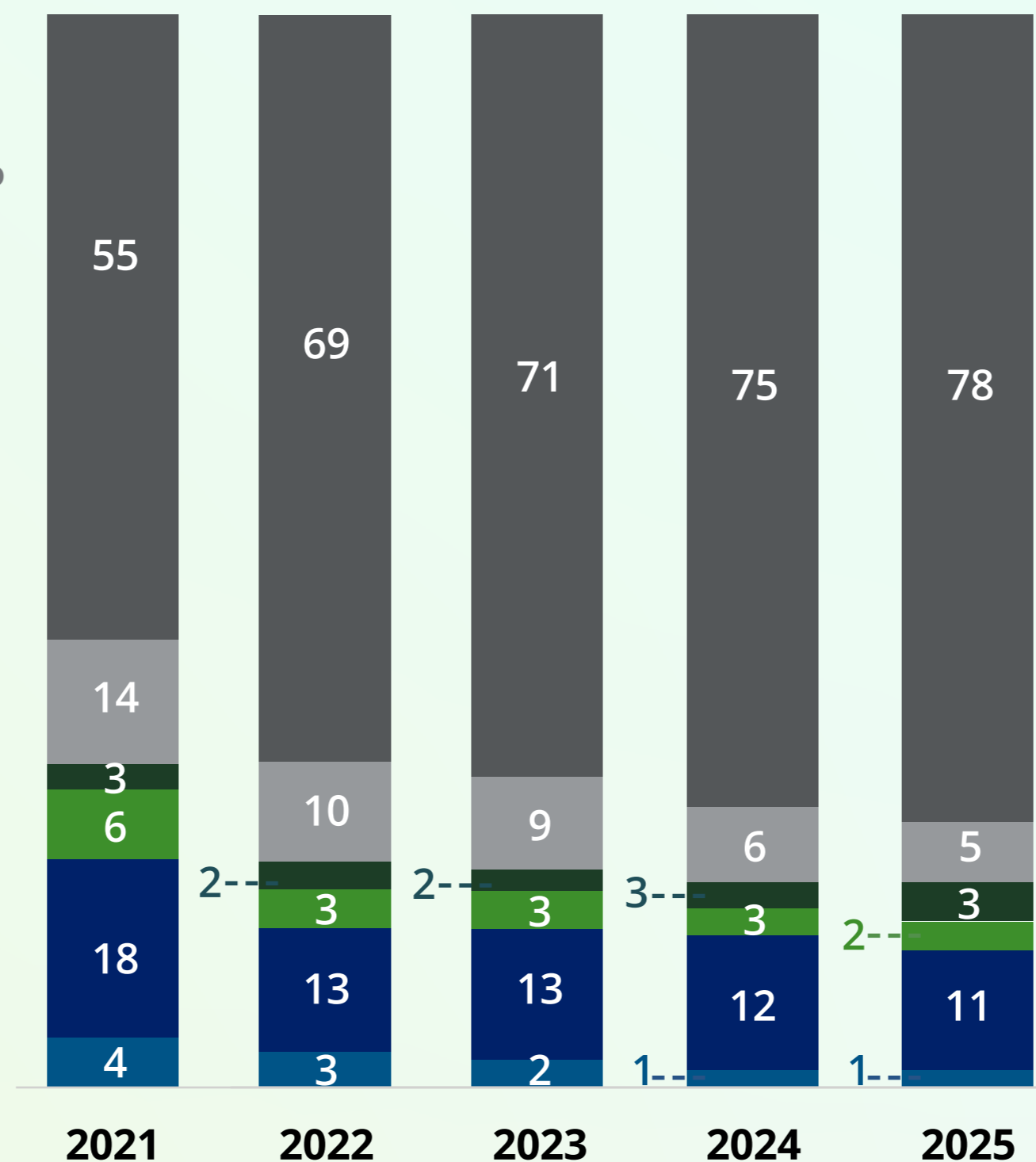
- Mobile banking
- Internet banking
- Agências bancárias
- ATM - Autoatendimento
- POS - Pontos de venda no comércio
- Outros canais<sup>2</sup>

