

Boxe 8 – Perfil e evolução das entidades digitais no Sistema Financeiro Nacional

Introdução

O arcabouço regulatório brasileiro tem incentivado a evolução da atuação digital como instrumento para promover o aumento da concorrência e da eficiência do Sistema Financeiro Nacional (SFN). O resultado desse incentivo pode ser percebido pelo aumento na quantidade de Sociedades de Empréstimo entre Pessoas (SEPs), Sociedades de Crédito Direto (SCDs) e Instituições de Pagamento (IPs), que atuam preponderantemente por meio de canais digitais, e pela evolução na participação de mercado de bancos que se autodenominam “digitais”.

O objetivo deste boxe é detalhar o perfil de atuação do grupo de entidades digitais e proporcionar uma visão da evolução e das características do crédito, dos instrumentos de captação, da rentabilidade e de seus clientes.

Conceito e classificação

É importante destacar que não há uma denominação normativa para categoria “Bancos Digitais” ou “Entidades Financeiras Digitais”. Com isso, não há autorização específica para atuar como “entidade digital”. Essa definição passou a ser utilizada de maneira espontânea pelo mercado, sendo sobretudo uma autodenominação das entidades em consequência de sua estratégia de atuação no mercado e de seu canal de atendimento e negócios com seus clientes. Não obstante, podem ser percebidas características importantes dessas instituições, tais como: a) utilização de plataformas digitais; b) atendimento preponderantemente remoto; e c) uso intensivo de tecnologia na interação com seu público.

Para definir o escopo das entidades digitais para o presente estudo, foram consideradas as seguintes características: a) entidades **autorizadas** pelo BC; b) atendem seus clientes **preponderantemente** por meio de **plataformas digitais** para fornecer produtos e serviços financeiros; e c) viabilizam o contato de seus clientes quase exclusivamente por meio do uso dos canais remotos e não presenciais.

O escopo das entidades digitais resultou em um grupo de instituições com características heterogêneas e com diferentes modelos de negócio. Com isso, reforça-se que a classificação como digital não define o modelo de negócio, mas sim a forma pela qual as instituições financeiras, instituições de pagamento ou conglomerados interagem com os clientes e com o mercado para viabilizar seu modelo de negócios.

Para melhor encaminhamento dos objetivos do estudo, as entidades digitais foram segmentadas em três grupos: um representado pelas SCDs, SEPs e IPs (Grupo 1); outro grupo denominado de “Marcas específicas”, que são estruturas digitais de entidades tradicionais que não possuem identificação jurídica própria, mas representam um segmento de negócio apartado da estrutura tradicional da entidade (Grupo 2); um terceiro (Grupo 3) representado pelas demais entidades que se autodenominam ou são amplamente reconhecidas como “bancos digitais” e que concorrem com as entidades tradicionais, normalmente oferecendo diversos produtos, como conta digital

e operações de crédito. Nesse grupo, há tanto as entidades que nasceram digitais quanto aquelas que foram transformadas em digitais ao longo do tempo, por meio do direcionamento estratégico de seus modelos de negócio. Para os aspectos analisados neste estudo, o Grupo 3 foi o escopo escolhido para maior aprofundamento.

O presente box foi dividido em quatro principais grupos de análise: i) relacionamentos ativos; ii) carteira de crédito, iii) captações; e iv) rentabilidade.

Relacionamentos ativos

A evolução dos relacionamentos ativos de clientes pessoa física (PF) das entidades digitais apresentou forte crescimento entre dezembro de 2019 e dezembro de 2022. Nesse período, os relacionamentos ativos¹ do Grupo 3 cresceram 380%, saindo de aproximadamente 54 milhões para 261 milhões. No Grupo 1, o crescimento foi de 1.045%, saindo de aproximadamente 8 milhões para 87 milhões. Em comparação aos relacionamentos ativos dos três grandes bancos privados do país (S1 privados),² a evolução no período foi de 15%, de 179 milhões para 206 milhões (Gráfico 1). Por serem estruturas digitais sem identificação jurídica própria, não se dispõe de informação para análise dos relacionamentos ativos do Grupo 2.

Em relação aos relacionamentos ativos de clientes pessoa jurídica (PJ), o crescimento também foi expressivo no período. Os relacionamentos do Grupo 3 aumentaram aproximadamente 557%, saindo de 1,4 milhão para 9,2 milhões. Em relação ao Grupo 1, o aumento foi de 2.101%, saindo de aproximadamente 260 mil para cerca de 6 milhões (Gráfico 2). Nesse período, o grupo S1 privados perdeu 6% de sua base de relacionamentos ativos, cerca de 615 mil clientes.

Gráfico 1 – Evolução de relacionamentos ativos
Pessoas físicas

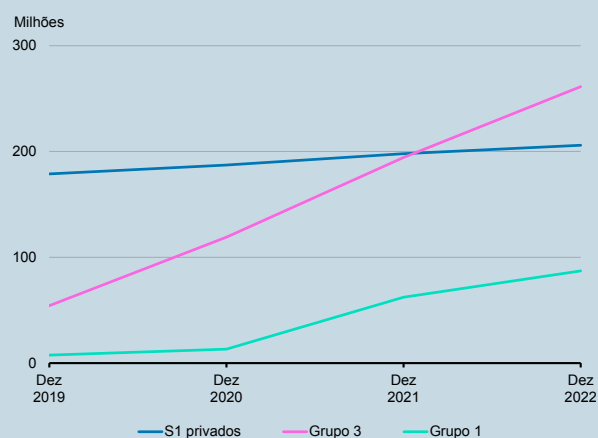
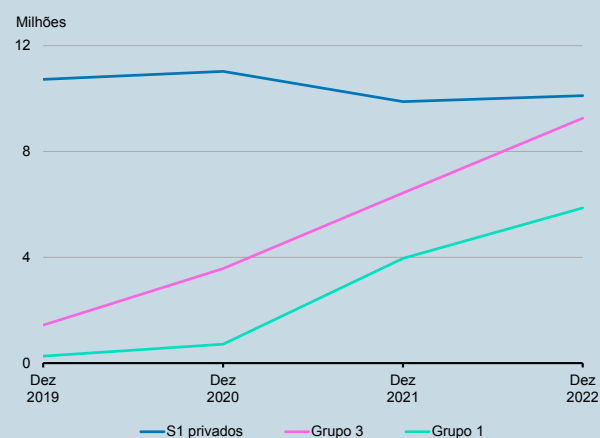


Gráfico 2 – Evolução de relacionamentos ativos
Pessoas jurídicas



Os relacionamentos ativos das entidades digitais (Grupo 1 e Grupo 3) apresentaram evolução bem mais significativa se comparada à evolução dos S1 privados. Como não houve redução relevante de relacionamentos ativos dos S1 privados, existem duas possíveis causas dessa evolução mais acelerada: a bancarização de novos clientes ou clientes passaram a ter múltiplos relacionamentos ativos.

1 Relacionamentos ativos são os vínculos que os clientes mantêm com as instituições financeiras por meio de diferentes tipos de produtos e serviços financeiros, diretamente ou por intermédio de seus representantes legais, responsáveis e procuradores. As informações são oriundas do Cadastro de Clientes do Sistema Financeiro Nacional (CCS) (<https://www3.bcb.gov.br/ccs/>).

2 De acordo com a Resolução 4.533, de 30 de janeiro de 2017, o Segmento S1 refere-se às instituições que tenham porte igual ou superior a 10% do PIB ou exerçam atividade internacional relevante, independentemente do porte da instituição. Para esse estudo, utilizamos apenas as instituições de controle privado com porte igual ou superior a 10% do PIB.

Diante desse contexto, foi avaliada a evolução de relacionamentos PF exclusivos com entidades digitais (Tabela 1).³ Esse tipo de relacionamento ainda é pouco representativo e não apresenta evolução relevante no período. Uma explicação para essa característica pode ser a preferência dos clientes pela manutenção do vínculo com entidade “tradicional”, mesmo nos casos em que passem a utilizar de maneira preponderante os serviços bancários de entidades “digitais”.

Tabela 1 – Relacionamentos exclusivos – Entidades digitais

	%			
	2019	2020	2021	2022
PF – Relacionamento exclusivo apenas em uma entidade digital	2,5	1,1	1,3	1,3
PF – Relacionamento exclusivo em entidades digitais	3,5	1,7	2,3	2,3
PJ – Relacionamento exclusivo apenas em uma entidade digital	31,7	30,3	29,3	28,4
PJ – Relacionamento exclusivo em entidades digitais	37,9	42,1	43,5	39,9

As estratégias mais agressivas de oferta de produtos e serviços gratuitos ou com baixo custo por parte das entidades digitais, sobretudo a partir de 2019, podem ter contribuído para atrair clientes “não bancarizados” e “bancarizados” para as entidades digitais, sem que isso tenha resultado necessariamente no encerramento do relacionamento com outra entidade.

No caso dos relacionamentos exclusivos com clientes PJ, o percentual detido pelas entidades digitais é mais relevante. Algumas possíveis explicações incluem a prestação de serviços customizados ao perfil do cliente em contrapartida ao tratamento massificado dos serviços ao cliente PF e a evolução relevante no número de empresas de menor porte que tendem a procurar entidades digitais para seu primeiro vínculo ou mesmo em substituição ao relacionamento anterior. O aprofundamento sobre essas características do perfil dos clientes PJ exclusivamente atendidos pelas entidades digitais podem ser objeto de análise mais detalhada no futuro.

Carteira de Crédito

A carteira de crédito das entidades digitais apresentou crescimento significativo ao longo dos últimos anos. Nas entidades do Grupo 3, a carteira cresceu 45% em 2022 (Gráfico 3), alcançando R\$249 bilhões, com predomínio de crédito bancário (R\$216 bilhões) e Fundos de Investimento em Direitos Creditórios – FIDCs (R\$33 bilhões). Na carteira das entidades no Grupo 1, predominam operações em FIDCs (R\$35 bilhões) comparativamente ao crédito bancário (R\$7 bilhões). Não foi possível obter dados do Grupo 2, tendo em vista se tratar de estruturas digitais de entidades tradicionais que não possuem identificação jurídica própria.

Como o Grupo 1 tem a maior parte das operações em FIDCs, cujos dados utilizados estão disponíveis apenas de forma agregada, e por serem menos representativos, as análises relativas à carteira de crédito que seguem tiveram como escopo o Grupo 3.

A participação das entidades digitais do Grupo 3 na carteira de crédito do SFN aumentou significativamente nos últimos anos, passando de 2,1% em 2020 para 4,1% em 2022 (Gráfico 4). Esse aumento foi liderado pelo crédito a pessoas físicas, que passou a representar 5,8% do SFN em 2022.

³ Relacionamento exclusivo com entidades digitais considera o cliente que possui relacionamento ativo apenas com uma ou mais entidades do escopo de estudo definido como entidades digitais.