**83%**

das transações são realizadas nos **canais digitais**

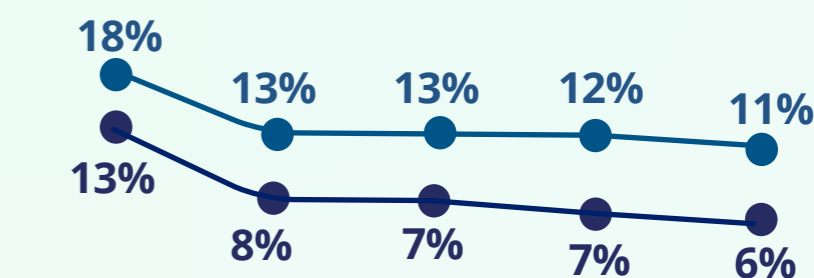
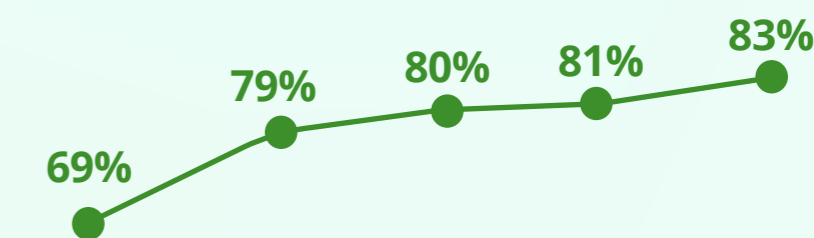
**78%**

das transações são realizadas no **canal mobile<sup>1</sup>**



Composição das transações, por tipo de canal<sup>1</sup> (em %)

- Canais digitais<sup>3</sup>
- Canais físicos<sup>4</sup>
- POS

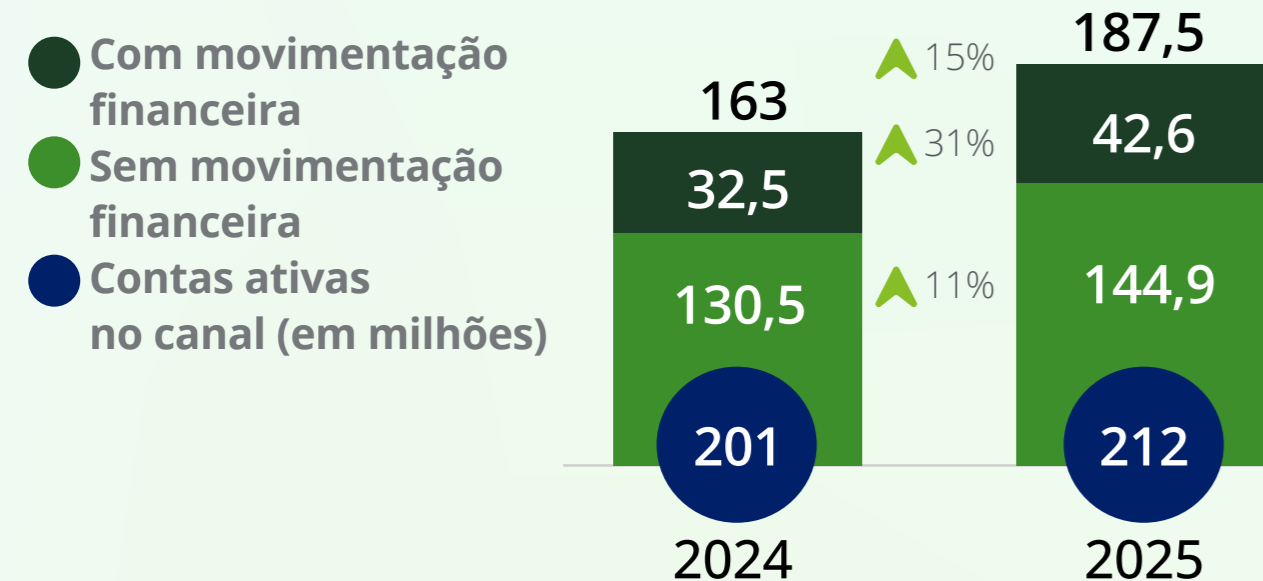


Ano	2021	2022	2023	2024	2025
Volumetria (bilhões)	125,6	160,7	192,3	216,8	240,8

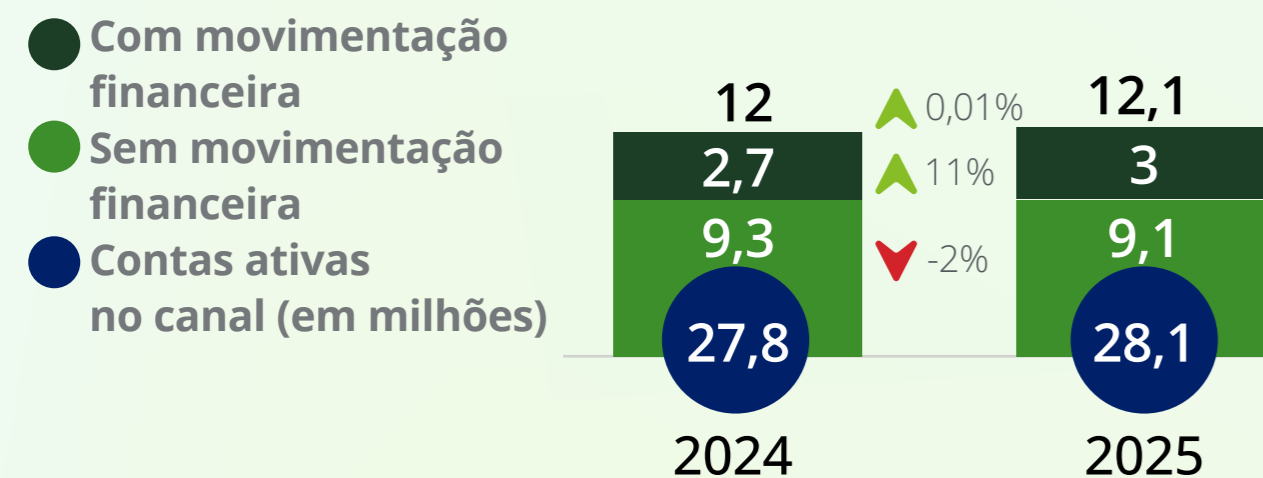
# Volumetria dos processos bancários - Transações