Gráfico 3 – Saldo da Carteira

Em R\$ bi, Carteira Ativa + FIDC + CCB

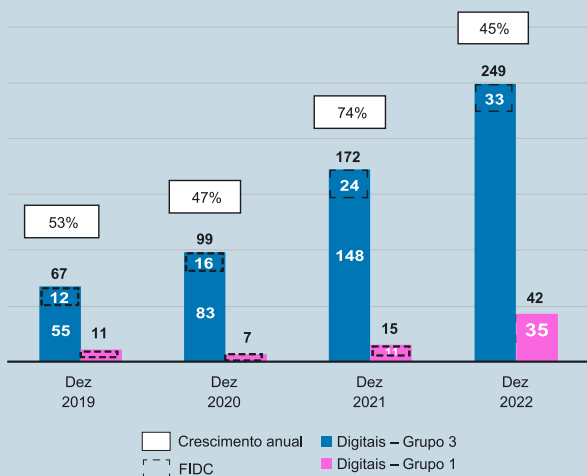
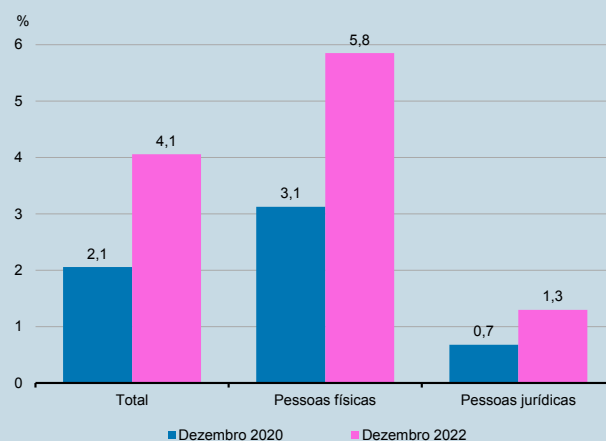


Gráfico 4 – Representatividade do grupo 3 no SFN



Apesar do crescimento expressivo do número de relacionamentos nos últimos anos, mencionado na seção anterior, o crédito tomado por clientes exclusivos de entidades digitais é pouco significativo, representando 2,1% do valor tomado pelos clientes dos digitais no sistema financeiro (Gráfico 5).

Já o crédito dos clientes não exclusivos, que tomaram crédito tanto em entidades digitais quanto em outra entidade do sistema financeiro, representa a maior parte do saldo, com 97,9%. Desse percentual, o montante mais representativo (89%) foi concedido pelas demais entidades, enquanto 11% foram tomados em entidades digitais (Gráfico 6).

Gráfico 5 – Carteira ativa de clientes dos digitais no SFN

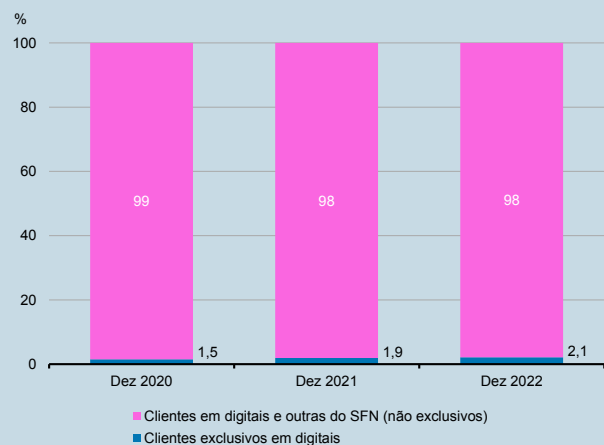
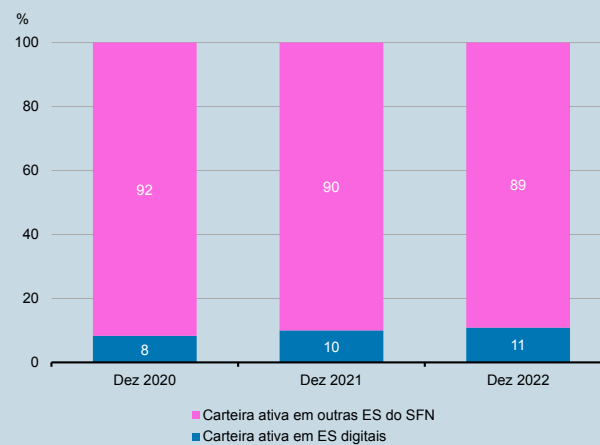
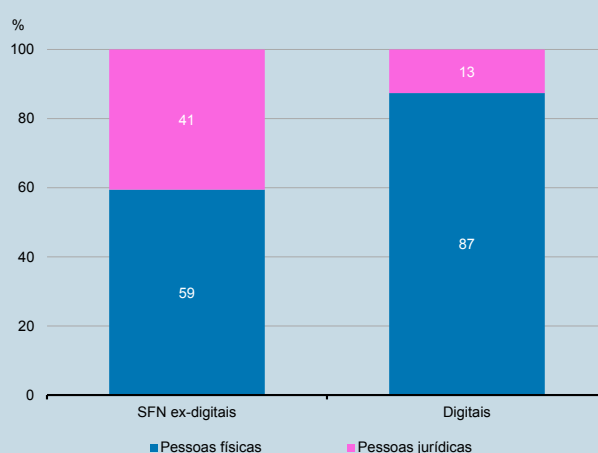


Gráfico 6 – Carteira ativa de clientes não exclusivos dos digitais no SFN



Observa-se o mesmo comportamento em relação aos créditos das carteiras de pessoas físicas e de pessoas jurídicas. Esses dados evidenciam que as entidades digitais avançaram de maneira importante no incremento da quantidade de relacionamentos; no entanto, a maior parte da demanda de crédito de seus clientes ainda é atendida pelo sistema financeiro tradicional. Isso sinaliza que há espaço para expansão da oferta de crédito dos digitais e conseqüente incremento do *market share* de suas carteiras.

Gráfico 7 – Pessoas físicas – Cliente
Dezembro de 2022



Em termos de perfil, nota-se que a carteira de crédito das entidades do Grupo 3 é concentrada em operações com pessoas físicas. Em dezembro de 2022, 87% da carteira dessas entidades era voltada às famílias, número acima da média do SFN,⁴ que é de 59% (Gráfico 7).

Gráfico 8 – Pessoas físicas – Modalidade
Dezembro de 2022

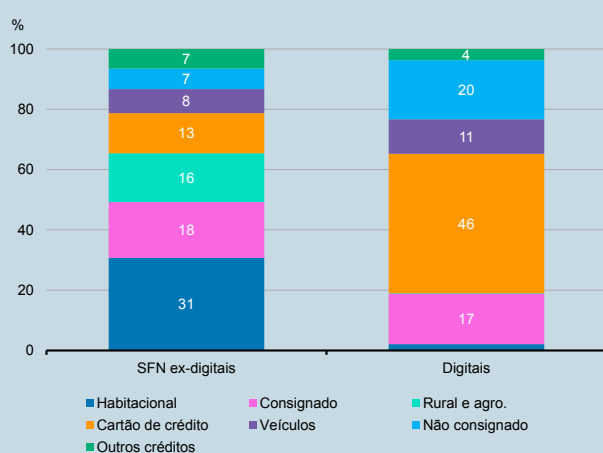
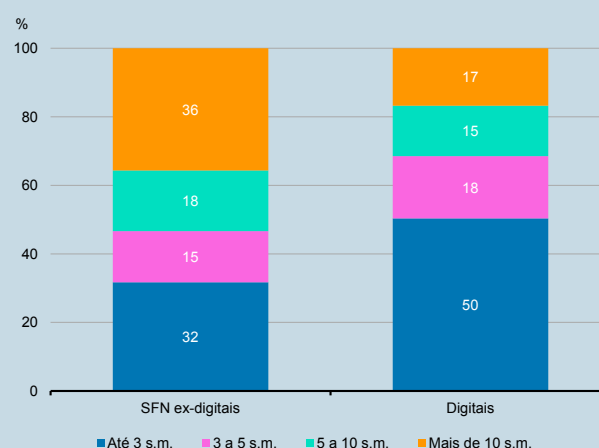


Gráfico 9 – Pessoas físicas – Renda
Dezembro de 2022



As entidades digitais atuam no crédito PF com produtos de maior risco e com menos garantias associadas do que as demais entidades do SFN, notadamente cartão de crédito e crédito não consignado (Gráfico 8). Além disso, os tomadores apresentam, em geral, renda média inferior ao SFN (Gráfico 9) e perfil etário mais jovem (Gráfico 10). Ressalte-se que essas características se referem ao segmento de entidades digitais, que quando avaliadas individualmente mostram importante heterogeneidade no grupo.

Uma característica das entidades digitais do Grupo 3 é a participação elevada das operações de cartão de crédito PF na carteira. Além do cartão de crédito, algumas entidades atuam com empréstimo consignado para aposentados e pensionistas do INSS, enquanto outras operam em crédito rural e financiamento de investimentos, cujos tomadores tendem a apresentar níveis de renda maiores. Há ainda aquelas que concedem financiamentos de veículos e habitacional.

4 Os gráficos 8 a 13 comparam as entidades digitais do Grupo 3 com o *SFN ex-Digitais

A carteira PJ das entidades digitais também apresenta heterogeneidade e difere do perfil do restante do SFN. Nos digitais há maior concentração nas modalidades de capital de giro (53%) e de recebíveis (21%) do que nas demais entidades do SFN, cujas carteiras também têm predominância em capital de giro, mas em menor grau (28%), e financiamento de projetos (24%) (Gráfico 11). Algumas entidades digitais operam mais intensamente em modalidades como comércio exterior e conta garantida. A atuação dos digitais no crédito PJ tem maior foco em empresas de médio porte (Gráfico 12) e em atividades voltadas a serviços em geral, serviços financeiros, construção, madeira e móveis (Gráfico 13), o que também difere do SFN.