Consolidadas em pessoa física, transações no canal mobile se tornam cada vez mais relevantes para pessoa jurídica

Transações no mobile banking<sup>1</sup> (em bilhões)



Transações no internet banking<sup>1</sup> (em bilhões)



Volumes de transações de PF e PJ nos canais digitais<sup>3</sup> (em bilhões)

Pessoa Física	Mobile banking		Internet banking			
	2024	Δ	2025	2024	Δ	2025
Com movimentação financeira	30,5	▲ 32%	39,7	0,68	▲ 8%	0,73
Sem movimentação financeira	120,6	▲ 11%	133,3	1,8	▲ 19%	2,2
<b>Total de transações</b>	<b>150,1</b>	<b>▲ 15%</b>	<b>173</b>	<b>2,5</b>	<b>▲ 16%</b>	<b>2,9</b>

Pessoa Jurídica	Mobile banking		Internet banking			
	2024	Δ	2025	2024	Δ	2025
Com movimentação financeira	2,5	▲ 17%	2,9	2	▲ 11%	2,2
Sem movimentação financeira	10,4	▲ 11%	11,6	7,5	▼ -16%	6,3
<b>Total de transações</b>	<b>12,9</b>	<b>▲ 12%</b>	<b>14,5</b>	<b>9,5</b>	<b>▼ -10%</b>	<b>8,5</b>




As transações via mobile de **PF** superam em **12 vezes** as realizadas por **PJ**




**63%** das transações de PJ são realizadas no **mobile banking**


# Volumetria dos processos bancários - Transações


Principais transações de pagamentos, incluindo saques e depósitos, por canal


 O **Pix** continua crescendo na movimentação financeira, com aumento de **19%** no mobile banking e **53%** no internet banking

**Pagamentos, saques e depósitos<sup>1</sup>** (em milhões)

	Mobile Banking		
	2024	Δ	2025
Pagamento de contas	3.772	<b>132%</b>	8.757
Transferência/TED	614	<b>-3%</b>	597
Depósitos <sup>2</sup>	32	<b>-36%</b>	21
Pix (com movimentação)	24.642	<b>19%</b>	29.419

	Agências e PABs		
	2024	Δ	2025
Pagamento de contas	124	<b>-18%</b>	102
Transferência/TED	22	<b>-4%</b>	21
Depósitos <sup>2</sup>	131	<b>-11%</b>	116
Saques	99	<b>-8%</b>	92

	Internet Banking		
	2024	Δ	2025
Pagamento de contas	1.202	<b>-4%</b>	1.151
Transferência/TED	429	<b>-15%</b>	366
Depósitos <sup>2</sup>	0,5	<b>-60%</b>	0,2
Pix (com movimentação)	426	<b>53%</b>	653

	ATMs		
	2024	Δ	2025
Pagamento de contas	90	<b>-22%</b>	70
Transferência/TED	36	<b>-22%</b>	28
Depósitos <sup>2</sup>	483	<b>-17%</b>	402
Saques	1.180	<b>-36%</b>	754

<sup>1</sup>Amostra equalizada: 18 bancos; <sup>2</sup>Inclui também o depósito de cheque realizado digitalmente via mobile/internet banking; <sup>3</sup>Total de transações realizadas por clientes Pessoa Física ou Jurídica que configurem um depósito bancário. Engloba também o depósito de cheque realizado digitalmente via mobile/internet banking.


# Volumetria dos processos bancários - Transações


Principais transações de consulta, contratações e renegociação por canal





O forte crescimento das consultas de investimentos no mobile (+19%) e internet banking (+72%) indica aumento do interesse e engajamento dos clientes

Contratações, consultas e renegociações<sup>1</sup> (em milhões)

	Mobile Banking		
	2024	Δ	2025
Saldos e extratos	79.202	5%	83.127
Consultas de cartão de crédito	4.800	7%	5.129
Contratação de crédito	49	20%	59
Consulta de investimentos	653	19%	774
Contratação de investimentos	166	4%	173
Renegociação de dívidas	7,4	7%	7,9

	Agências e PABs		
	2024	Δ	2025
Saldos e extratos	1.308	-1%	1.295
Consultas de cartão de crédito	2,9	25%	3,7
Contratação de crédito	48	-3%	47
Consulta de investimentos	0,11	554%	0,73
Contratação de investimentos	44	-7%	41
Renegociação de dívidas	4,1	-21%	3,2

	Internet Banking		
	2024	Δ	2025
Saldos e extratos	5.439	4%	5.649
Consultas de cartão de crédito	60	-16%	51
Contratação de crédito	12	-25%	9
Consulta de investimentos	120	72%	206
Contratação de investimentos	309	19%	367
Renegociação de dívidas	3,8	10%	4,1

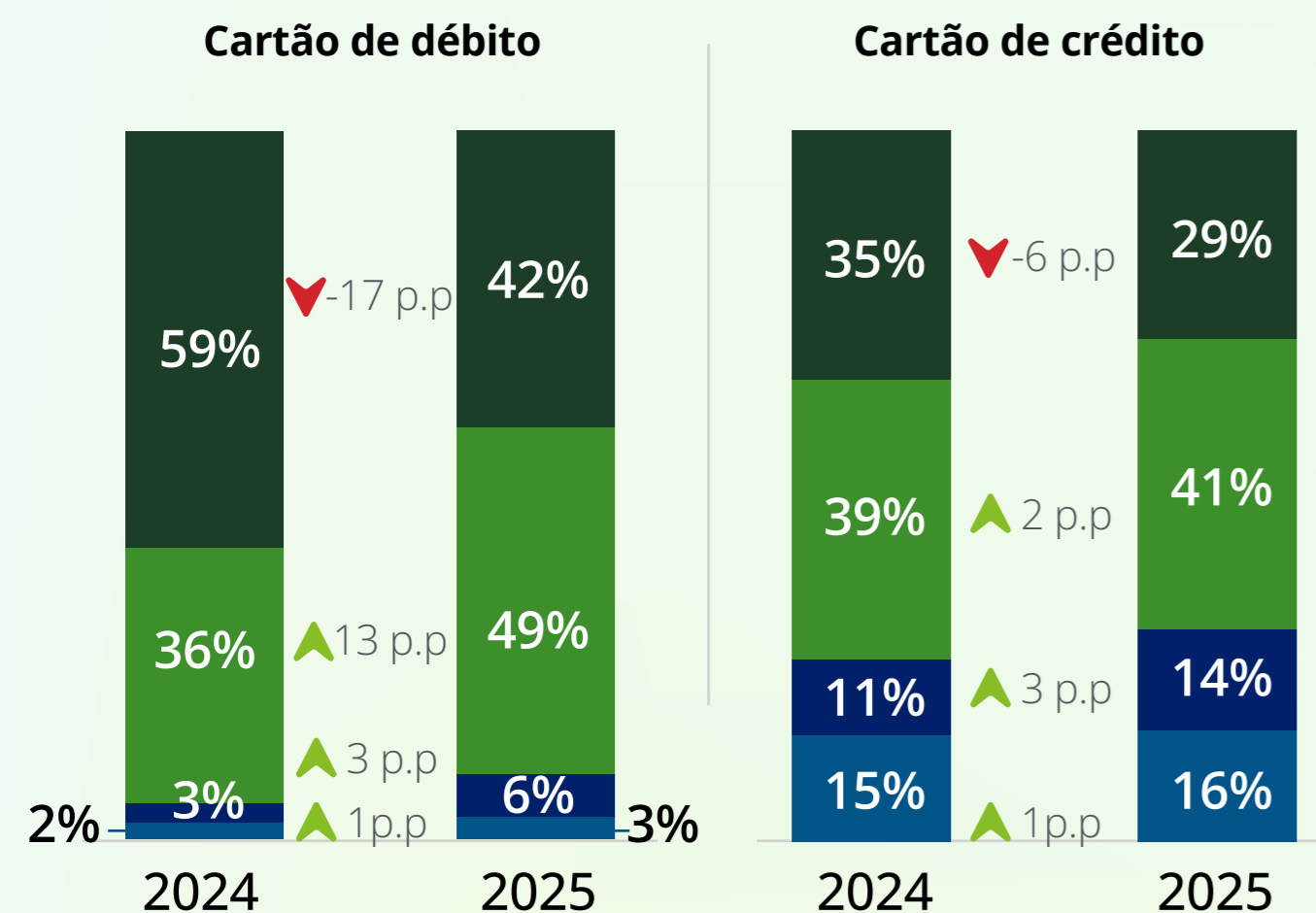
	ATMs		
	2024	Δ	2025
Saldos e extratos	496	-17%	480
Consultas de cartão de crédito	1,7	-9%	1,5
Contratação de crédito	4,1	-30%	2,9
Consulta de investimentos	0,67	12%	0,59
Contratação de investimentos	31	-7%	29
Renegociação de dívidas	0,02	-41%	0,01