Gráfico 10 – Pessoas físicas – Idade
Dezembro de 2022

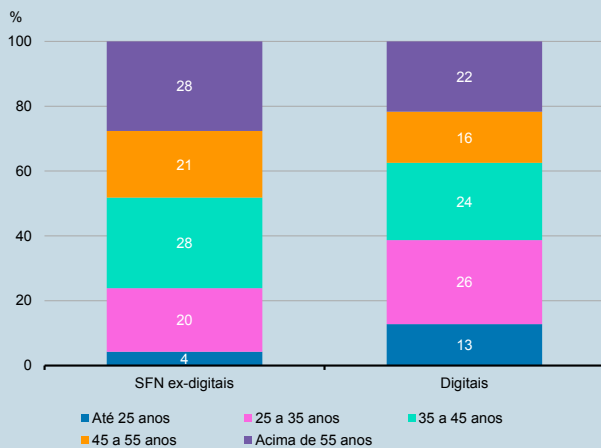


Gráfico 11 – Pessoas jurídicas – Modalidade
Dezembro de 2022

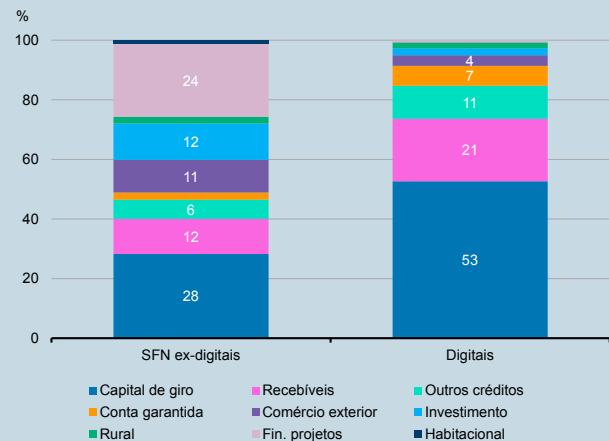


Gráfico 12 – Pessoas jurídicas – Porte
Dezembro de 2022

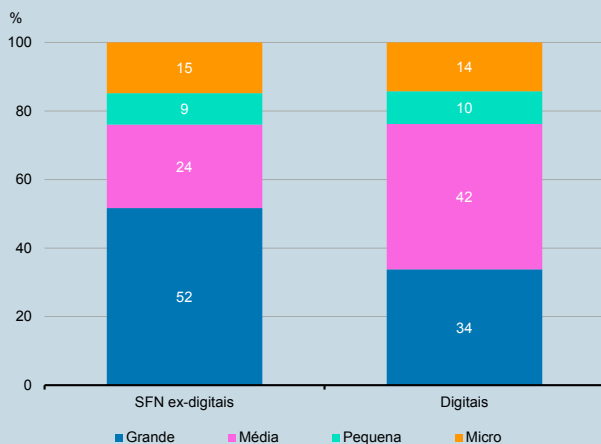
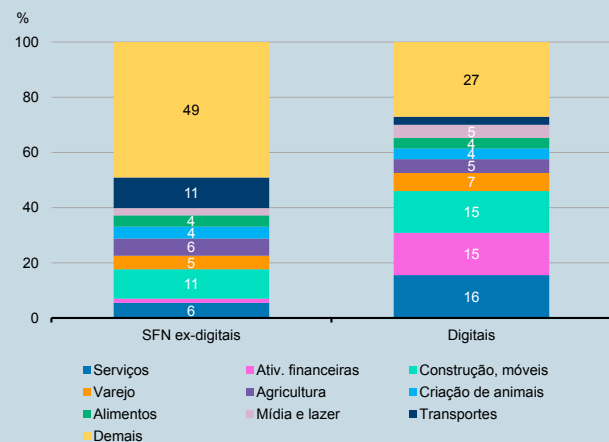


Gráfico 13 – Pessoas jurídicas – Atividade
Dezembro de 2022



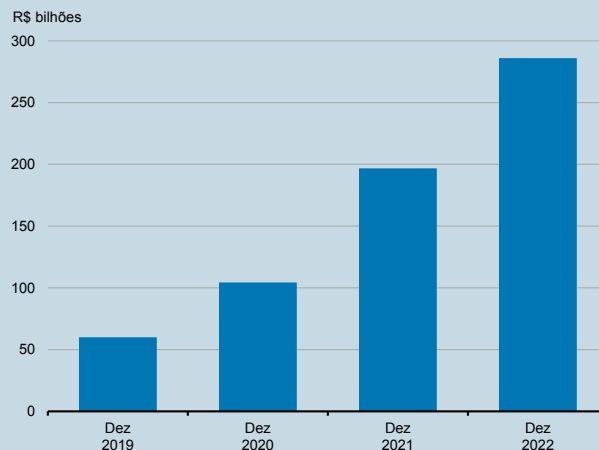
Captação

Da mesma forma que a carteira de crédito, o montante captado pelas entidades digitais (Grupo 3)⁵ apresentou crescimento significativo ao longo dos últimos anos, representando cerca de 4,0% do volume total captado pelo sistema financeiro. O total da captação⁶ das entidades digitais do Grupo 3 atingiu R\$286 bilhões em dezembro de 2022, ante R\$197 bilhões em dezembro de 2021, apresentando acréscimo anual de 45% (Gráfico 14).

⁵ Para esta seção, o foco do trabalho são as entidades do Grupo 3.

⁶ Total de captações, excluindo instrumentos elegíveis a capital nível II ou complementar e moeda eletrônica. O estoque de moeda eletrônica das entidades digitais em dezembro de 2022 era de R\$26,5 bilhões.

Gráfico 14 – Estoque de captações
Entidades digitais do grupo 3



As entidades apresentam um *mix* de produtos de captação mais simplificado do que as demais entidades do sistema financeiro nacional. O volume captado via CDBs/RDBs representava 70% do total do estoque em dezembro de 2022, enquanto no restante do SFN representava 32% (gráficos 15 e 16).

Gráfico 15 – Estoque de captações por instrumento
Digitais do grupo 3

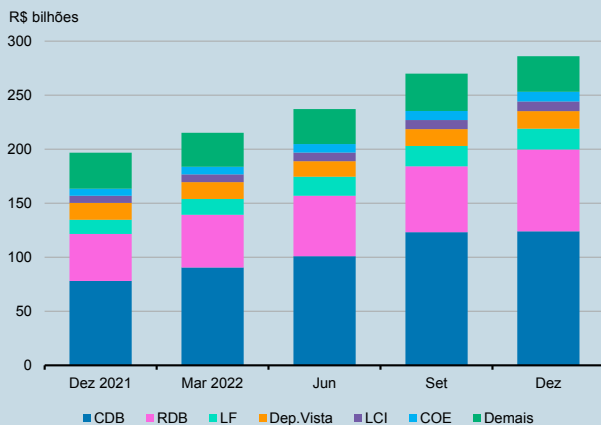
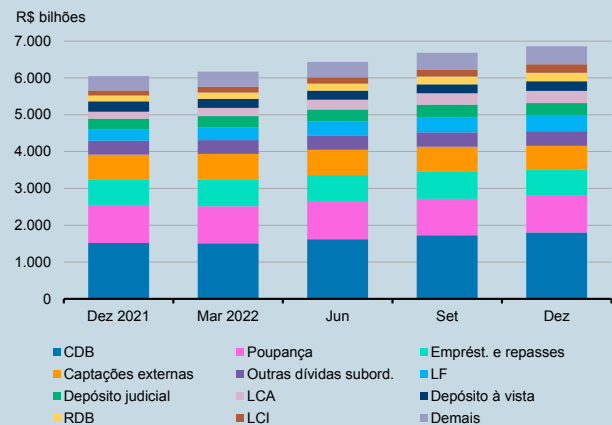


Gráfico 16 – Estoque de captações por instrumento
SFN excl. digitais do grupo 3



As instituições digitais possuem formas autônomas de captar recursos, uma vez que o uso de captações intermediadas é relativamente baixo. Em um ano de expansão no volume captado pelo setor, a participação das captações intermediadas se reduziu, alcançando 21% do estoque das captações totais em dezembro de 2022, ante 23% em dezembro de 2021 (Gráfico 17). Por outro lado, o valor percentual é significativamente maior ao observado para o restante do sistema financeiro nacional (Gráfico 18).

Constata-se uma diferença entre os clientes que operam diretamente com as instituições e aqueles que operam via intermediários. A maior parte desse estoque de captação intermediada é coberto pelo FGC. Considerando os principais instrumentos de captação com cobertura do fundo,⁷ verifica-se que 81% do estoque de captações intermediadas das entidades digitais em dezembro de 2022 se concentrava em detentores que possuíam até R\$250 mil por entidade, contra 49% no estoque não intermediado (Gráfico 19). Os percentuais estão em níveis acima da média do SFN sem as entidades digitais (Gráfico 20).

7 CDB, LCA, LCI e LC.

Gráfico 17 – Estoque de captações
Entidades digitais do grupo 3
Excluindo moeda eletrônica

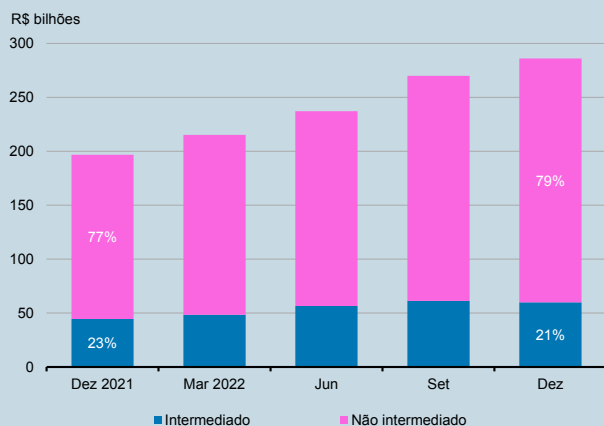


Gráfico 18 – Estoque de captações
SFN excl. entidades digitais do grupo 3
Excluindo moeda eletrônica

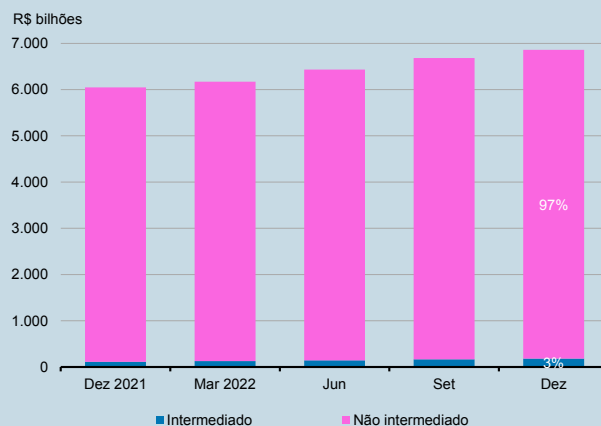


Gráfico 19 – Estoque de captações intermediadas
Entidades digitais do grupo 3
CDB, LCA, LCI e LC – Dezembro de 2022

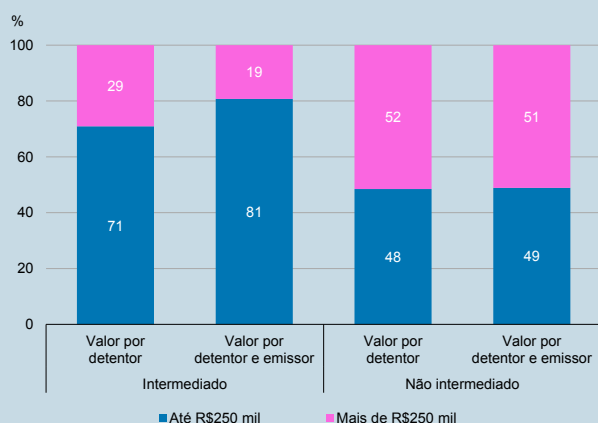
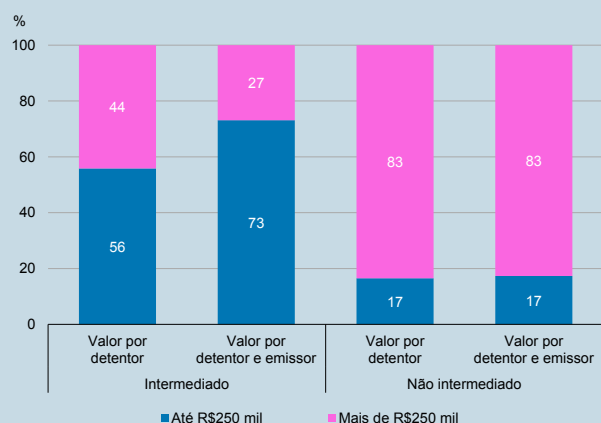


Gráfico 20 – Estoque de captações intermediadas
SFN excl. entidades digitais do grupo 3
CDB, LCA, LCI e LC – Dezembro de 2022



Rentabilidade

As entidades do Grupo 3⁸ vêm apresentando rentabilidade inferior ao grupo agregado das tradicionais, com declínio do ROE ao longo de praticamente todo o período avaliado (Gráfico 21). Porém, essa evolução não permite afirmar que todas as entidades desse grupo apresentam rentabilidade baixa ou em declínio, já que o ROE de cada entidade apresenta comportamento heterogêneo.