# Volumetria dos processos bancários - Transações

Digitalização e conectividade do POS simplifica a experiência e amplia a conveniência nas transações de pagamento

Tipos de transações efetuadas em POS<sup>1</sup> (composição em %)

- Transação por inserção
- Transação por aproximação
- Digital wallets
- E-commerce<sup>3</sup>



**Pix** O pagamento via **Pix lidera o crescimento das transações** no POS

Volume de transações efetuadas em POS<sup>2</sup> (em milhões)

	2024	Δ	2025
<b>Total</b>	<b>26.689</b>	<b>▲3%</b>	<b>27,602</b>
Cartão de débito	15,472	▼-4%	14,871
Cartão de crédito	9,901	▲8%	10,701
Pix	1,316	▲54%	2,030



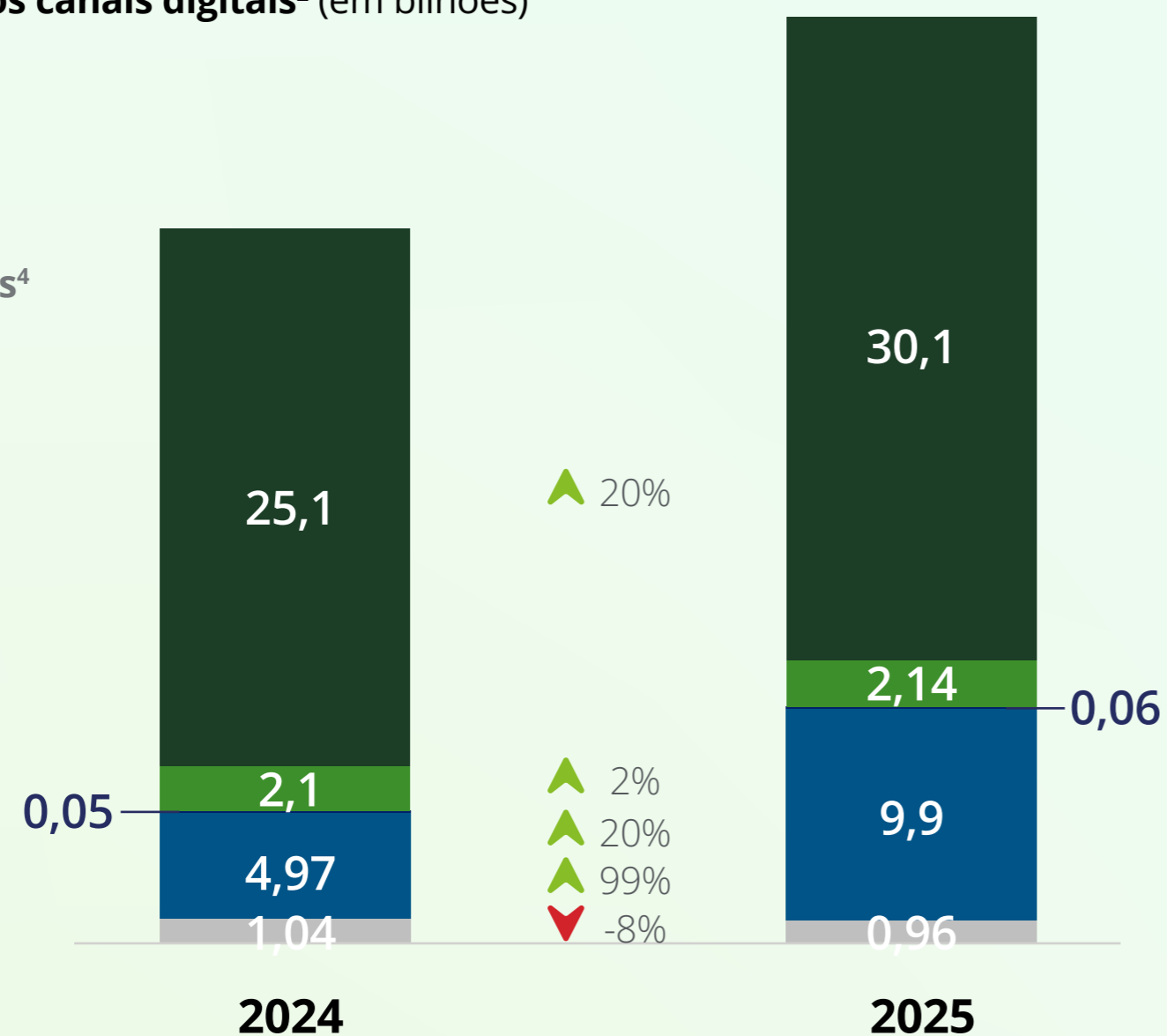
<sup>1</sup>Resultados calculados com base na amostra equalizada de 8 bancos que forneceram detalhamentos das transações para cartões de débito e crédito; <sup>2</sup> Amostra equalizada: 11 bancos; <sup>3</sup>E-commerce, digitação manual, CoF.