No geral, o desafio para evolução favorável da rentabilidade no segmento de entidades digitais pode estar associado à estratégia de atuação com foco, em um primeiro momento, na atração de clientes e ganho de participação de mercado. Outro possível fator é a atuação mais concentrada na prestação de serviços ou em poucos produtos, no lugar de uma atuação diversificada, o que pode reduzir o potencial de rentabilização de sua base de relacionamento, em particular em períodos de oscilação dos ciclos da economia.

Em relação ao perfil de receitas de serviços do grupo de digitais, destacam-se aquelas de transações de pagamento e as relacionadas ao mercado de capitais (Gráfico 22). Sobre as transações de pagamento, o principal produto de entrada oferecido por grande parte das instituições são os cartões de crédito e de débito e as contas de pagamento. Em relação às receitas de mercados de capitais, elas advêm da participação de instituições específicas na área de negociação e intermediação de valores mobiliários. A participação nas demais linhas de receitas de serviço é menos relevante.

8 Para esta seção, o foco do trabalho são as entidades do Grupo 3.

Gráfico 21 – ROE por segmento
Acumulado em 12 meses

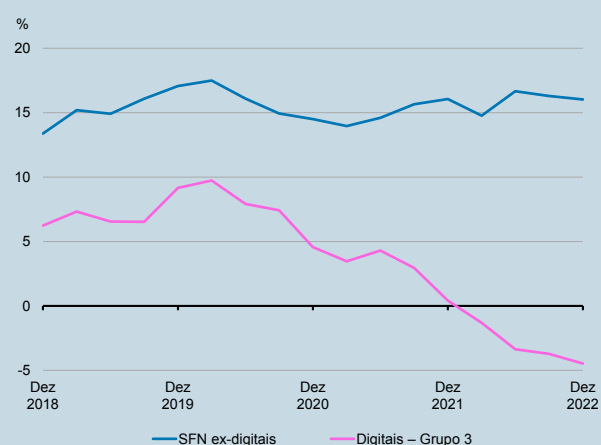
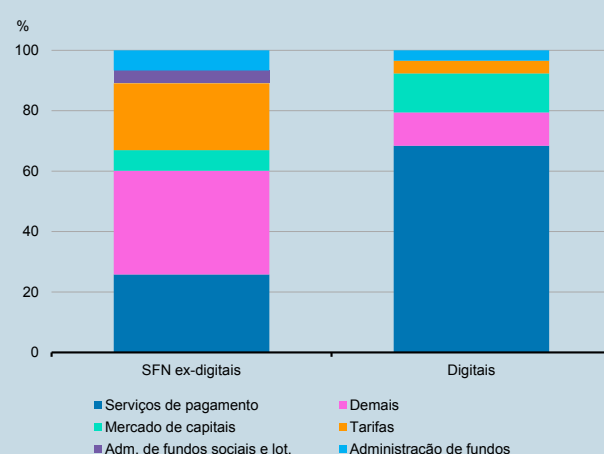
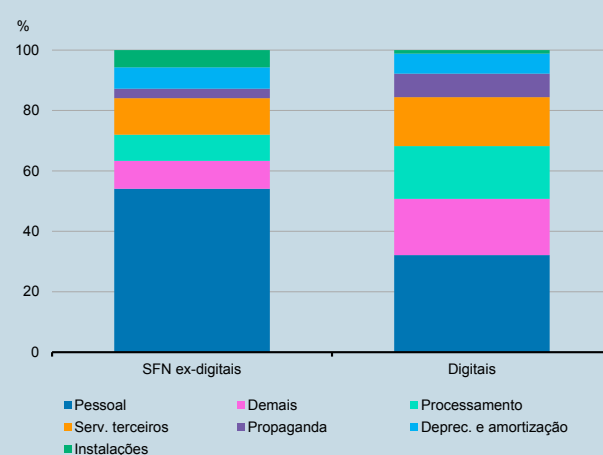


Gráfico 22 – Perfil das rendas de serviço
Acumulado em 12 meses



Quanto ao perfil de despesas administrativas, observa-se menor relevância das despesas de pessoal e de instalações físicas, quando comparado ao perfil das entidades “tradicional”, o que é característico da atuação com foco em eficiência operacional, digitalização e sem presença física relevante. Em contrapartida, há maior participação dos custos com tecnologia, processamento de dados e propaganda, o que está aderente ao perfil de atuação das entidades digitais (Gráfico 23).

Gráfico 23 – Perfil das despesas administrativas
Acumulado em 12 meses



O grande desafio para as entidades digitais é rentabilizar a sua base de clientes. Apesar de os custos operacionais por cliente serem menores, o que lhes confere maior potencial de alavancagem operacional, a margem operacional⁹ por cliente das entidades digitais é menor por conta de menores receitas por cliente (gráficos 24 e 25).

A estratégia de crescimento de parte dessas instituições se baseou na oferta de serviços financeiros de baixo custo ou gratuitos, como forma de atrair novos clientes. Diante do crescimento da base de clientes, a maior participação de produtos de intermediação (como o crédito) e novos serviços podem contribuir para a expansão do retorno por cliente.

9 Refere-se à diferença entre a soma do resultado de juros e receitas de serviços menos as despesas administrativas.

Gráfico 24 – Resultado por relacionamento ativo
Bancos S1 privados – Acumulado em 12 meses

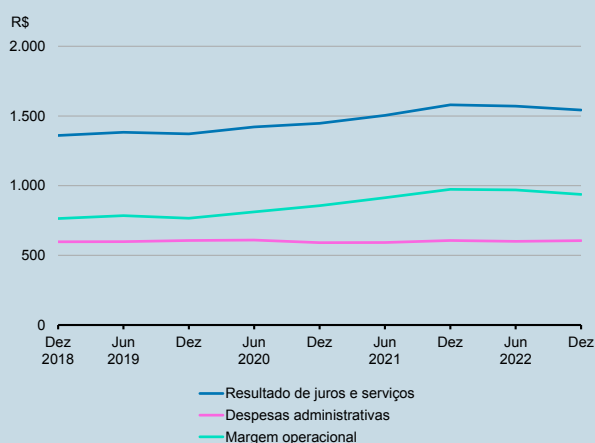
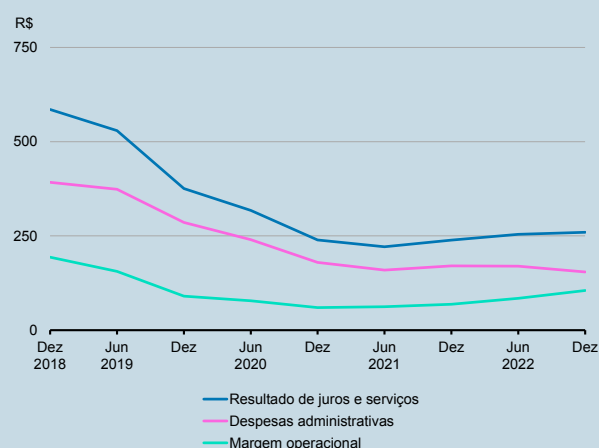
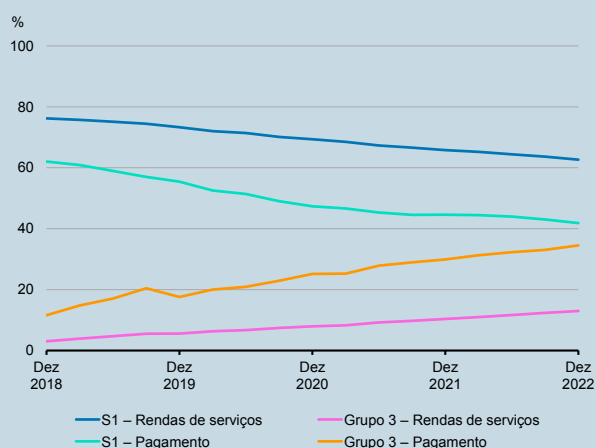


Gráfico 25 – Resultado por relacionamento ativo
Entidades digitais – Acumulado em 12 meses



No que se refere ao que já foi alcançado, as entidades digitais conseguiram aumentar a sua participação de mercado nas receitas de serviço do SFN. Em particular, esse aumento se deu de forma mais relevante nas receitas de pagamentos (cartões). O ganho de participação de mercado nessa linha de serviço foi expressivo, saindo de 12% em 2018 para 34% em 2022 (Gráfico 26).

Gráfico 26 – Participação nas receitas de serviços do SFN



Considerações finais

As entidades digitais representam um grupo heterogêneo de instituições, com diferentes modelos de negócios. As características comuns entre elas são a utilização de plataformas digitais, o atendimento preponderantemente remoto e o uso intensivo de tecnologia na interação com seu público.

Essas entidades apresentaram aumento expressivo no número de relacionamentos ativos (clientes) nos últimos anos. Esses relacionamentos, no entanto, em sua grande maioria não são exclusivos. Na PF, por exemplo, o percentual de relacionamentos exclusivos é baixo, o que indica a opção dos clientes pela manutenção do vínculo com uma entidade tradicional.

A carteira de crédito das entidades digitais atingiu 4,1% da carteira total em dezembro de 2022, com ampla predominância do crédito PF. O ritmo de crescimento tem sido significativamente superior ao restante do SFN

em ambas as carteiras (PF e PJ). As principais modalidades de crédito nas quais as entidades digitais atuam são o empréstimo não consignado e cartão de crédito, com destaque para a última. O perfil da carteira evidencia que as entidades digitais concedem crédito para clientes com faixas de renda inferiores ou mais jovens e para empresas de menor porte, embora o padrão seja heterogêneo entre elas.

Sob o ponto de vista do cliente que possui vínculos com entidades digitais e com aquelas do sistema financeiro tradicional, o maior volume de crédito ainda advém do sistema financeiro tradicional, o que evidencia que há espaço para expansão da carteira dos digitais.

O estoque de captação das entidades digitais vem crescendo nos últimos anos e representa cerca de 4,0% do volume total captado pelo sistema financeiro. Essas captações provêm, em sua maioria, de depósitos a prazo, com baixa dependência de captação intermediada por plataforma de corretoras.

A rentabilidade continua sendo um grande desafio para as entidades digitais. Apesar dos custos operacionais por cliente serem mais baixos, a margem operacional por cliente é menor por conta de menores receitas por cliente. Para melhorar a rentabilidade, o desafio, portanto, é crescer a receita por cliente, por meio da oferta de novos produtos e serviços, em especial o crédito, em que há potencial de expansão.