# Volumetria dos processos bancários - Transações

Comparativo dos meios de pagamento físicos e digitais

Meios de pagamento<sup>1</sup> nos canais digitais<sup>2</sup> (em bilhões)

- Pix
- Cartão de crédito
- Cartão de débito
- Pagamento de contas<sup>4</sup>
- Transferência/TED



Meios de pagamento<sup>1</sup> nos canais físicos<sup>2</sup> (em bilhões)

- Pix
- Cartão de crédito
- Cartão de débito
- Pagamento de contas<sup>4</sup>
- Transferência/TED



<sup>1</sup>Amostra: 18 bancos; <sup>2</sup>Canais digitais: Mobile Banking, Internet Banking e App de Mensagem; <sup>3</sup>Canais físicos: Agências, ATM, POS, Correspondentes Bancários e Central de Atendimento; <sup>4</sup>Total de transações com movimentação financeira realizadas por clientes Pessoa Física ou Pessoa Jurídica que configurem pagamento de contas, por exemplo, débito automático e pagamento de fatura de cartão de crédito (exceto Pix).

# Volumetria dos processos bancários - Transações

O aumento de heavy users é um reflexo da aderência dos clientes ao Pix, impulsionando a oferta de soluções cada vez mais personalizadas

Quantidade média de usuários heavy users<sup>1</sup> do Pix, por mês<sup>2</sup> (em milhões)



Pix **80%**

das transações em Pix<sup>3</sup> para pessoa física foram realizadas de **forma instantânea**

Entre os Pix **20%**

das demais transações<sup>3</sup> em Pix para pessoas físicas, destacam-se **Pix cobrança (19%)**, **Pix agendado (0,3%)** e **Pix crédito (0,2%)**

<sup>1</sup>Usuários cadastrados com uso acima de 30 Pix no mês para PF e 50 Pix no mês para PJ; <sup>2</sup>Amostra equalizada: 14 bancos; <sup>3</sup>Amostra: 15 bancos.

# Volumetria dos processos bancários - Contas

Canais digitais ganham relevância na base ativa e lideram a abertura de contas

 **596M**  
de contas ativas<sup>1</sup>

 **40%**  
do total de contas estão ativas nos **canais digitais**<sup>2</sup>

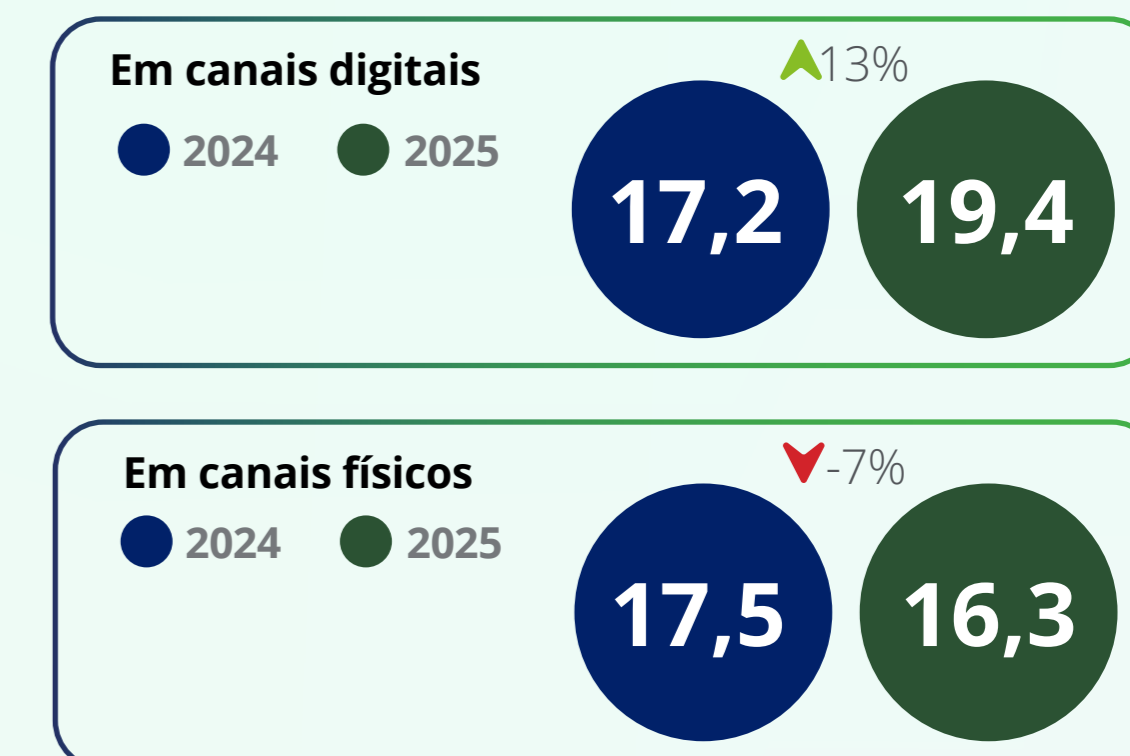
Total de contas ativas<sup>3</sup> por canal (em milhões)



 **54%**

das aberturas de contas correntes são realizadas via canais digitais

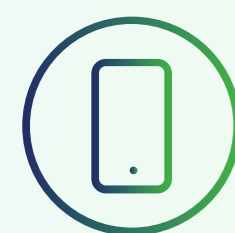
Abertura de contas<sup>6</sup> (em milhões)

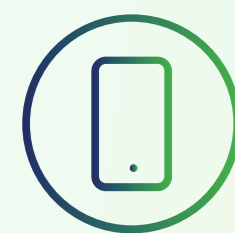


<sup>1</sup>Contas ativas considera contas correntes, contas de poupança e contas poupanças social digital para PF e PJ; <sup>2</sup>Amostra equalizada: 15 bancos; <sup>3</sup>Contas ativas de Pessoas Físicas e Jurídicas, ou seja, com alguma movimentação nos últimos seis meses de 2024; <sup>4</sup>Amostra equalizada: 13 bancos; <sup>5</sup>Amostra equalizada: 14 bancos; <sup>6</sup>Amostra equalizada: 12 bancos.

# Volumetria dos processos bancários - Clientes

Preferência por canais digitais impulsiona o crescimento de heavy users em mobile banking e internet banking

 **76%**  
dos clientes são **heavy users<sup>3</sup>** de canais digitais<sup>1</sup>

 O relacionamento bancário entre heavy users é diário. Para PJ, ocorre praticamente **duas vezes por dia**

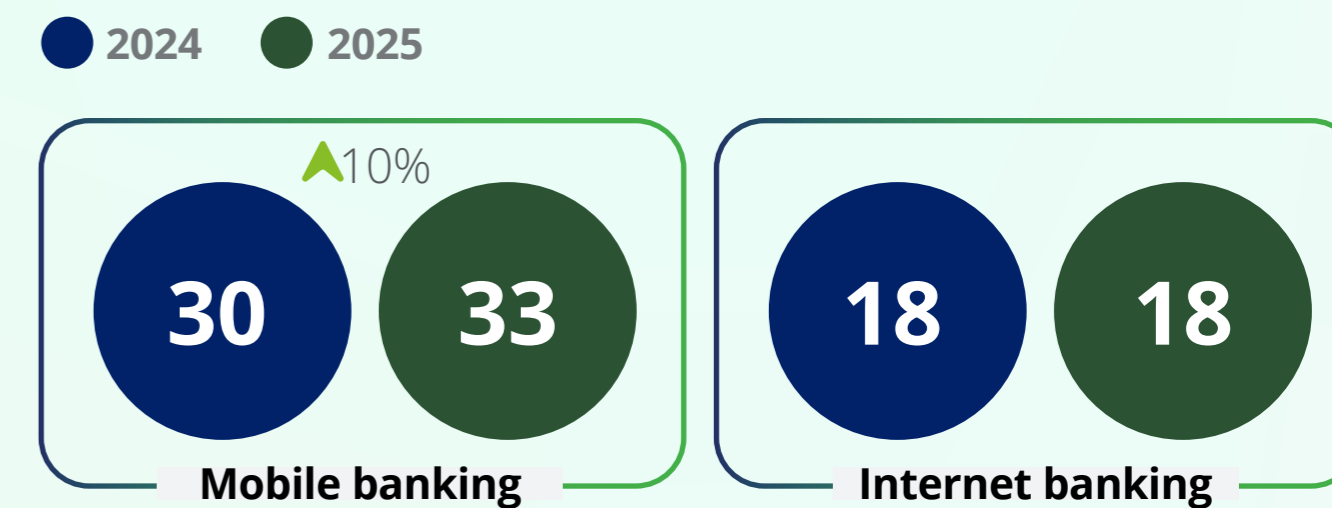
Total de clientes no mobile banking<sup>1</sup> (em milhões)



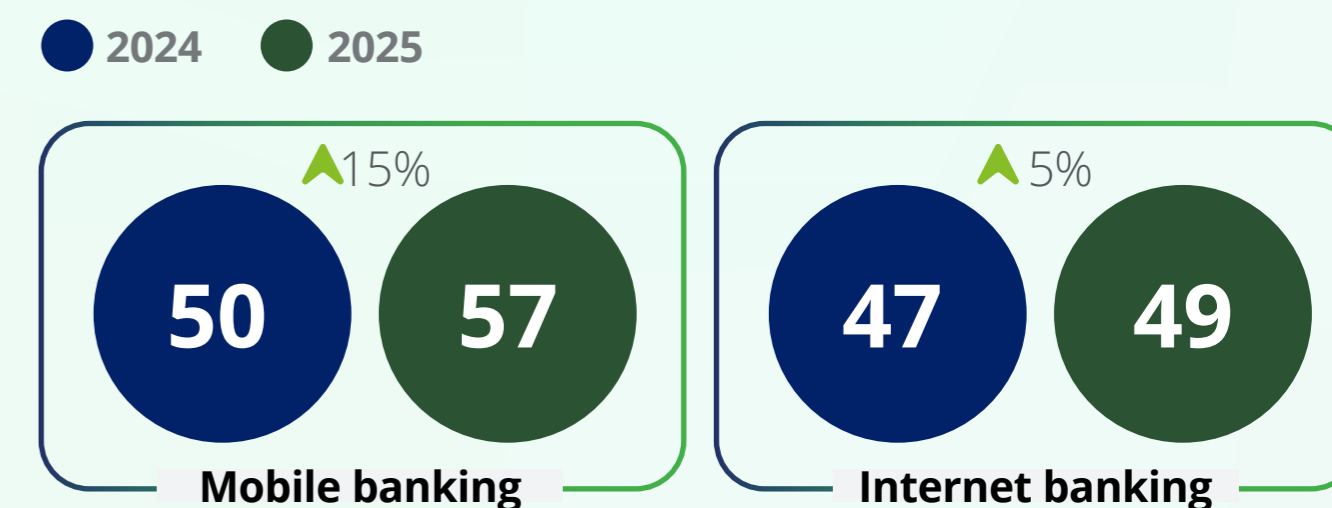
Total de clientes no internet banking<sup>1</sup> (em milhões)



Média mensal de logins - clientes heavy users<sup>3</sup> Pessoa Física<sup>4</sup>



Média mensal de logins - clientes heavy users<sup>3</sup> Pessoa jurídica<sup>4</sup>



<sup>1</sup>Amostra equalizada: 10 bancos; <sup>2</sup>Amostra equalizada: 11 bancos; <sup>3</sup>Cliente que realizou mais de 80% de suas transações financeiras e não financeiras neste canal nos últimos três meses; <sup>4</sup>Amostra equalizada: 10 bancos; <sup>5</sup>Amostra equalizada: 7 bancos.

# Expediente

## Liderança do projeto

### Rodrigo Mulinari

Diretor responsável pela Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária

### Sérgio Biagini

FSI Lead Partner da Deloitte - Banking and Capital Markets

### Ivo Mósca

Diretor executivo de Inovação, Produtos e Segurança da Febraban

### Eduarda Davidovic

Diretora de Inovação e Tecnologia Bancária da Febraban

### Giovanni Cordeiro

Diretor de Research da Deloitte

## Condução da pesquisa e produção do relatório

### Paula Forti

Gerente de Research da Deloitte

### Francine Souza

Especialista da Indústria de Serviços Financeiros da Deloitte

### Maria Caroline Bandoria

Analista de Comunicação de Research da Deloitte

### Camilla Schiavinato Lopes

Analista de Research da Deloitte

### Vitor Garcia

Analista de Research da Deloitte

### Bibiana Muscalu

Analista de Research da Deloitte

## Revisão do relatório

### Comitê de Inovação e Tecnologia da FEBRABAN

## Identidade visual e diagramação do projeto

### Edilene Roza

Analista de Comunicação e Design de Research da Deloitte

## Contato

[pesquisa@deloitte.com](mailto:pesquisa@deloitte.com)

A Deloitte refere-se a uma ou mais empresas da Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), sua rede global de firmas-membro e suas entidades relacionadas (coletivamente, a “organização Deloitte”). A DTTL (também chamada de “Deloitte Global”) e cada uma de suas firmas-membro e entidades relacionadas são legalmente separadas e independentes, que não podem se obrigar ou se vincular mutuamente em relação a terceiros. A DTTL, cada firma-membro da DTTL e cada entidade relacionada são responsáveis apenas por seus próprios atos e omissões, e não entre si. A DTTL não fornece serviços para clientes. Por favor, consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para saber mais.

A Deloitte oferece serviços profissionais de ponta para quase 90% das empresas listadas na Fortune Global 500® e milhares de outras organizações. Nossas pessoas entregam resultados mensuráveis e duradouros que ajudam a reforçar a confiança pública nos mercados de capitais e permitir que os clientes se transformem e prosperem. Com seus 180 anos de história, a Deloitte está hoje em mais de 150 países e territórios. Saiba como os cerca de 470 mil profissionais da Deloitte em todo o mundo geram um impacto que importa em [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).